



verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

WERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN

Dieses Unterrichtsmaterial befasst sich mit verschiedenen Beiträgen aus sozialen Netzwerken und den Unterschieden zwischen Inhalt und Werbung. Die Schülerinnen und Schüler lernen so, Beiträge ihrer Funktion nach einzuordnen. Auf diese Weise wird der konkretisierende Begriff „Medien als Einflussfaktoren“ der Leitperspektive Verbraucherbildung an einem schülernahen Thema in den Deutschunterricht integriert.

HAUSAUFGABE:

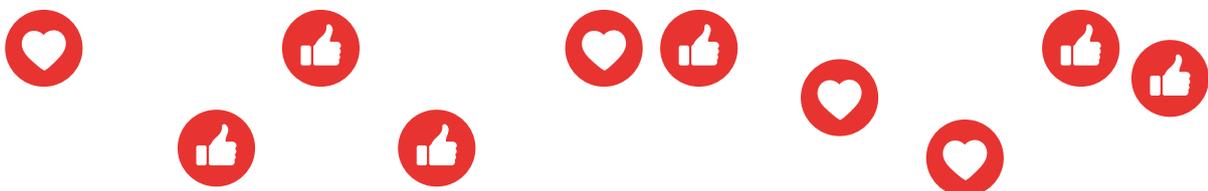
Sammele 4 Screenshots von Beiträgen aus mind. drei verschiedenen sozialen Netzwerken (z.B. Instagram, Facebook, Snapchat, Whatsapp, YouTube).
Bringe diese mit in den Unterricht.

Achte bei den Screenshots auf die folgenden Dinge:

- Das dargestellte Bild ist in Gänze zu sehen.
- Die Verschlagwortung (Hashtags) ist, falls vorhanden, mit abgebildet.
- Nach Möglichkeit (und je nach Netzwerk) sind Kommentare und Likes zu sehen.
- Die Beiträge dürfen nicht von Freundinnen, Freunden und Familie von dir sein, sondern von Kanälen, denen du folgst, die du aber nicht persönlich kennst!



Quelle: Screenshot: https://www.instagram.com/p/BkKs9coF_ZE/?taken-by=lisaandlenahttps://www.instagram.com/p/Bjhdj3wAhpq/?taken-by=carodaur
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018





DAS SPIEL DER WERBUNG MIT DEN FUNKTIONEN VON MEDIEN

Medien werden in unserer freien, demokratischen Gesellschaft verschiedene Funktionen zugeschrieben. Bei diesen Funktionen handelt es sich um Information, Unterhaltung und Kommunikation.



