

DAF-LERNVIDEOS IN SOZIALEN MEDIEN: KRITERIEN UND EINSATZPOTENZIALE FÜR DEN UNTERRICHT

Karina Awalia Bingesti
Ramkhamhaeng University Thailand
karinaawaliab@gmail.com

Abstrak: Die Nutzung sozialer Medien für das Fremdsprachenlernen hat in den letzten Jahren zugenommen, wobei Sprachlernvideos eine der beliebtesten Formen von Inhalten sind. Der vorliegende Beitrag zielt darauf ab, das Potenzial von DaF-Lernvideos in sozialen Medien zu untersuchen. Insbesondere werden die Eigenschaften und Hauptkriterien analysiert, die diese DaF-Lernvideos effektiv machen. Außerdem werden die Ergebnisse der Projektarbeit der Ramkhamhaeng-Universität zum Thema: *Vergleich der Nutzung sozialer Medien beim DaF-Lernen in Thailand und Indonesien* vorgestellt. Abschließend werden praktische Ansätze für den Einsatz von DaF-Lernvideos beschrieben, die als Vorlagen für optimierte Lehrmethoden dienen können.

Schlüsselwörter: Sprachlernvideos, Soziale Medien, Einsatzpotenzial, Kriterien

EINLEITUNG

Im heutigen digitalen Zeitalter nutzen die Menschen das Internet in vielen Bereichen. Auch im Bereich des Fremdsprachenlernens kann man mit den verschiedenen digitalen Angeboten im Internet Schritt für Schritt etwas lernen. Eine Möglichkeit unter den vielen Lernangeboten ist das Lernen mit Videos in sozialen Medien. Die Videos, die zum Erlernen der deutschen Sprache genutzt werden, sind Sprachlernvideos (vgl. Chowchong, 2021, S 518). In dieser Arbeit werden sie im Folgenden spezifischer als DaF-Lernvideos bezeichnet. Diese Sprachlernvideos werden von Deutschlernenden zugänglich online in sozialen Medien gefunden und genutzt. Dementsprechend ist die Nutzung sozialer Medien in Südostasien besonders gefragt und die Statistik von Kameke (vgl. 2023) durchgeführten Umfrage zeigt, dass im Jahr 2022 fast 70 Prozent der indonesischen und fast 80 Prozent der thailändischen Bevölkerung soziale Medien nutzen werden. In diesem Beitrag werden auch die Ergebnisse verwendet, die mein Team im Masterstudiengang an der Ramkhamhaeng Universität im Rahmen einer Projektarbeit mit dem Titel „Vergleich der Nutzung sozialer Medien beim Deutschlernen in Thailand und Indonesien“ erzielt hat. Das Projekt wurde von Januar bis April 2023 durchgeführt und umfasste eine Befragung von erwachsenen DaF-Lernenden aus Thailand und Indonesien. Die Befragten sind aktive Nutzer sozialer Medien und die Ergebnisse der Studie zeigen, wie sie in sozialen Medien lernen (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 9).

Als Lernmaterial kann ein DaF-Lernvideo sowohl im Unterricht als auch zum Selbstlernen eingesetzt werden. Daher ist es für den erfolgreichen Einsatz eines DaF-Lernvideos als Lernmaterial wichtig, seine Qualität analysieren und bewerten zu können. Ausgehend davon stellt sich auch die Frage, was die Hauptkriterien bei der Analyse von DaF-Lernvideos sind. Die Hauptkriterien wurden aus vier verschiedenen Kriterienlisten von Hackl (2021), Honkomp-Wilkens, Wolf, Jung und Altmaier (2022), Kulgemeyer (2020) und Müller und Oeste-Reiß (2019) anhand der Ähnlichkeit der Kriterien, Elemente und Prinzipien extrahiert, die sich auf die Schwerpunkte von Erklärvideos im Bereich Deutsch als Fremdsprache konzentrieren.

