

Unterrichtsmaterial 3. Zyklus

«Digitale Werbung»



Digitale Werbung

Lektionsplan



Nr.	Thema	Inhalt	Ziele	Material	Organisation	Zeit
1	Soziale Netzwerke	<p>SuS lesen den Einstiegstext zur Definition von sozialen Netzwerken</p> <p>SuS lösen die Aufträge in EA und PA, um sich eine eigene Meinung über die Vor- und Nachteile, Risiken und Chancen von Social Media und Networks zu bilden.</p>	<p>SuS werden sich bewusst, welche Informationen sie in den sozialen Netzwerken teilen und verbreiten.</p> <p>SuS überlegen sich, welche Auswirkungen die sozialen Medien und Netzwerke auf ihren Alltag und ihr Leben haben.</p>	<p>AB „Soziale Netzwerke“</p> <p>Tablet / PC mit Internetzugang</p>	EA / PA / Plenum	45´
2	Social Media Kampagnen Der neue Tauschhandel	<p>SuS betrachten einen Cartoon und ein Zitat zum Thema und stellen Vermutungen an, was diese mit sozialen Netzwerken gemeinsam haben könnten.</p>	<p>SuS erkennen, das vermeintlich kostenlose Angebote oft doch bezahlt werden, z. B. mit Daten und persönlichen Angaben.</p> <p>SuS sind sich bewusst, dass Daten, welche sie in sozialen Netzwerken eintragen gespeichert, genutzt und tw. auch verkauft werden.</p>	<p>AB „Der neue Tauschhandel“</p> <p>Infografik</p>	GA / Plenum	30´
3	Wie beeinflusst digitale Werbung unser Leben?	<p>SuS sammeln einen Tag lang digitale Werbungen, welche sie im Netz antreffen.</p> <p>Gemeinsame Besprechung / Auswertung / Sammlung</p> <p>SuS arbeiten im Placemat-Verfahren und formulieren Ideen und Vermutungen</p> <p>Anschliessend gemeinsame Besprechung und Auswertung.</p>	<p>SuS können erkennen, dass digitale Werbung gezielt und personalisiert eingesetzt wird.</p> <p>SuS sind sich bewusst, dass mit digitaler Werbung ein Bedürfnis geschaffen werden kann.</p>	<p>AB „Wie beeinflusst digitale Werbung unser Leben?“</p> <p>Placemat „Digitale Werbung“ (am besten Format A3 oder grösser)</p>	EA / GA	45´
4	Influencer – Wer glaubt wem was?	<p>Zum Einstieg wird ein Influencer-ABC zusammengetragen.</p> <p>SuS definieren den Begriff „Influencer“.</p> <p>SuS recherchieren zu einer ausgewählten Person und stellen diese anschliessend vor.</p>	<p>SuS erkennen, dass Influencer die Meinung beeinflussen und dies gezielt einsetzen.</p> <p>SuS wissen, dass Produktwerbung gezielt in Posts von Influencern platziert wird.</p>	<p>AB « Wer glaubt wem was ? »</p> <p>AB „Darf ich vorstellen?“</p> <p>Laptop / Tablet mit Internetzugang für Recherche.</p>	Plenum / EA / PA	90´
5	Social Media Stars	<p>SuS erfahren anhand eines Videos, was hinter den Social Media Stars steckt und wie sich diese in Szene setzen.</p> <p>SuS erstellen eine eigene Anleitung mit Tipps, wie man in den sozialen Medien erfolgreich ist.</p>	<p>SuS wissen, dass hinter den Social Media Stars ein ganzes Team und harte Arbeit steckt.</p> <p>SuS erkennen, dass sich die Produktionen der Social Media Stars (fast) nur mit Werbebeiträgen finanzieren lassen und deshalb Interessensgruppen Einfluss auf die Stars haben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> AB „Wie wird man ein Social Media Star?“ <p>Laptop / Tablet / Beamer für Video</p>	EA / PA	45´

