



## I.C.14

### In der Gemeinschaft leben

# Vlogger und Influencerinnen – Problematischer Hype um neue Idole?

Nach einer Idee von Bettina Birk



© Alistair Berg / DigitalVision

YouTuberinnen, Vlogger oder Influencer – sie beeinflussen das Handeln, den Kleidungsstil, die neuesten Beautytrends vor allem junger Menschen. Die schauen ihnen beim Kochen, beim Einkaufen und beim Dekorieren der Wohnung zu. Viele kennen ihren Lieblings-YouTuber besser als ihre Sitznachbarin im Klassenzimmer. Was macht diese Menschen so interessant? Birgt der Personen-Hype auch Gefahren? Die vorliegende Reihe schult den kritischen Blick der Jugendlichen auf die inszenierte Internetwelt und regt zum Nachdenken an.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Klassenstufe:</b>	ab Klasse 8
<b>Dauer:</b>	9 Unterrichtsstunden
<b>Kompetenzen:</b>	Texte lesen und verstehen; eigenständig argumentieren; das eigene Handeln reflektieren; sich in andere hineinversetzen; Probleme benennen; Lösungen entwickeln; kreatives Schreiben
<b>Thematische Bereiche:</b>	Medien und Wirklichkeit, Ethik und Moral
<b>Medien:</b>	Sachtexte, Bilder, Rollenkarten, Interviews
<b>Methoden:</b>	Bildanalyse, Textanalyse, Rollenspiel, kreatives Schreiben

---

## Fachliche Hinweise

### Warum wir das Thema behandeln

Fragt man junge Leute montags, wie sie ihr Wochenende verbracht haben, fällt häufig das Stichwort „YouTube“. Viele Jugendliche verbringen täglich mehrere Stunden auf Social-Media-Kanälen. Auf TikTok, Instagram und Co. wird ihnen das perfekte Leben vorgegaukelt. Perfekt geschminkte Influencerinnen präsentieren sich inmitten von teurem Mobiliar, immer mit einem Lächeln im Gesicht. Dienten soziale Netzwerke anfangs dazu, Menschen miteinander zu verbinden, fungieren sie heute vorrangig als Plattformen für die Vermarktung unterschiedlichster Produkte. Diese Entwicklung ist kaum aufzuhalten. Umso wichtiger ist es, Jugendliche zum Nachdenken anzuregen und ihnen zu verdeutlichen, dass die perfekt inszenierten Instagram-Bilder nicht die Realität abbilden.

### Wozu dienen Social-Media-Plattformen?

„Social Media“ kann als Oberbegriff für alle Arten sozialer Plattformen verstanden werden. Diese dienen ursprünglich dazu, mit Freunden oder Menschen ähnlicher Interessen über räumliche Entfernungen hinweg Kontakt zu halten und sich auszutauschen. Die Plattformen, die am häufigsten genutzt werden, sind die Apps des Facebook-Konzerns: WhatsApp, Instagram und Facebook. Unter Jugendlichen sind zudem die Videoportale YouTube und TikTok sehr beliebt.

### Was sind Influencerinnen und Influencer?

Als Influencer (englisch: *to influence* = beeinflussen) bezeichnet man bekannte Personen, die in den sozialen Medien eine hohe Reichweite haben. Diese nutzen sie, um andere Nutzerinnen und Nutzer, ihre sogenannten „Follower“, zu beeinflussen, indem sie diese beispielsweise vom Erwerb eines bestimmten Produktes überzeugen. Vor der Kamera begeistern sie sich für Mode, Nahrungsergänzungsmittel oder Kosmetikprodukte. So werden sie zu Personen des öffentlichen Lebens, zu Meinungsführern. Als solche sind sie für Unternehmen zunehmend von Interesse. Aufgrund ihrer starken Vernetzung eignen sie sich bestens, um Produkte zu vermarkten und deren Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Dazu veröffentlichen Influencerinnen und Influencer regelmäßig Fotos und Videos. Dabei kann es sich um den Aufbau eines Gerätes, die Anprobe eines Kleidungsstücks oder eine Reise handeln.