DAF-LERNVIDEOS

DaF-Lernvideos oder Sprachlernvideos gehören nach Chowchong (vgl. 2021, S. 518) in die gleiche Funktionskategorie wie Erklärvideos. „Sie vermitteln alltäglich-praktisches sowie fachliches Wissen auf informelle Art und Weise und nicht zuletzt mit der Möglichkeit zur Anschlusskommunikation im Kommentarbereich“ (Chowchong, 2021, S. 518). Des Weiteren definiert Wolf (2015, S. 123) Erklärvideos als „eigenproduzierte Filme, in denen erläutert wird, wie man etwas macht oder wie etwas funktioniert bzw. in denen abstrakte Konzepte erklärt werden“. Münch-Manková und Müller de Acevedo (vgl. 2021) identifizieren weiterhin die Typen von Erklärvideos zum Deutschlernen aufgrund des verwendeten Formats. Es gibt den sogenannten Vlogging-Stil, bei dem „eine Sprachlehrkraft direkt in die Kamera spricht, sprachliche Regularitäten erklärt und visualisiert“ (Münch-Manková & Müller de Acevedo, 2021). Der andere Typ ist das klassische Tisch-Legevideo-Format. „Bei Erklärvideos in Legetrick-Format werden gezeichnete Elemente wechselnd unter dem Aufnahmegerät bewegt und mit einem Tonkommentar begleitet“ (Münch-Manková & Müller de Acevedo, 2021).

Darüber hinaus wurden in der Studie von Chowchong (2017) Merkmale und Variationen von DaF-Lernvideos auf YouTube identifiziert. Die Merkmale, die DaF-Kanäle auf YouTube und ihre nicht-institutionellen Lernvideos besonders beliebt machen, sind die lockere Stimmung, die Aktualität, die Interaktionen zwischen Inhaltserstellern und Lernenden und die Möglichkeit zur Sprachreflexion (vgl. Chowchong, 2017). Auf YouTube gibt es eine Vielfalt von Lernvideos von verschiedenen Erstellern mit unterschiedlichen Sprachniveaus, Lehrmethoden und inhaltlichen Schwerpunkten, die für verschiedene Lerntypen geeignet sind und deren Lerninhalte von Wortschatz- und Grammatikerklärungen über Hörübungen und Lesungen literarischer Texte bis hin zur Prüfungsvorbereitungen und landeskundlichen Themen reichen (vgl. Chowchong, 2017).

YouTube ist in Übereinstimmung mit und bestätigt durch die Ergebnisse des genannten Projekts die beliebteste Plattform zum Deutschlernen. In dem von uns entwickelten Fragebogen gab es fünf Auswahloptionen für Social-Media-Plattformen, nämlich YouTube, Facebook, Instagram, Twitter und TikTok (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 7). Die Ergebnisse zeigen dann, dass 112 Befragte, davon 50% aus Indonesien und 50% aus Thailand, YouTube als die beliebteste Plattform zum Deutschlernen in beiden Ländern wählten, während Instagram in Indonesien beliebt ist, aber nicht in Thailand, und umgekehrt ist Facebook in Thailand beliebt ist, aber nicht in Indonesien. Deutschlernkanäle auf YouTube haben auch Konten auf anderen Plattformen wie Instagram, TikTok, Facebook und Twitter (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 9). Dies zeigt, dass die Ersteller von Lerninhalten zum Deutschlernen in sozialen Medien ihre Inhalte mehrfach auf verschiedenen Plattformen verbreiten, um sich mit mehreren Nutzern zu vernetzen.