Digitale Werbung

Lektionsplan



Ergänzungen / Varianten

Informationen	<p>„Datenschutz“ kiknet-Lektionsreihe in Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) https://www.kiknet-edoeb.org/datenschutz/3-zyklus/</p> <p>Jugend und Medien, Informationsportal zur Förderung von Medienkompetenz https://www.jugendundmedien.ch/de.html</p> <p>Videoportal SRF Myschool, Medien und Informatik https://www.srf.ch/sendungen/myschool/themen/medien-und-informatik</p>	
Kontaktadressen	Wander AG, Fabrikstrasse 10, 3176 Neuenegg, https://www.wander.ch/ , info@wander.ch	
Ergänzungen	Bilder stammen, wenn nichts erwähnt, von www.pixabay.com	
Erklärungen		schriftlicher Schülerinnen- und Schülerauftrag
		Spiel / Aktion
		Diskussion in Gruppen oder im Plenum
		Information für Lehrpersonen
		Informationstext/Theorie für Schülerinnen und Schüler

Digitale Werbung

Lektionsplan



Lehrplanbezüge (LP 21)

Schülerinnen und Schüler...

- können die Absicht hinter Medienbeiträgen einschätzen (z.B. Werbung, Zeitschrift, Parteizeitung). *(MI.1.2.h)*
- können Verflechtungen und Wechselwirkungen zwischen physischer Umwelt, medialen und virtuellen Lebensräumen erkennen und für das eigene Verhalten einbeziehen (z.B. soziale Netzwerke und ihre Konsequenzen im realen Leben). *(MI.1.1.e)*
- können das Internet als Infrastruktur von seinen Diensten unterscheiden (z.B. WWW, E-Mail, Internettelefonie, Soziale Netzwerke). *(MI.2.3.m)*



Arbeitsauftrag	<p>SuS lesen den Einstiegstext „Soziale Netzwerke“</p> <p>SuS beantworten die nachfolgenden Fragen, anschliessend Besprechung im Klassenrahmen oder in Kleingruppen</p> <p>SuS überlegen sich, welche Auswirkungen die sozialen Medien und Netzwerke auf ihren Alltag und ihr Leben haben.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • SuS werden sich bewusst, welche Informationen sie in den sozialen Netzwerken teilen und verbreiten. • SuS überlegen sich, welche Auswirkungen die sozialen Medien und Netzwerke auf ihren Alltag und ihr Leben haben.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none"> • SuS können Verflechtungen und Wechselwirkungen zwischen physischer Umwelt, medialen und virtuellen Lebensräumen erkennen und für das eigene Verhalten einbeziehen (z.B. soziale Netzwerke und ihre Konsequenzen im realen Leben). (MI.1.1.e) • SuS können das Internet als Infrastruktur von seinen Diensten unterscheiden (z.B. WWW, E-Mail, Internettelefonie, Soziale Netzwerke). (MI.2.3.m)
Material	<ul style="list-style-type: none"> • AB „Soziale Netzwerke“ • Tablet / PC mit Internetzugang für Dok-Beitrag „Digital Natives“
Sozialform	EA / Plenum
Zeit	45`

Zusätzliche Informationen:

- ARTE, Wer hat`s erfunden? Die Sozialen Netzwerke im alten Rom (**auch als Einstieg geeignet**)
https://www.youtube.com/watch?v=X_X_Rd3WBAA
- Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB)
„Erläuterungen zu Sozialen Netzwerken“,
https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/de/home/datenschutz/Internet_und_Computer/onlinedienste/soziale-medien/erlaeuterungen-zu-sozialen-netzwerken.html
- Die Welt „Diese Nutzerdaten sammeln Facebook und Twitter“
<https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article171429928/Diese-Nutzerdaten-sammeln-Facebook-und-Twitter.html>
- Lektionsreihe „Datenschutz“ von kiknet zusammen mit dem EDÖB
<https://www.kiknet-edoeb.org/datenschutz/3-zyklus/>



Soziale Netzwerke



Was sind Soziale Netzwerke oder Social Networks?

Social Networks oder Soziale Netzwerke sind **virtuelle Gemeinschaften**. Hier können sich Menschen aus aller Welt treffen und sich über Hobbys, gemeinsame Interessen und Vieles mehr austauschen.

In einem Sozialen Netzwerk erstellen Nutzer **ein eigenes Profil** mit persönlichen Angaben zu Hobbys, Interessen (Bücher, Musik etc.), derzeitiger Lebenssituation, Familien- bzw. Partnerschaftssituation, bevorzugten usw. Die eigene Persönlichkeit wird anhand von eingestellten Fotos (bspw. von der letzten Party oder vom Urlaub), der Zugehörigkeit zu Gruppen etc. dargestellt. Die Kommunikation zwischen den Nutzern wird durch Pinnwände, Nachrichten- und Chat-Funktionen ermöglicht.