### Profitmaximierung statt Content

Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sich auf diese Art und Weise ein profitabler, sich stetig professionalisierender Wirtschaftszweig. Dabei geht es mittlerweile längst nicht mehr um das Präsentieren eines bestimmten Lifestyles, sondern vor allem um viel Geld. Nicht nur deshalb ist der Wunsch, später einmal Influencer zu werden, bei Jugendlichen weitverbreitet. Dass das reale Leben dieser Menschen hinter der Fassade meist ganz anders aussieht, ahnt jeder, der sich mit Influencern auf Instagram, YouTube und Co. schon einmal näher befasst hat. Dank Photoshop und Filtern lassen sich Bilder problemlos nachbearbeiten. So entsteht eine fatale Spirale. Influencer stehen zunehmend unter dem Druck, sich zu inszenieren. In der Folge leiden ihre „Follower“ unter Selbstzweifeln, weil sie mit den retuschierten Bildern nicht mithalten können.

### Die Rolle der Follower

Als Follower (englisch: *to follow* = folgen) bezeichnet man Abonentinnen und Abonenten einer Nutzerin/eines Nutzers der sozialen Netzwerke. Follower beobachten das Leben und die neuesten Beiträge ihrer Idole in den sozialen Netzwerken. Ihre Anzahl verweist auf die Beliebtheit und die Reichweite eines Influencers. Hat dieser beispielsweise „25 K“ (K steht hier für Kilo und entspricht

Tausend), bedeutet dies, dass ihm 25.000 Abonentinnen und Abonnenten regelmäßig folgen und seine Beiträge beobachten. Je mehr Follower eine Person auf Instagram, YouTube oder TikTok etc. hat, desto größer ist ihre Reichweite. Umso lukrativer ist diese Person als Markenbotschafterin oder Markenbotschafter.

## Didaktisch-methodische Hinweise

### Warum ist Medienethik wichtig?

Immer früher kommen Kinder heute in Kontakt mit elektronischen Medien. Sie sehen, wie selbstverständlich Eltern, Bekannte und Lehrkräfte mit dem Handy oder dem Tablet umgehen. Bekommt ein Kind schließlich selbst ein Smartphone, möchte es ebenfalls in die spannende Welt des Internets eintauchen. Dort lernen Kinder und Jugendliche andere Lebensweisen kennen und finden Freude daran, ihren Idolen zu folgen. Mit positiver Überzeugungskraft und einem ausgelassenen Lachen fordern diese sie dann dazu auf, bestimmte Produkte zu erwerben. Findet sich in einem Beitrag noch ein Code, der das Produkt „nur heute“ günstig erscheinen lässt, fühlen sich nicht wenige Jugendliche dazu getrieben, ihre Eltern vom Kauf zu überzeugen. Dabei ist ihnen in den seltensten Fällen bewusst, welche geschickten Marketingstrategien sie ausgesetzt sind. Ihnen diese klar vor Augen zu führen, ist eine der Zielsetzungen dieser Einheit.

### Welche Zielsetzungen verfolgt diese Reihe?

Die Reihe ermutigt Ihre Schülerinnen und Schüler zu eigenständigem Denken. Immer wieder sind sie aufgefordert, ihre Meinung zu äußern und eigene Erfahrungen kritisch zu hinterfragen. Warum bewirbt ein Influencer ein bestimmtes Hobby? Warum zeigt sich eine Influencerin immer wieder beim Schminken? Ziel ist es, Personen des öffentlichen Lebens auf ihre moralische Verantwortung hin zu beleuchten. Die untersuchten Beispiele wecken bei den Lernenden das Gespür für einen angemessenen Umgang mit sozialen Medien. Dabei erkennen sie, dass Instagram und Co. keine Abbilder der Wirklichkeit sind.