Abgesehen davon liegt der Unterschied zwischen die DaF-Lernvideos, die auf YouTube und anderen Plattformen hochgeladen werden, in der Länge. Auf YouTube können Videos länger sein als auf anderen Plattformen. Daher handelt es sich bei den Videos auf anderen Plattformen in der Regel um kurze Lernvideos und Quiz- und Teaser-Versionen, die dann auf YouTube für längere Erklärvideos verlinkt werden. Im Rahmen unserer Projektarbeit interviewten wir auch Ersteller bzw. Content-Creator von DaF-Lerninhalten aus Indonesien, die Lernkonten auf Instagram und TikTok haben, sowie eine weitere aus Thailand, die ihre Lernseite auf Facebook verwaltet (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 11). Die Content Creatorin aus Thailand lädt Inhalte und Videos auf Facebook hoch, die sich nicht nur an erwachsene Lernende, sondern auch an Kinder richten (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 12). Bei den hochgeladenen Videos handelt es sich um DaF-Lernvideos, die sich auf deutschen Wortschatz und Grammatik konzentrieren (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 12). In dem Video werden die deutsche Grammatik und andere Inhalte zuerst auf Deutsch und dann auf Thailändisch erklärt (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 65). Im

Gegensatz zu der thailändischen Content-Creatorin, die keine trendbasierten Inhalte produziert, erstellt die indonesische Content-Creatorin stattdessen DaF-Lernvideos auf Instagram und TikTok, die auf populären Trends oder Phänomenen und den Ergebnissen ihrer Interaktionen mit den Nutzern in den sozialen Medien basieren, z.B. in Kommentaren, in denen nach bestimmten Lerninhalten gefragt wird (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 61; 66). Außerdem ergänzte die Content-Creatorin aus Indonesien, dass der beliebteste Lerninhalt auf ihren Konten die deutsche Grammatik ist (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 61). Ähnlich wie die Content-Creatorin aus Thailand verwendet auch sie zwei Sprachen in ihren Videos: Deutsch und Indonesisch (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 61).

Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen, dass die folgenden Konten von Deutschlernenden aus Thailand und Indonesien am beliebtesten genutzt werden, um in sozialen Medien DaF zu lernen: DW (@dw_deutschlernen), Easy German (@easygermanvideos), Goethe-Institut (@goetheinstitut.deutsch), Learn German with Anja (@LearnGermanwithAnja) und EINS by Dao (@einsbydao) (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 36-37). Weitere umfassende Ergebnisse, Tipps und Empfehlungen zum Deutschlernen bzw. Deutschlernkonten und -seiten in sozialen Medien finden sich in unseren Projektprodukten auf Instagram unter dem Nutzernamen Projekt-Deutsch (@projekt.deutsch02) und auf Facebook unter Projekt-Deutsch (@projektde2). Diese Projektprodukte zielen darauf ab, DaF-Lernende in ihrem Lernprozess zu unterstützen und ihre Sprachkompetenz zu fördern (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 14).

HAUPTKRITERIEN DES DAF-LERNVIDEOS

Um auf die Frage nach den Hauptkriterien für die Analyse von Erklärvideos im Kontext des DaF-Lernens zurückzukommen, lassen sich insgesamt vier Gruppen bzw. Oberbegriffe von Kriterien unterscheiden: Inhaltskriterien, didaktische Kriterien, Kommunikationskriterien und Gestaltungskriterien. Diese werden aus den Theorien und Kriterienlisten zur Beurteilung der Qualität von Erklärvideos für den Einsatz im Unterricht abgeleitet und ausgewertet: *Liste von Prinzipien und Qualitätskriterien für die Gestaltung lerneffektiver Erklärvideos* von Hackl (2021), *Analyseinstrument zur Untersuchung didaktischer und gestalterischer Aspekte von Erklärvideos und Tutorials* von Honkomp-Wilkens, et al. (2022), *Kriterien für gute Erklärvideos* von Kulgemeyer (2020) und *Liste von Qualitätsdimensionen und Anforderungen an Lernmaterial am Beispiel des Erklärvideos* von Müller & Oeste-Reiss (2019). Einige Punkte, aus den Theorien, die für die Qualitätsbeurteilung von DaF-Lernvideos nicht relevant sind, wie z.B. der Mathematisierungsgrad, werden nicht verwendet.