Die Nutzer suchen alte Freunde, finden neue Kontakte und tauschen sich primär mit anderen aus, die die gleichen Interessen, Freundeskreise oder sonstige Schnittmengen haben. Soziale Netzwerke funktionieren also über die Selbstdarstellung ihrer Nutzer, aber auch über die Vernetzung von Freunden durch die Freundeslisten.

Über die Inhalte von Max gelangt man beispielsweise per Mausclick zu Tina, von dort zu Carina bis man schliesslich bei Helena landet, die man selbst nicht kennt, aber die jemanden kennt, den man kennt. Findet man Helena nett, könnte man ihr beispielsweise eine Freundschaftsanfrage schicken. Bestätigt sie diese, hat man sie „geaddet“, was bedeutet, dass man sie in seine Freundesliste aufgenommen hat.

Quelle: <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/was-sind-soziale-netzwerke/>

Welche Sozialen Netzwerke kennst du? Liste sie unten auf.



.....

.....

.....



Digitale Werbung

Arbeitsunterlagen



Welches sind deiner Meinung nach die grössten sozialen Netzwerke in der Schweiz (mit **den meisten aktiven Nutzern / Usern**)?



Rang	Name des Netzwerkes	Aktive Benutzer (Stand 2018)
1		6.5 Mio
2		5.5 Mio.
3		3.8 Mio
4		2.5 Mio
5		1.4 Mio
6		1.2 Mio
7		920` 000
8		900` 000
8		900` 000

Wer weiss was über mich?



Welche Informationen hast du in einem Social-Network-Account hinterlegt? Wer kann diese sehen?

Name des Sozialen Netzwerkes					
Angabe / Info	Für mich sichtbar	Für Freunde sichtbar	Für Freunde von Freunden sichtbar	Für Unbekannte mit Account	Für Unbekannte ohne Account
Name, Vorname					
Geburtstag					
Geschlecht					
Beziehungsstatus					
Wohnort, Adresse					
Fotos, Videos					
Schule, Arbeit					
Freizeit, Hobbies					
Familie					
Freunde					
Sexuelle Orientierung					
Politische Vorlieben					
Besuchte Orte					
Private Nachrichten					
Statuseinträge					

Digitale Werbung

Arbeitsunterlagen



Gibt es Informationen, die du mit niemandem teilen möchtest?
Hast du solche auf deinem Profil gespeichert (auch unsichtbar, privat)?

.....

.....

.....

.....

Digital oder analog?

Schaut euch den Beitrag von myschool an und besprecht anschliessend die Fragen dazu.



<https://www.srf.ch/sendungen/myschool/digital-natives-2>

Sebastian nutzt Soziale Netzwerke intensiv, Jael verzichtet (fast) ganz darauf.
Könntet ihr auf eure Sozialen Netzwerke verzichten? Warum (nicht)?

.....

.....

Wie würden euer Alltag und euer Leben verändern, wenn plötzlich alle Sozialen Netzwerke nicht mehr funktionieren würden?

.....

.....

.....

.....

Jael schreibt lieber Briefe als Messages und SMS. Welche Vor- und Nachteile seht ihr in der Kommunikation mit Briefen?

Vorteile	Nachteile
.....
.....
.....
.....





Lösungsvorschläge

Rang	Name des Netzwerkes	Aktive Benutzer (Stand 2018)
1	<i>Whatsapp</i>	6.5 Mio
2	<i>Youtube</i>	5.5 Mio.
3	<i>Facebook</i>	3.8 Mio
4	<i>Instagram</i>	2.5 Mio
5	<i>Snapchat</i>	1.4 Mio
6	<i>LinkedIn</i>	1.2 Mio
7	<i>Twitter</i>	920` 000
8	<i>Pinterest</i>	900` 000
8	<i>Xing</i>	900` 000