FUNKTIONEN VON MEDIEN

Information

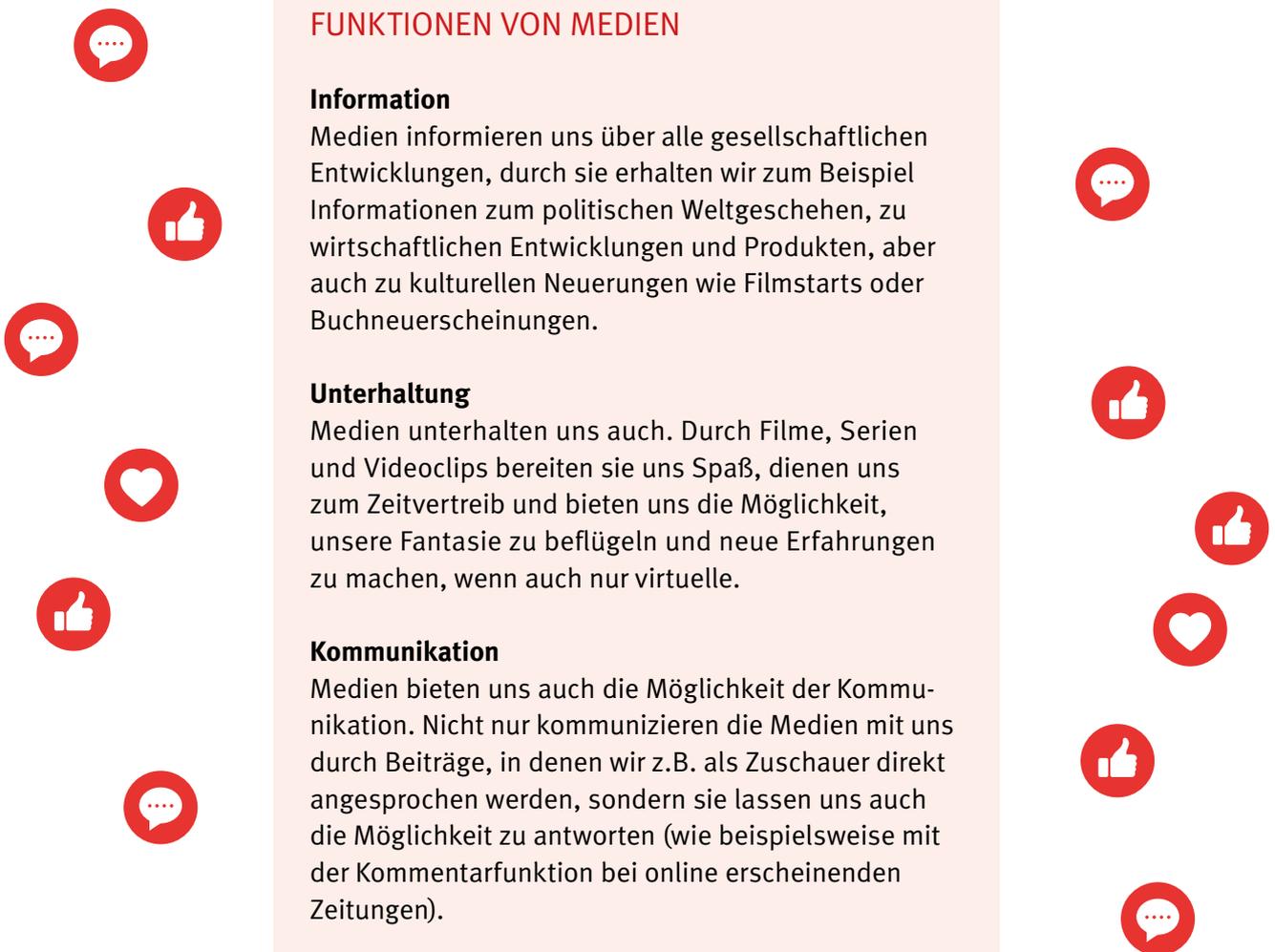
Medien informieren uns über alle gesellschaftlichen Entwicklungen, durch sie erhalten wir zum Beispiel Informationen zum politischen Weltgeschehen, zu wirtschaftlichen Entwicklungen und Produkten, aber auch zu kulturellen Neuerungen wie Filmstarts oder Buchneuerscheinungen.

Unterhaltung

Medien unterhalten uns auch. Durch Filme, Serien und Videoclips bereiten sie uns Spaß, dienen uns zum Zeitvertreib und bieten uns die Möglichkeit, unsere Fantasie zu beflügeln und neue Erfahrungen zu machen, wenn auch nur virtuelle.

Kommunikation

Medien bieten uns auch die Möglichkeit der Kommunikation. Nicht nur kommunizieren die Medien mit uns durch Beiträge, in denen wir z.B. als Zuschauer direkt angesprochen werden, sondern sie lassen uns auch die Möglichkeit zu antworten (wie beispielsweise mit der Kommentarfunktion bei online erscheinenden Zeitungen).



Werbung macht sich diese Funktionen zunutze. Wie genau soll hier kurz dargelegt werden. Werbung hat den Zweck, den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen zu steigern. Sie macht sich alle der oben genannten Funktionen zunutze.



Die Informationsfunktion tritt in den Vordergrund, wenn ein Unternehmen scheinbar über ein Produkt informieren möchte. Das ist etwa bei der Einführung neuer Produkte der Fall, wenn die Eigenschaften des Produkts noch nicht bekannt sind und verbreitet werden sollen. Ein Beispiel hierfür ist die Dosiermenge bei einem neuen Waschmittel, die dann in der Werbung thematisiert wird.

Die Unterhaltungsfunktion wird, beispielsweise in witzigen Werbeanzeigen, die die Leserinnen und Leser zum Lachen bringen, in Werbung vor allem dazu genutzt, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Außerdem wird dem Leser oder der Zuschauerin durch sie Spaß und Abwechslung geboten, damit diese die Werbung wahrnehmen und das Produkt in positiver Erinnerung behalten.

Die Kommunikationsfunktion macht sich Werbung zunutze, um Nähe zu einem Produkt oder einem Unternehmen herzustellen, indem die Menschen direkt angesprochen und auch zum Antworten aufgefordert werden. Wenn beispielsweise ein Star so in die Kamera spricht, als wolle er sich mit den Zuschauenden unterhalten, entsteht mehr Nähe zum Produkt als wenn eine Landschaft gezeigt würde.