An erster Stelle stehen die inhaltlichen Kriterien, da sichergestellt werden muss, dass der Inhalt des Videos den zu erreichenden Lernzielen entspricht. Die Inhalte müssen präzise und fehlerfrei sein und strukturiert dargestellt werden. Darüber hinaus sollte das Lernmaterial Möglichkeiten zur Wiederholung und Vertiefung bieten. Daran schließen sich die didaktischen Kriterien an, bei denen die zielgruppengerechte Darstellung der vereinfachten Erklärung im Vordergrund steht. Darauf folgen die kommunikativen Kriterien. Hier geht es darum, wie der Sprachstil verwendet wird und wie die erklärende Person eine Interaktion darstellt. Schließlich gibt es noch die Gestaltungskriterien, die beurteilen, ob die dargestellten Elemente wie Bilder, Illustrationen usw. angemessen sind und den Lerninhalt unterstützen. Ein gutes Erklärvideo muss alle oben genannten Hauptkriterien erfüllen, um erfolgreich im Lernprozess eingesetzt werden zu können.

Inhaltliche Kriterien

Die inhaltlichen Kriterien sind eng mit den didaktischen Kriterien verbunden und beeinflussen die anderen Kriterien. Es gibt drei Unterkriterien für den Inhalt. Erstens ist die Eignung zu den Lernzielen. Der Inhalt muss mit den zu erreichenden Zielen übereinstimmen,

muss aber nicht die Lernzielbeschreibung in Erklärvideos formuliert werden (vgl. Müller & Oeste-Reiß, 2019, S. 63). Zweitens ist die Struktur des Inhalts, die klar in eine strukturierende Darstellung mit entsprechender Begrüßung und Verabschiedung gegliedert sein sollte. Dazu gehören auch Wiederholung und Zusammenfassung des Inhalts (vgl. Honkomp-Wilkens, et al., 2022, S. 509). Drittens ist die Richtigkeit, die auf den Prinzipien der inhaltlichen Klarheit, Vollständigkeit und Aktualität basiert (vgl. Müller & Oeste-Reiß, 2019, S. 59).

Didaktische Kriterien

Die didaktischen Kriterien beruhen auf dem Prinzip der didaktischen Reduktion. Laut Hackl (vgl. 2021, S. 121) wird in Erklärvideos eine didaktische Reduktion vorgenommen, indem die verwendeten Begriffe vereinfacht oder durch visuelle Symbole dargestellt werden. Desweiteren können die Lernmaterialien an die Zielgruppe angepasst werden, indem an die Vorkenntnisse der Lernenden angeknüpft wird (vgl. Müller & Oeste-Reiß, 2019, S. 59). In diese Kategorie fällt auch der Erklärungsstil, der entweder deduktiv oder induktiv ist (Honkomp-Wilkens, et al., 2022, S. 509).

Kommunikationskriterien

Das Sprachniveau und der Sprachstil in Erklärvideos sind an die Zielgruppe angepasst. Durch eine einfache und konsistente Wortwahl und Satzstruktur kann es der Zielgruppe erleichtert werden, die Inhalte des Videos zu verstehen (vgl. Kulgemeyer, 2020, S. 73; Hackl, 2021, S. 122). Honkomp-Wilkens, et al., (vgl. 2022, S. 510) fügen hinzu, dass die Kommunikation mit der Zielgruppe in Erklärvideos durch direkte Ansprache und Interaktion (z.B. durch Blickkontakt) erfolgen kann.

Gestaltungskriterien

Der Einsatz von Bildern, Tabellen, Diagrammen, Animationen, Symbolen, Illustrationen als Erklärungsmittel muss angepasst werden, um den Einsatz von geschriebenem Text zu minimieren (vgl. Hackl, 2021, S. 119; Honkomp-Wilkens, et al., 2022, S. 510). Des Weiteren liegt die optimale Dauer eines Erklärvideos nach Hackl (vgl. 2021, S. 119) zwischen drei und acht Minuten, je nach Alter der Zielgruppe.