### Keine Angst vor dem persönlichen Gespräch – Der Gegenstand des Ethikunterrichts

„Es gehört zu den zentralen Aufgaben schulischer Bildung, Schülerinnen und Schüler zur Gestaltung eines selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Lebens zu befähigen“ heißt es im Bildungsplan von Baden-Württemberg. Dies ist aber nur möglich, wenn die Schülerinnen und Schüler keine Angst vor dem Gespräch haben. Deshalb ist es wichtig, eine offene, vertrauensvolle und von Toleranz und wechselseitiger Akzeptanz geprägte Gesprächsatmosphäre zu schaffen, in der jede und jeder äußern kann, was er oder sie denkt.

### Welche methodischen Schwerpunkte setzt die Reihe?

Im Fokus dieser Einheit steht die Untersuchung von Instagram-Profilen, da Instagram nicht nur dem Posten von Fotos und Videos dient, sondern auch für Werbezwecke aller Art genutzt wird. Indem Personen Fotos und Videos teilen oder liken und so einer bestimmten Person folgen, vergrößert sich Schritt für Schritt der Bekanntheitsgrad eines Produktes innerhalb einer bestimmten Zielgruppe. Zugleich nimmt die Einheit auch moralische Fragen in den Blick. Anhand von Beispielen aus dem Alltag reflektieren die Jugendlichen ihren Umgang mit sozialen Medien und die dort betriebene Art der Selbstdarstellung. Reale Profile bekannter Influencerinnen und Influencer werden beleuchtet. Ein fiktives Interview mit einem „Internet-Star“ wird gelesen. Anschließend verfassen die Lernenden kritische Mails an ihre Idole. Alle Stunden sind so aufgebaut, dass auf einen theoretischen Teil stets

ein praktischer folgt. Dabei bleibt im Unterricht immer ausreichend Zeit, persönliche Erfahrungen ins gemeinsame Gespräch einzubringen und zu diskutieren.

### **Welche Kompetenzen werden im Rahmen der Einheit gefördert?**

#### *Medienkompetenz*

- Die Jugendlichen analysieren, wie Werbung funktioniert. Im Zuge dessen reflektieren sie auch den Einfluss von Werbung auf sich selbst.
- Sie können darlegen, mit welchen Mitteln sich Menschen in den sozialen Medien inszenieren.
- Sie reflektieren das (moralische) Verhalten der untersuchten Personen kritisch.

#### *Methodenkompetenz*

- Sie lesen und verstehen Texte.
- Sie beschreiben und interpretieren Bilder.
- Sie üben sich im kreativen Schreiben.
- Sie skizzieren eigenständig Schaubilder und setzen Erlerntes strukturiert um.

#### *Sozialkompetenz*

- Die Lernenden üben sich darin, einander zuzuhören und argumentativ aufeinander einzugehen.
- Die Lernenden üben sich im Rollenspiel darin, aus unterschiedlichen Rollen heraus zu argumentieren. Sie schulen ihre Fähigkeit zum Perspektivwechsel und ihr Empathievermögen.
- Die in den Materialien geforderte Zusammenarbeit fördert die Kollaborationsfähigkeit.

### **Weiterführende Medien**

- Bücklein, Tobias: TikTok, Snapchat und Instagram: Der Elternratgeber. 1. Auflage. Stiftung Warentest, 2021.  
Hier erhalten Eltern und Lehrkräfte Tipps, wie es gelingen kann, die Gefahren, die die sozialen Netzwerke mit sich bringen, richtig einzuschätzen.
- <https://www.nzz.ch/wissenschaft/social-media-gefahren-fuer-kinder-und-verantwortung-der-eltern-ld.1626875> [letzter Abruf: 04.05.2022]  
Dieser Artikel richtet sich an Eltern und Lehrkräfte. Er informiert über die Gefahren, die von sozialen Medien herrühren.