Soziale Medien wie z.B. Instagram, Facebook oder YouTube unterscheiden sich von „klassischen“ Medien wie Fernsehen, Zeitung oder Radio und so unterscheidet sich auch die Werbung in sozialen Medien von der Werbung in Medien.

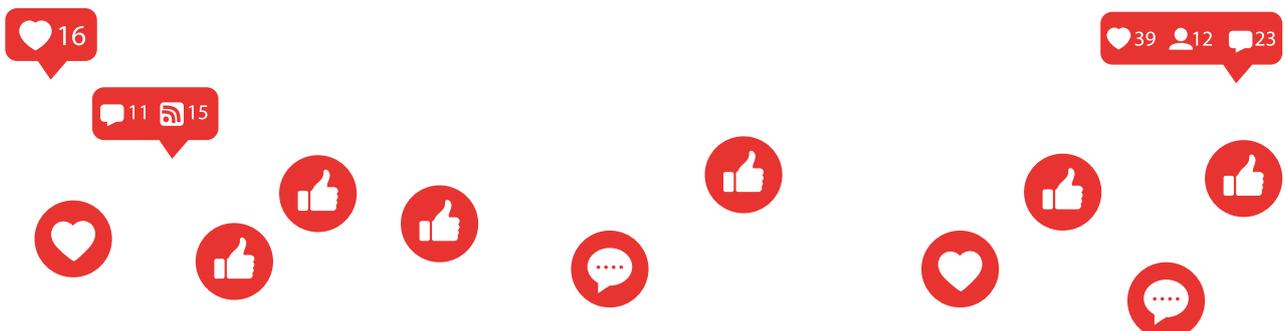
Soziale Medien sind Plattformen, auf denen User Inhalte wie Meinungen, Erfahrungen oder Informationen austauschen bzw. veröffentlichen können. Während also klassische Medien selbst Inhalte bereitstellen, die durch irgendeine Art von Auswahlprozess gegangen sind, sind soziale Medien eine Art Infrastruktur, die es ihren Usern ermöglicht, Inhalte zu veröffentlichen.

Die Kommunikationsfunktion ist die wichtigste der oben genannten Funktionen bei Werbung in sozialen Medien: Sogenannte Influencer sind, genau wie ihre Follower auch, User der sozialen Medien und befinden sich damit scheinbar in derselben Position wie diese. Sie stehen im Dialog mit ihnen: Auf einen Post der Influencer folgen Kommentare und Likes der Follower, die wiederum von den Influencern beantwortet werden können. Machen Influencer Werbung, geschieht das im Rahmen dieser Aktivitäten in den sozialen Medien: Sie posten Bilder von sich mit bestimmten Produkten wie Kleidung oder Schmuck und betonen deren Vorteile aus ihrer Sicht. Dadurch, dass sie ein scheinbar privates Verhältnis zu ihren Followern pflegen, kommt die Werbung denn auch nicht als Werbung daher, sondern wie das Teilen einer Vorliebe von einem Freund oder einer Freundin für ein bestimmtes Produkt. Diese Uneindeutigkeit der Werbung aufgrund des Verhältnisses zwischen Influencern und Followern spiegelt sich auch in der Kennzeichnung der Werbung wider: Da Influencer sowohl privat als auch zum Geldverdienen in den sozialen Medien unterwegs sind, vermischen sich Postings, mit denen sie kein Geld verdienen, mit Werbeposts, für die sie Geld von Unternehmen bekommen. Es gibt zwar vereinzelte Regeln zur Kennzeichnung, aber die Grenzen zwischen Werbung und Inhalten verschwimmen in den sozialen Medien stark. Aus diesem Grund ist es für die Follower nicht klar ersichtlich, ob es sich um nicht gekennzeichnete Werbung oder einen nicht kommerziellen Beitrag handelt.



... AUFGABE 4

Geht in Gruppen zusammen und erstellt gemeinsam ein Plakat, auch unter Verwendung eurer Screenshots, auf dem ihr einprägsam erklärt, woran man Werbung von Inhalten in sozialen Medien unterscheiden kann. Bestimmt jemanden aus eurer Gruppe, der das Plakat und seine Inhalte kurz der Klasse vorstellt (2 bis 5 min.)



REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG		
Die Funktion von Texten und die Darbietungsform von Medien werden hier anhand des Beispiels von unterschiedlichen Inhalten in verschiedenen sozialen Medien behandelt. So wird der konkretisierende Begriff „Medien als Einflussfaktoren“ der Leitperspektive Verbraucherbildung an einem schülernahen Thema realisiert.		
EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN		
Kategorie	3.2.1	Texte und andere Medien
Unterkategorie	3.2.1.3	Medien
Inhaltliche Kompetenz	(1)	Medien hinsichtlich ihrer Darbietungsform und Kommunikationsfunktion beschreiben (Printmedien, Hörmedien, visuelle, audiovisuelle Medien; Suchmaschinen, Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungsplattformen, soziale Netzwerke) (G, M und E)
	(2)	Funktionen von Medien unterscheiden (G), vergleichen (M) und bewerten (E) (Information, Unterhaltung, Kommunikation, auch Werbung)
Konkretisierende/r Begriff/e		Medien als Einflussfaktoren
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.3.3	Lesestrategien und Methoden der Texterschließung anwenden (markieren, Verstehensbarrieren identifizieren, Verständnisfragen formulieren, Texte strukturieren, Wortbedeutungen und Fachbegriffe klären, Nachschlagewerke in verschiedenen Medien verwenden).
PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF		
Zeitaufwand		Ca. 90 min
Zusätzlich benötigtes Material		Je nach Schulausstattung und Durchführung: entsprechende Hard- und Software für jede/n Schüler/in oder Bastelmaterial für Postererstellung.
Einstieg		Mitgebrachte Screenshots der Lehrkraft, es eignen sich dazu bspw. folgende Fragen: <ul style="list-style-type: none"> • Was assoziiert ihr mit diesen Bildern? Sind sie Unterhaltung oder Information? Content oder Werbung?

Erarbeitungsphase I		Lesen und erschließen des beigefügten Sachtextes, erneute Analyse der Screenshots aus dem Einstieg.
Erarbeitungsphase II		Analyse der eigenen Screenshots
Ergebnissicherung		Selbst erarbeitetes Plakat
Anwendung/Reflexion/Übung		Nach der ersten Erarbeitungsphase sollten die Aufgaben 1 und 2 im Plenum besprochen werden.
Kommentar		<p>Je nach persönlichem Unterrichtsstil und technischer Ausstattung der Schule kann diese Unterrichtseinheit entweder digital oder analog durchgeführt werden. Je nachdem, wie die Einheit durchgeführt wird, müssen die einzelnen Aufgabentexte mündlich oder durch eingefügte Texte ergänzt werden. Einen weiteren Überblick zu rechtlichen Grundlagen der Kennzeichnung von Werbung in sozialen Netzwerken finden Sie hier: Die Medienanstalten:</p> <p><i>https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien_Leitfaeden/Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_Social_Media.pdf</i></p>

Weiterführende Links:

Quelle: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Zusammenfassung_LfM__Kinder_und_Onlinewerbung.pdf
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien_Leitfaeden/Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_Social_Media.pdf
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://www.wettbewerbszentrale.de/media/getlivedoc.aspx?id=35905>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/werbung/>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/werbung-48161>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <http://medienkindergarten.wien/medienpaedagogik/infothek/funktionen-der-medien/>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien-in-einer-demokratischen-gesellschaft-i-und-ii>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/werbung/index.html>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D14058.php>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://www.internetworld.de/social-media-marketing/influencer/influencer-marketing-rechtlichen-rahmenbedingungen-1528224.html>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: https://www.wuv.de/marketing/wann_wird_influencer_marketing_zu_schleichwerbung
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021

Quelle: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>
zuletzt zugegriffen am 10.02.2021



Bibis Beauty Palace
 Diese Seite gefällt mir · 6. April 2017 · 🌐

Einfach nur zum Abknutschen 🍷💋 Ich liebe die vielen Sorten von eos ! Sind auch perfekt als kleines Ostergeschenk. #eosproducts #eosswipe #schenkhhappiness #sponsored

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👍❤️👍 9.638 ⌵ Älteste zuerst ⌵

21 Mal geteilt 185 Kommentare

Vorherige Kommentare anzeigen

 **Christa Geier**



Gefällt mir · Antworten · 31 W

 **Christa Geier** Ich und mein Bruder Denny die kucken jeden Tag deine Videos

Gefällt mir · Antworten · 31 W

 **Thouraya Sabara** Wie süß EOS 🍷👍👍

Gefällt mir · Antworten · 31 W

 **Hasan Natalie Lara Demirel** Like for like

Gefällt mir · Antworten · Übersetzung anzeigen · 29 W

 **Alyonka V Glazax Zelyonka** Wunderbrow zum Schnupperpreis Interesse?



Quelle: Bibifacebook: <https://www.facebook.com/478371152206885/photos/a.499968136713853.113638.478371152206885/1389124381131553/?type=3&theater>
 zuletzt zugegriffen am 03.08.2018



carodaur • Folgen
Hamburg Airport

carodaur Next ✈️ Vienna, Berlin, Tulum, LA, Milan 🦋⭐🦋⭐🦋 #daurtraveler | look @chloe #chloe #chloegirls anzeige