EINSATZPOTENZIALE DES DAF-LERNVIDEOS

DaF-Lernvideos können im Präsenzunterricht eingesetzt werden, der zuvor von der Lehrkraft in der Unterrichtsplanung vorbereitet werden muss. Bei der Auswahl und dem Einsatz von DaF-Lernvideos im Unterricht sollten die vier oben genannten Kriterien berücksichtigt und an die Zielgruppe, das Sprachniveau, die Themen und die zu vermittelnden Unterrichtseinheiten angepasst werden. Beispielsweise kann ein Video, das die Regeln der deutschen Grammatik erklärt, zu Beginn einer Unterrichtseinheit eingesetzt werden, damit sich die Lernenden die Regeln für den Gebrauch der Grammatik rezeptiv aneignen. Nach dem Anschauen des Videos kann die Lehrkraft eine Frage- und Antwortrunde anbieten, um den Lerninhalt zu vertiefen. So lässt sich die Anfangsphase des Unterrichts effektiv gestalten, da das Video bereits die Grammatikregeln erklärt, warum und wann die Grammatik verwendet wird und Beispielsätze enthält. Die Funktion der DaF-Lernvideos ist in diesem Fall auch eine Anregung zur Diskussion.

Als Ergebnis der Gruppendiskussion im Fortbildungsseminar von Chowchong (vgl. 2023) über den Einsatz von Videos zur Artikulation des deutschen R können weitere DaF-Lernvideos zur Artikulationsübung eingesetzt werden, z.B. von Learn German with Jenny (lingoni GERMAN). Einige Deutschlehrer in Thailand sind der Meinung, dass das Video im Unterricht eingesetzt werden kann, da es von einem deutschen Muttersprachler aufgenommen wurde, d.h. der produzierte /r/-Laut authentisch ist. Es gibt auch einzigartige Tipps zum Üben der Artikulation des R, z.B. durch Gurgeln. Darüber hinaus können für die landeskundliche

Unterrichtseinheit auch Videos gezeigt werden, z.B. von Easy German (@easygermanvideos), die Menschen in Deutschland zu ihren Hobbys, Wohnorten, ihren Lebensgewohnheiten usw. in Deutschland befragen. Dadurch erhalten die Lernenden interkulturelles Wissen und Informationen über Deutschland, die aktuell und lebensnah sind. Die DaF-Lernvideos können sowohl im Unterricht als auch als Hausaufgabe oder als Zusatzaufgabe außerhalb der Unterrichtsstunde eingesetzt werden. Die Lehrkräfte können die Videos auch mit Aufgaben versehen, z.B. Schlussfolgerungen oder Aufsätze zu den gesehenen Videos verfassen. In der Folge wird von Chowchong (vgl. 2017) ergänzt, dass DaF-Lernvideos als alternative oder ergänzende Lernmaterialien für den Online-Unterricht geeignet sind.

Die Ergebnisse der Projektarbeit zeigen auch, dass das Lernen in sozialen Medien einen positiven Einfluss auf die Deutschkenntnisse hat (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 38-39). Die Mehrheit der Befragten stimmt der Aussage zu, dass das Selbstlernen der deutschen Sprache in sozialen Medien neues Wissen vermittelt, interkulturelle Einblicke in den deutschen Alltag ermöglicht, Vertiefungs- und Wiederholungsübungen außerhalb des Deutschunterrichts bietet und zur Verbesserung ihrer Deutschkenntnisse beiträgt. Die Befragten in beiden Ländern antworteten (vgl. Azmi, et al., 2023, S. 37), dass ihre Aktivität beim Deutschlernen in sozialen Medien am häufigsten darin bestand, Deutschlernvideos anzuschauen und anzuhören. Einige der Befragten machten sich dann Notizen zu den Erklärungen. Wenn Fragen oder Übungen gestellt wurden, versuchten sie diese zu beantworten. Nach dem Lernen reagierten sie in Form von Kommentaren, Likes oder Emojis und korrigierten ihre Antworten mit Hilfe der Lösungsschlüssel oder verglichen sie mit den Lösungen anderer Nutzer. Die meisten Befragten gaben auch an, die Inhalte gespeichert zu haben, um sie zu einem späteren Zeitpunkt zu wiederholen. Diese Ergebnisse können für Deutschlernende, die DaF-Lernvideos in sozialen Medien zum Deutschlernen nutzen möchten, eine Überlegung wert sein.