## Auf einen Blick

---

### 1./2. Stunde

**Thema:** Welche Wirkung hat Werbung? – Gut getroffen ist halb gewonnen

**M 1** Gut getroffen ist halb gewonnen? – Wie Werbung funktioniert

**M 2** Die Sprache der Werbung

**M 3** Die Sprache der Werbung

**M 4** Durch Werbung überzeugen – Wir erstellen ein Plakat

**M 5** Beobachtungszettel zur Ausstellung der Plakate

**Benötigt:** leere DIN-A4-Blätter für Werbeplakate; Magnete; alte Zeitungen und Zeitschriften, aus denen Bilder und Schlagwörter ausgeschnitten werden können, Kleber, Schere

**Kompetenzen:** Die Schülerinnen und Schüler verstehen, wie Werbung wirkt und mit welchen Mitteln sie arbeitet. Sie setzen ihr neues Wissen praktisch um und erstellen selbst ein Werbeplakat.

---



### 3./4. Stunde

**Thema:** Bilder – Ein Abbild der Wirklichkeit?

**M 6** Medien und Wirklichkeit – Mehr Schein als Sein?

**M 7** Kamera? – Alles Einstellungssache

**Benötigt:** Kameras/Smartphones/Tablets

**Kompetenzen:** Die Lernenden verstehen, wie man die Fotos manipulieren kann und erstellen selbst ein Foto.

---

### 5./6. Stunde

**Thema:** Welche Verantwortung haben Influencerinnen und Influencer?

**M 8** Perfekte Täuschung – Was ist im Netz erlaubt?

**M 9** Mit einem Influencer im Gespräch

**Benötigt:** digitale Tafel/PC-Raum, um Gesamtbilder zeigen zu können; Kameras/Handys/Tablets

**Kompetenzen:** Die Jugendlichen können ihre Idole auf YouTube kritisch hinterfragen und verfassen einen Brief.

## 7. Stunde

**Thema:** Wir untersuchen ein Profil auf Instagram

**M 10** **Auf der Suche nach dem perfekten Bild**

**Kompetenzen:** Die Lernenden untersuchen in Partnerarbeit oder im Plenum ein exemplarisches Profil in den sozialen Netzwerken.

## 8./9. Stunde

**Thema:** Verantwortung tragen

**M 11** **Wer postet, hat eine Verantwortung!**

**M 12** **Verantwortung von Influencern – Eine Diskussionsrunde**

**Benötigt:** Kopien der Rollenkarten für die Gruppenarbeit

**Kompetenzen:** Im Rollenspiel üben sich die Lernenden darin, unterschiedliche Positionen zu vertreten und sich gegenüber anderen im Plenum zu positionieren.

## Erklärung zu den Symbolen

	Tauchen diese Symbole auf, sind die Materialien differenziert. Es gibt drei Niveaustufen, wobei nicht jede Niveaustufe extra ausgewiesen wird.				
	einfaches Niveau		mittleres Niveau		schwieriges Niveau
	Zusatzaufgaben				

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus: *Vlogger und Influencerinnen*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



I.C.14

In der Gemeinschaft leben

### Vlogger und Influencerinnen – Problematischer Hype um neue Idole?

Nach einer Idee von Bettina Bisk



NullFollower, Vlogger oder Influencer – sie bestreiten das Heißhitz, den Hologramm. Ein neuer Kulturbereich vor aller Jugend. Menschen, die online über ihre Inhalte, ihre Meinungen und ihre Diskussionen die Meinung zu. Was ist denn dieses tolle Zeug, das die SchülerInnen in den sozialen Medien so begeistert? Wie kommt diese Begeisterung im Internet? (Wie wird das Zeug zum Kulturbereich?) (Wie wird das Zeug zum Kulturbereich?)

#### KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 4. Klasse

Quelle: 1. Unterrichtsmodul

Kompetenzen: Texte lesen und verstehen, argumentativ argumentieren, das eigene Handeln reflektieren, sich in sozialen Medien orientieren, Problemlösefähigkeiten, Lösungsorientiertes Schreiben

Thematische Bereiche: Medien und Webkultur, Ethik und Moral

Medien: YouTube, Blogs, Videoclips, Interviews

Methoden: Bildanalyse, Textanalyse, Rollenspiele, kreatives Schreiben