<https://alike.ch/soziale-netzwerke-in-der-schweiz-die-liste/>



Arbeitsauftrag	Die SuS betrachten einen Cartoon und ein Zitat zum Thema und stellen Vermutungen an, was diese mit sozialen Netzwerken gemeinsam haben könnten.
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • SuS erkennen, dass vermeintlich kostenlose Angebote oft doch bezahlt werden, z. B. mit Daten und persönlichen Angaben. • SuS sind sich bewusst, dass Daten, welche sie in sozialen Netzwerken eintragen gespeichert, genutzt und tw. auch verkauft werden.
Lehrplanbezug	<ul style="list-style-type: none"> • SuS können Verflechtungen und Wechselwirkungen zwischen physischer Umwelt, medialen und virtuellen Lebensräumen erkennen und für das eigene Verhalten einbeziehen (z.B. soziale Netzwerke und ihre Konsequenzen im realen Leben). (MI.1.1.e)
Material	<ul style="list-style-type: none"> • AB „Der neue Tauschhandel“ • Infografik „Die Facebook Währung: Daten“ als Projektion oder Plakat
Sozialform	GA
Zeit	30`

Zusätzliche Informationen:

- Bilanz, Das Geschäft mit Ihren Daten
<https://www.bilanz.ch/unternehmen/das-geschaeft-mit-ihren-daten-473410>
- ZDF, Datenhandel bei Facebook und Co, Das Milliardengeschäft mit den Nutzerdaten
<https://www.zdf.de/nachrichten/heute/datenhandel-bei-facebook-und-co-das-milliardengeschaeft-mit-den-nutzerdaten-100.html>
- Verbraucherzentrale Bundesverband, So macht Facebook Daten zu Geld (Infografik)
<https://www.vzbv.de/infografik/infografik-so-macht-facebook-daten-zu-geld>



Der neue Tauschhandel

«Wenn etwas umsonst ist, sind Sie nicht der Kunde. Sie sind das Produkt!»
Jaron Lanier, Internetskeptiker, 2014



**Lest das Zitat oben in der Gruppe.
Notiert eure Überlegungen so genau wie möglich.**

Was könnte der Autor des Zitates mit seiner Aussage gemeint haben?

.....
.....

Was könnten der Inhalt mit sozialen Netzwerken zu tun haben?

.....
.....

Was gebt / bezahlt ihr den sozialen Netzwerken, z. B. Instagram, obwohl diese ja gratis sind?

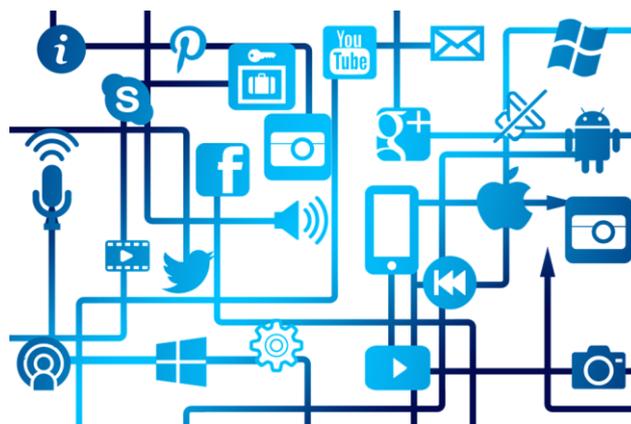
.....
.....

Was können die sozialen Netzwerke mit dieser „Bezahlung“ anfangen?

.....
.....

Wer könnte ausser den Netzwerken selbst noch Interesse daran haben?

.....
.....





Lösungsvorschläge

Was könnte der Autor des Zitates mit seiner Aussage gemeint haben?

Wenn etwas vermeintlich kostenlos ist, hat der Anbieter dennoch irgendein Interesse, das er sich mit den vermeintlichen Kunden erfüllen möchte. Oft geht es darum, dass im Gegenzug für eine vermeintlich kostenlose Leistung zwar kein Geld bezahlt werden muss, dafür aber oft Daten angegeben werden. Diese können vom Anbieter, welcher die Daten abfragt, anschliessend verwendet oder weiterverkauft werden. So sind diese Daten für den Anbieter ebenfalls Geld wert. Folglich hat man für die „kostenlose“ Leistung ebenfalls bezahlt, mit seinen persönlichen Angaben beispielsweise.

Was könnten der Inhalt mit sozialen Netzwerken zu tun haben?

Soziale Netzwerke sind oft kostenlos. D.h. die Registrierung und Benützung der Netzwerke ist gratis. Die Benutzer zahlen indirekt, indem sie ihre Daten eintragen und so den Betreibern Informationen über sich liefern (siehe auch: <https://www.bilanz.ch/unternehmen/das-geschaecht-mit-ihren-daten-473410>). Ausserdem verkaufen die Betreiber Werbeflächen an Unternehmen, welche direkt an die Benutzer der Netzwerke gelangt.