SCHLUSS

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es in den sozialen Medien eine große Anzahl und Vielfalt an Lernvideos zu Deutsch als Fremdsprache gibt. Diese Videos variieren in ihrer Länge und Komplexität und decken verschiedene Themen wie Wortschatz, Grammatik, Artikulation, Aussprache, Prüfungsvorbereitung und Landeskunde ab. Sie sind auf Plattformen wie YouTube, Instagram, Facebook, TikTok und anderen verfügbar und werden oft von denselben Erstellern auf verschiedenen Plattformen hochgeladen, wodurch sie miteinander verknüpft sind. Längere Erklärvideos mit detaillierteren Erklärungen und Übungen sind auf YouTube zu finden. Weitere kurze DaF-Lernvideos sind auf anderen videobasierten sozialen Medien wie Instagram, Facebook, TikTok u.a. verfügbar. Die DaF-Lernvideos können im Präsenzunterricht, beim Online-Lernen und beim Selbstlernen eingesetzt werden. Vor der Auswahl und Nutzung der Videos sollten Lehrkräfte sie anhand von vier Hauptkriterien berücksichtigen, um sicherzustellen, dass die Videos den Bedürfnissen ihrer Lernenden entsprechen und pädagogisch wertvoll sind. Wenn Lehrer diese Lernvideos im Unterricht einsetzen möchten, sollten sie wichtige Aspekte des Unterrichts beachten, wie z.B. die Integration des Videos in die Unterrichtsplanung. Es ist wichtig, das Video sorgfältig in den Lehrplan einzubinden und sicherzustellen, dass es die Lehrziele und den Lehrplan unterstützt. Darüber hinaus sollten Lehrer geeignete Evaluierungsmethoden vorbereiten, um den Lernfortschritt der Schüler zu überwachen und sicherzustellen, dass die Lernziele erreicht werden. Dies könnte beispielsweise durch Tests, mündliche Übungen oder Diskussionen erfolgen, die auf dem Videoinhalt basieren. Insgesamt bieten DaF-Lernvideos in den sozialen Medien eine wertvolle Ergänzung zum herkömmlichen DaF-Unterricht und können den Lernenden helfen, ihre Deutschkenntnisse auf eine unterhaltsame und ansprechende Weise zu verbessern.

Obwohl der vorliegende Beitrag einen Überblick über die Verfügbarkeit und die Themen von DaF-Lernvideos in den sozialen Medien gibt und mögliche Einsatzmöglichkeiten im Unterricht aufzeigt, gibt es noch einige Bereiche, die für weitere Untersuchungen von Interesse sein könnten. Eine eingehende Untersuchung der Effektivität verschiedener DaF-Lernvideos könnte durchgeführt werden, um herauszufinden, welcher Typ von Lernvideos die besten Lernergebnisse erzielt. Vergleichsstudien zwischen kurzen, prägnanten Videos und längeren, detaillierteren Erklärvideos könnten dabei helfen, die Vor- und Nachteile jedes Formats zu verstehen. Die Rolle von Interaktion und Aktivität in DaF-Lernvideos könnte untersucht werden. Videos, die den Lernenden interaktive Übungen, Quizfragen oder Diskussionsanreize bieten, könnten das Engagement und die Beteiligung der Lernenden erhöhen. Es wäre interessant zu erfahren, wie diese Elemente die Lernmotivation und den Lernerfolg beeinflussen. Weitere Forschung könnte sich darauf konzentrieren, wie DaF-Lernvideos effektiv in Lehrpläne integriert werden können. Dazu könnte auch die Untersuchung von Lehrerfortbildungen gehören, die den Lehrkräften helfen, Lernvideos optimal im Unterricht einzusetzen. Diese möglichen weiteren Untersuchungen könnten zu einem besseren Verständnis des Potenzials von DaF-Lernvideos in sozialen Medien beitragen und Lehrenden und Lernenden wertvolle Erkenntnisse zur Verbesserung des Deutschunterrichts liefern.