Weitere Kommentare laden

karachimobiles580 Hi

carrollin_ Cute 🥰✅🥰

dau_nascimento Linda 🍌

ankeboettcher 🥰

inspirenomads Love this look!

sem_tukur Hi

ajay_shun007 <https://youtu.be/PnTivTwRyFE>

Watch my song subscribe subscribe
subscribe

azarrakhsh Kann mir bitte bitte jemand sagen, was sneakers das sind? Finde sie



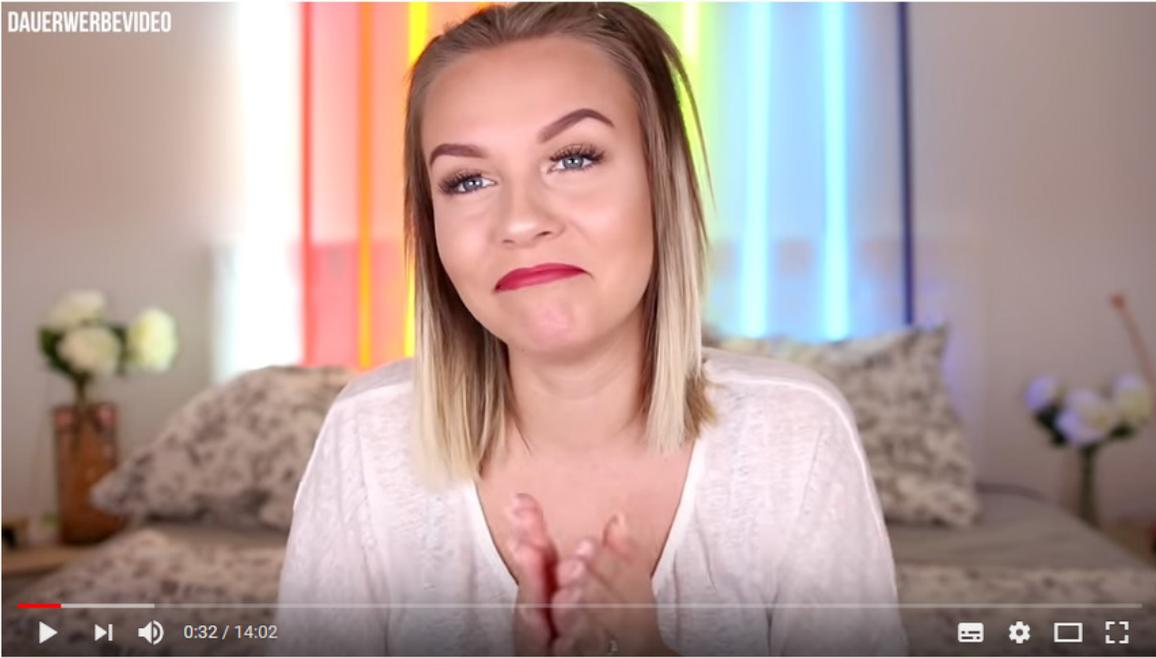
Gefällt 38.797 Mal

1. JUNI

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Quelle: Carodaurinsta: <https://www.instagram.com/p/Bjfb2rdgPWK/?taken-by=carodaur>
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

DAUERWERBEVIDEO



... ENDLICH kann ich's sagen 🥰🌈 | Dagii Bee

1.298.409 Aufrufe

72.717 Likes 10.088 Kommentare

TEILEN

ABONNIEREN 3,8 MIO.

Dagii Bee
Am 20.05.2018 veröffentlicht

DAUERWERBEVIDEO
Tickets gibt es HIER ➔ <https://dagipopuptour.ticket.io>

MEHR ANZEIGEN

Nächstes Video AUTOPLAY

- 

Ich schminke mich mit MAMA'S MAKE-UP 😍 oh oh ... | Dagii Bee

Dagii Bee ✓
963.858 Aufrufe
- 

Dagis Schwester LeniMariee lästert über Bibis Beauty Palace

Starzip.de
1,5 Mio. Aufrufe
- 

So peinlich ... Mein erstes Q&A - NEU beantworten 😂 | Dagii Bee

Dagii Bee ✓
975.272 Aufrufe
- 

24 STUNDEN eingesperrt im AUTO 🚗 | ViktoriaSarina

ViktoriaSarina ✓
1,4 Mio. Aufrufe
- 

ALLES bei McDonalds bestellen 🍔 | + 1 iPhone X für DICH!