Was gibt / bezahlt ihr den sozialen Netzwerken, z. B. Instagram, obwohl diese ja gratis sind?

Die Nutzer der Netzwerke „bezahlen“ mit ihren Daten (siehe auch oben). Durch die Angabe von Interessen, Hobbies, aber auch Alter, Wohnort etc. ermöglichen die Nutzer dem Betreiber, gezielt Werbung zu publizieren, welche dem Profil des Nutzers entspricht.

Was können die sozialen Netzwerke mit dieser „Bezahlung“ anfangen?

Die Betreiber der Netzwerke können die Daten sammeln, speichern und schliesslich auch verwenden (z. B. für gezielte Werbung, siehe oben).

Wer könnte ausser den Netzwerken selbst noch Interesse daran haben?

Firmen und Institutionen (z. B. auch politische Parteien) können ihre Werbemassnahmen direkt den entsprechenden Zielgruppen zukommen lassen, wenn die sozialen Netzwerke diese passend gliedern können. Ausserdem können auch Adressen, Angaben zu Interessen etc. verkauft werden.



Infografik zur Erklärung:



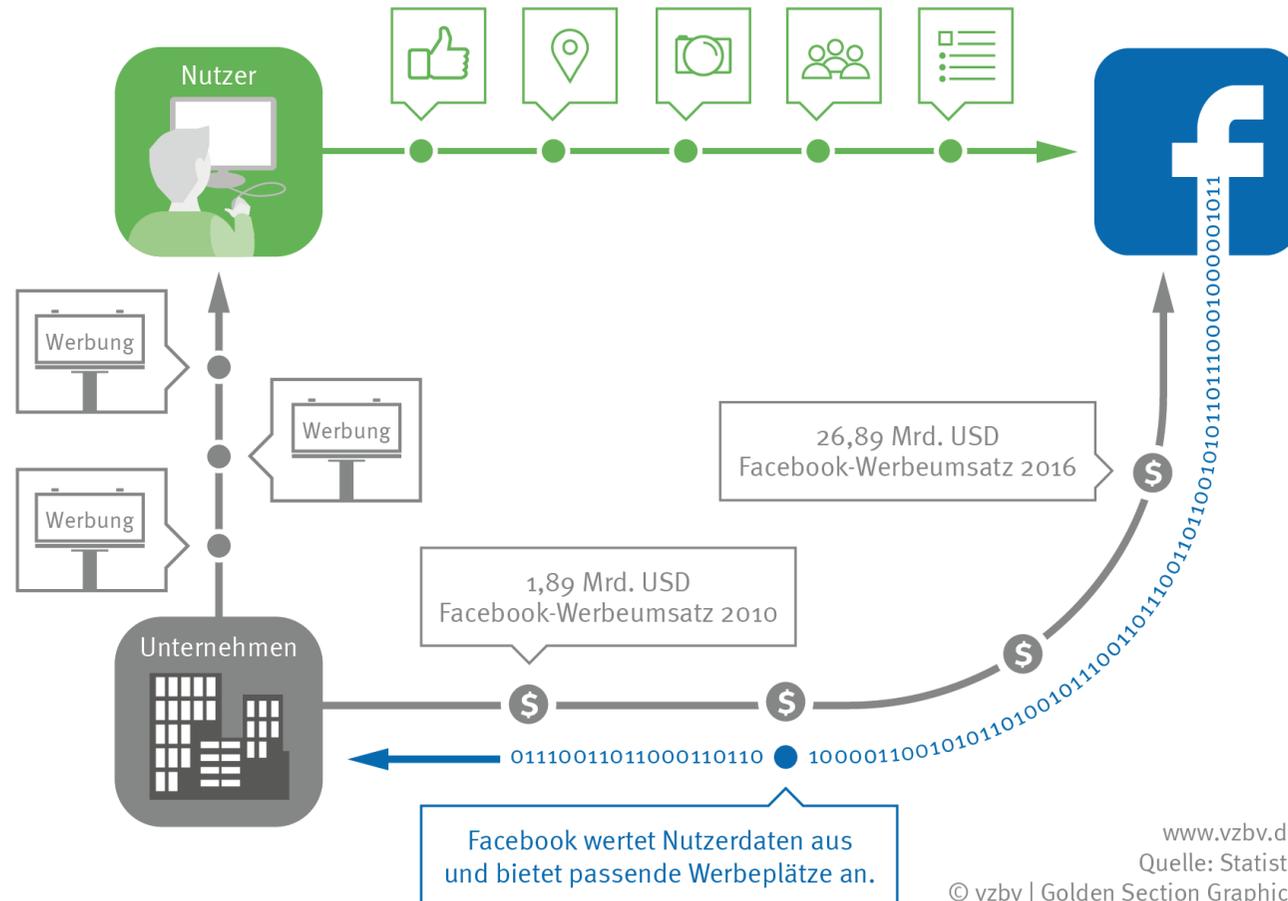
Die Facebook-Währung:

DATEN

Nutzerinnen und Nutzer zahlen kein Geld für die Benutzung von Facebook. Dafür nutzt Facebook sämtliche Daten der Nutzer und verkauft diese in Form von personalisierten Werbeplätzen an werbetreibende Unternehmen.

Dabei gilt: je genauer das Nutzerprofil und die Steuerung des Werbeangebots, desto teurer kann der Werbeplatz verkauft werden. Jede Information über einen Nutzer ist für Facebook daher bares Geld.

verbraucherzentrale
Bundesverband



www.vzbv.de
Quelle: Statista
© vzbv | Golden Section Graphics

Digitale Werbung

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	<p>SuS sammeln einen Tag lang digitale Werbungen, welche sie im Netz antreffen. Gemeinsame Besprechung / Auswertung / Sammlung</p> <p>SuS arbeiten im Placemat-Verfahren und formulieren Ideen und Vermutungen (s. auch https://www.betzold.ch/blog/placemat/). Anschliessend gemeinsame Besprechung und Auswertung.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none">• SuS können erkennen, dass digitale Werbung gezielt und personalisiert eingesetzt wird.• SuS sind sich bewusst, dass mit digitaler Werbung ein Bedürfnis geschaffen werden kann.
Material	<ul style="list-style-type: none">• AB „Wie beeinflusst digitale Werbung unser Leben?“• Placemat „Digitale Werbung“ (am besten Format A3 oder grösser)
Sozialform	EA / GA
Zeit	45` (plus Hausaufgabe)

Zusätzliche Informationen:

- Frankfurter Allgemeine,: Warum sich die Werbung stärker personalisiert
<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/diginomics/warum-sich-die-werbung-immer-staerker-personalisiert-15788686.html>
- Hannoversche Allgemeine: Digitale Werbung verlockt Kinder zu ungesundem Verhalten
<https://www.haz.de/Nachrichten/Digital/WHO-warnt-Digitale-Werbung-verlockt-Kinder-zu-ungesundem-Verhalten>



Placemat „Digitale Werbung“

Sitzt zu **viert** um einen Tisch und tragt **eure Ideen in die Placemat** unten ein. Alle arbeiten selbständig.

Nach jeweils **2 Minuten** wird die **Map gedreht**, so dass ihr ein neues Feld vor euch habt.

Am Ende formuliert ihr gemeinsam **2 Sätze mit den wichtigsten Inhalten** aus allen vier Feldern. Diese Sätze schreibt ihr in die Mitte.



		So wird ausgewählt, wer welche digitale Werbung sieht:	
Für diese Produkte dürfte meiner Meinung nach im Internet nicht erworben werden:			Diese Produkte habe ich schon gekauft oder angeschaut, weil sie mir in digitaler Werbung gezeigt wurden:
	Digitale Werbung beeinflusst mich (nicht), weil ...		