LITERATURVERZEICHNIS

- Azmi, M. U., Bingesti, K., Channiyom, P., Khoirunnisa, G., Sumrejsubpasit, N. (2023). *Vergleich der Nutzung sozialer Medien beim Deutschlernen in Thailand und Indonesien* [Unveröffentlichter Projektbericht]. Ramkhamhaeng University.
- Chowchong, A. (2017). *Ein Kumpel vor der Kamera*. Abgerufen am 18. Juni 2023 von der Webseite des Goethe-Instituts: <https://www.goethe.de/ins/ru/de/spr/mag/21103527.html>
- Chowchong, A. (2021). „Don't roll the r!“ – Metasprachdiskurse in Sprachlernvideos auf YouTube. In T. Hoffmeister, M. Hundt & S. Naths. (Hrsg.), *Laien, Wissen, Sprache: Theoretische, methodische und domänenspezifische Perspektiven*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110731958-021>
- Chowchong, A. (2023, 10. März). *DaF-Videos auf YouTube: Merkmale und Einsatzpotenziale* [Fortbildungsseminar]. 30-jähriges Jubiläum der Verbandsgründung & 14. Generalversammlung des TDLV (Thailändischer Deutschlehrerverband), Bangkok, Thailand.
- Hackl, S. (2021). »How to Deutsch«: Zur Problematik von YouTube-Erklärvideos für das Unterrichtsfach Deutsch. In S. Krammer, M. Leichtfried, M. Pissarek (Hg.), *Deutschunterricht im Zeichen der Digitalisierung* (S. 116-129). StudienVerlag.
- Honkomp-Wilkens, V., Wolf, K. D., Jung, P., & Altmaier, N. (2022). Informelles Lernen auf YouTube: Entwicklung eines Analyseinstruments zur Untersuchung didaktischer und gestalterischer Aspekte von Erklärvideos und Tutorials. *Jahrbuch Medienpädagogik, 18*, 495-528. <https://doi.org/10.21240/mpaed/jb18/2022.03.08.X>
- Kameke, L. (2023). *Number of active social media users APAC 2022, by country*. Abgerufen am 18. Juni 2023 von <https://www.statista.com/statistics/295606/social-media-mau-asia-pacific-countries/>
- Kulgemeyer, C. (2020). Didaktische Kriterien für gute Erklärvideos. In S. Dorgerloh & K. D. Wolf (Hg.), *Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos* (S. 70-75) [Elektronische Version]. Beltz.
- Müller, F., & Oeste-Reiß, S. (2019). Entwicklung eines Bewertungsinstruments zur Qualität von Lernmaterial am Beispiel des Erklärvideos. In J. M. Leimeister & K. David (Hg.), *Chancen*

und Herausforderungen des digitalen Lernens: Methoden und Werkzeuge für innovative Lehr-Lern-Konzepte. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59390-5_4

Münch-Manková, Z., & Müller de Acevedo, J.-N. (2021). *(Lern-) Videoangebot im modernen Fremdsprachenunterricht.* Abgerufen am 18. Juni 2023 von der Webseite des Goethe-Instituts: <https://www.goethe.de/de/spr/spr/22173989.html>

Wolf, K. D. (2015). Video-Tutorials und Erklärvideos als Gegenstand, Methode und Ziel der Medien- und Filmbildung. In A. Hartung, T. Ballhausen, C. Trültzsch-Wijnen, A. Barberi, & K. Kaiser-Müller (Hg.), *Filmbildung im Wandel* (S. 121-131). New Academic Press.