Simon Desue ✓
877.978 Aufrufe
- 

In die Wohnung schei*? 10 FAKTEN über ZULA** 🐼 | Dagii Bee

Dagii Bee ✓
1,1 Mio. Aufrufe
- 

Ich überrasche meine Zuschauer | Shirin David

Shirin David ✓
2,2 Mio. Aufrufe

Quelle: Dagibeeyoutube: https://www.youtube.com/watch?v=8l1UaQsj_mo
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018



lisaandlena • Folgen

lisaandlena on our way to our first fashion show #fendi 🙌

Weitere Kommentare laden

lelimantler_71 Love you

sophie_rott @leamalenp als ob...

leamalenp fondi fendi hahahah @sophie_rott

mmers.pl @marcusandmartinus wyglądają jak gówno xd

lynnonski @carodaur du auch 🤔

qeta4547 @robinrikketonje not only outfit 😞

naapurinpenaa You're so ugly

naapurinpenaa Btw don't come Finland!!

beto_story cute how you made different hairstyles so they can tell who in who

♥️ 💬 📌

Gefällt 622.907 Mal

22. FEBRUAR

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren. ⋮

Quelle: Lisalena3: <https://www.instagram.com/p/BffrflRgn9l/?taken-by=lisaandlena>
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018



Unser eigenes McDonald's Eis 2.0 ?! (der Boss probiert..) | Die Lochis

398.577 Aufrufe

17.623 Likes, 1.279 Kommentare

TEILEN

DieLochis ✓
Am 31.03.2018 veröffentlicht

<http://dielochis.de/Eis>

Freunde, wir waren mal wieder beim Mc Donalds Boss und haben etwas neues für euch! Jetzt ist es Euer Ding! Macht euch euren eigenen Mc Flurry und votet vom 31.03-14.04. auf www.dielochis.de/eis für euer Lieblingstopping & Sauce. :D

Wir haben es schonmal getestet und was die Jury dazu sagt, seht ihr im Video.
Unterstützt durch Produktplatzierung.

ABONNIEREN 2,5 MIO.



Scheitert unser Eis bei McDonald's? | Die Lochis
DieLochis ✓
264.789 Aufrufe
10:28



Lochi vs. Lochi Extrem - Wenn ich du wäre in Paris | Die Lochis
DieLochis ✓
1,2 Mio. Aufrufe
12:59



TREUE PRANK an Julian (mit anderem Mädchen) geht schief
BibisBeautyPalace ✓
Empfohlenes Video
12:26



McDonald's Boss probiert unser Eis | Die Lochis
DieLochis ✓
2,2 Mio. Aufrufe
19:56



Wir reagieren auf Fan-Beichten | Die Lochis
DieLochis ✓
330.545 Aufrufe
9:42



10 ARTEN VON ASSIS
DieLochis ✓
1,4 Mio. Aufrufe
5:55



Als Schüler Geld verdienen - Babysitten | Die Lochis
DieLochis ✓
1,8 Mio. Aufrufe
9:44



Treue trotz Fremdgehen .. ? 😬 | Julienco

Quelle: Lochisyoutube: <https://www.youtube.com/watch?v=WK5m1GoCqY>
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018



toni.kr8s • Folgen

toni.kr8s Anyone interested in my matchworn @championsleague final boots and a prepared jersey from last saturday? <https://www.unitedcharity.de/Auktionen/Toni-Kroos-CL-Schuhe>

Weitere Kommentare laden

m_willyan_8 Eu quero 😊

titouboualem Hala Madrid

titouboualem ❤️❤️👍

ahriati_vlh_sailo @zodi_qlh heite pawh hi awww, mahse pawm lai a nei 😞

lambert_f10 @thomashoelli frech vom anton das i de ned griagt hob

thomashoelli @lambert_f10 würden genau zu dir passen

aljihaoui Hey nice pic amigo



Gefällt 953.391 Mal

30. MAI

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Quelle: Tonikroosinsta: <https://www.instagram.com/p/BjZh9jPhfge/?taken-by=toni.kr8s>
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