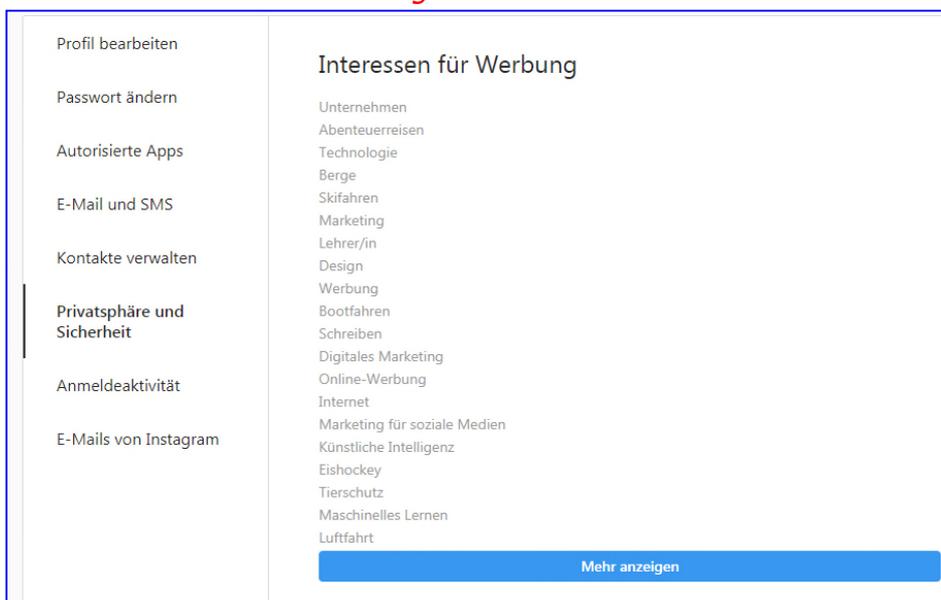


Lösungsvorschläge

Bei beiden Aufgaben sind individuelle Lösungen der SuS möglich.

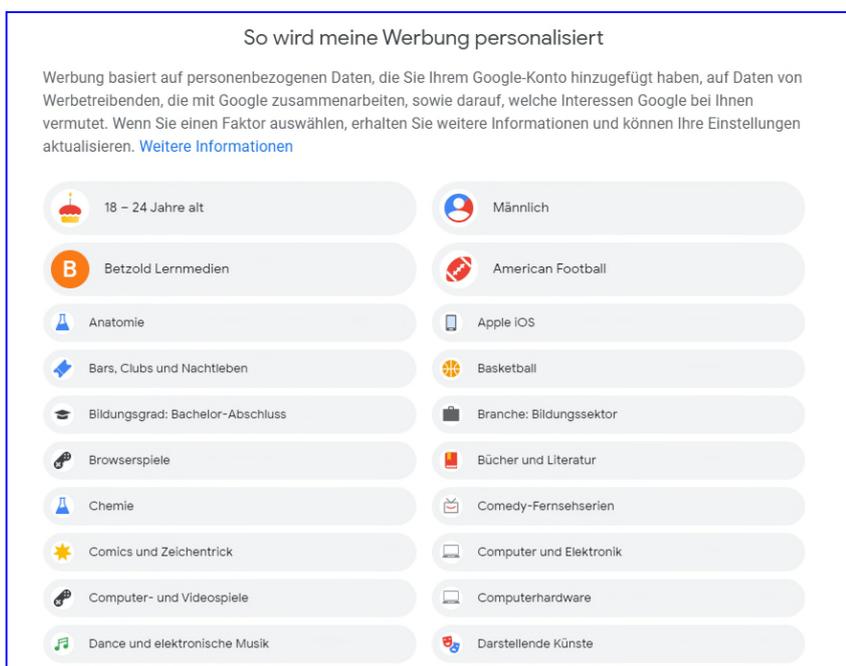
Interessant kann der Hinweis sein, dass bspw. Instagram die Vorlieben und Interessen der Nutzer abspeichert. Diese können mit den folgenden Schritten eingesehen werden:

- **Einstellungen**
- **Privatsphäre und Sicherheit**
- **Kontodaten**
- **Interessen für Werbung**



Bsp. eines Profils bei Instagram

Das gleiche geschieht bei vielen Apps, Onlineportalen oder Suchmaschinen. Oft ist die Einsicht in das eigene Datenprofil allerdings nicht so einfach.



Bsp. eines Profils bei Google



Arbeitsauftrag	Zum Einstieg wird ein Influencer-ABC zusammengetragen. SuS definieren den Begriff „Influencer“. SuS recherchieren zu einer ausgewählten Person und stellen diese anschliessend vor.
Ziel	<ul style="list-style-type: none">• SuS erkennen, dass Influencer die Meinung beeinflussen und dies gezielt einsetzen.• SuS wissen, dass Produktwerbung gezielt in Posts von Influencern platziert wird.
Material	<ul style="list-style-type: none">• AB « Wer glaubt wem was ? »• AB „Darf ich vorstellen?“• Laptop / Tablet mit Internetzugang für Recherche.
Sozialform	Plenum / EA / PA
Zeit	90`

Zusätzliche Informationen:

- Luzerner Zeitung, Traumberuf Influencer, Jetzt gibt es sogar Lehrgänge in der Schweiz <https://www.luzernerzeitung.ch/international/traumberuf-influencer-jetzt-gibt-es-sogar-lehrgaenge-in-der-schweiz-ld.1091722>



Wer glaubt wem was? Influencer

Das Influencer ABC



Sammelt in der Klasse zu jedem Buchstaben eine Person, die ihr als „Influencer“ bezeichnen würdet.

A	B
C	D
E	F
G	H
I/J	K
L	M
N	O
P	Q
R	S
T	U
V	W
X/Y	Z

Kontrolliert nun mit der Definition, welche ihr über den Link unten findet, ob es sich tatsächlich um Influencer handelt.



Was ist ein Influencer? – Advidera.com
<https://www.advidera.com/glossar/influencer/>

Schreibe eine kurze Definition in eigenen Worten auf.

.....

.....

.....

.....



Lösungsvorschläge

Mögliche Lösungen für das Influencer-ABC:

Influencer-Check (Top Influencer Schweiz):
Hype Auditor (Top 1000 Influencer weltweit):

<https://influencer-check.ch/>

<https://hypeauditor.com/de/top-instagram/>



Arbeitsauftrag	<p>SuS erfahren anhand eines Videos, was hinter den Social Media Stars steckt und wie sich diese in Szene setzen.</p> <p>SuS erstellen eine eigene Anleitung mit Tipps, wie man in den sozialen Medien erfolgreich ist.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none">• SuS wissen, dass hinter den Social Media Stars ein ganzes Team und harte Arbeit steckt.• SuS erkennen, dass sich die Produktionen der Social Media Stars (fast) nur mit Werbebeiträgen finanzieren lassen und deshalb Interessensgruppen Einfluss auf die Stars haben.
Material	<ul style="list-style-type: none">• AB „Wie wird man ein Social Media Star?“• Laptop / Tablet / Beamer für Video
Sozialform	EA / PA
Zeit	45`

Zusätzliche Informationen:

- Kurzlink zum Video in der Lektion: <https://br.de/s/3rB8tjI> (kann auch heruntergeladen werden)
- Sofatutor-Magazin : Social Media, So wirst du zum Instagram-Star
<https://magazin.sofatutor.com/schueler/social-media-so-wirst-du-zum-instagram-star/>
- 20 Minuten: Schweizer Influencer verraten Geheim-Tipps
<https://www.20min.ch/people/schweiz/story/Schweizer-Influencer-verraten-Geheim-Tipps-18861445>



Wie wird man ein Social Media Star?



Schau dir das nachfolgende Video an. Hier wird dir unter anderem erklärt, was alles zu beachten ist, wenn man in den sozialen Medien (Social Media) Erfolg haben will.

BR Online: Darum sind Influencer so beliebt
<https://www.br.de/sogehmediem/medien-basics-influencer100.html>
Dauer: 8:33 Minuten



Das habe ich im Video Neues gelernt:

.....
.....
.....
.....

Das kannte ich bereits:

.....
.....
.....
.....

Ich bin mit folgenden Aussagen (nicht) einverstanden:

Einverstanden:

Nicht einverstanden:

.....



Digitale Werbung

Arbeitsunterlagen



Verfasse nun selbst eine „Gebrauchsanleitung“ wie man im Internet möglichst viele Follower gewinnt.

Überlege dir auch, was dir wichtig ist, damit du jemandem folgst oder Likes verteilst.



Mögliche Inhalte der Tipps:

Art und Aufmachung der Bilder, Inhalte der Texte / Posts, verwendete Sprache und Ausdrücke, Posen / Darstellung auf den Bildern, Kleidung, Filter / Kameraeinstellungen, Häufigkeit der Posts, Erwähnung von Marken und anderen Stars, öffentliche Auftritte, Privatleben, usw.

So wirst du zum Social Media Star ...

Tipp 1:

Tipp 2:

Tipp 3:

Tipp 4:

Tipp 5:

Tipp 6:

Tipp 7:

Tipp 8:

Tipp 9:

Tipp 10:



Ist Social Media Star ein Traumberuf? Oder willst du das gar nicht sein? Diskutiert diese Fragen zu zweit.