

DEUTSCH / L-E-R

KLASSE: 7 / 8

NIVEAU: D – G

Verbraucherbildung:  
Medien und Information



**verbraucherzentrale**

*Brandenburg*

# 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.

**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 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=lisaandlena](https://www.instagram.com/p/BkKs9coF_ZE/?taken-by=lisaandlena)  
<https://www.instagram.com/p/Bjhdj3wAhpq/?taken-by=carodaur>  
 zuletzt zugegriffen am 03.08.2018





# AUFGABE 1

Lies dir Text 1 aufmerksam durch. Markiere wichtige Stellen. Beantworte mit Hilfe des Textes folgende Fragen:

- Was sind die Kernaussagen des Textes?
- Wodurch unterscheiden sich klassische Medien und soziale Medien? Berücksichtige bei deiner Antwort auch das Thema Werbung.







## 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, die-nen 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 Leser zum Lachen bringen, in Werbung vor allem dazu genutzt, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Außerdem wird dem Leser oder Zuschauer durch sie Spaß und Abwechslung geboten, damit dieser die Werbung wahrnimmt und das Produkt in positiver Erinnerung behält.

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 dem Zuschauer 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 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 2**

Schau dir noch einmal die Screenshots vom Beginn der Stunde an. Würdest du die Screenshots nach der Lektüre des Textes immer noch derselben Kategorie zuordnen?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

 **AUFGABE 3**

Schau dir nun die von dir gesammelten Screenshots an. Ist bei diesen Werbung dabei? Gibt es Screenshots, die sich nicht eindeutig einordnen lassen?

---

---

---

---

---

---

---

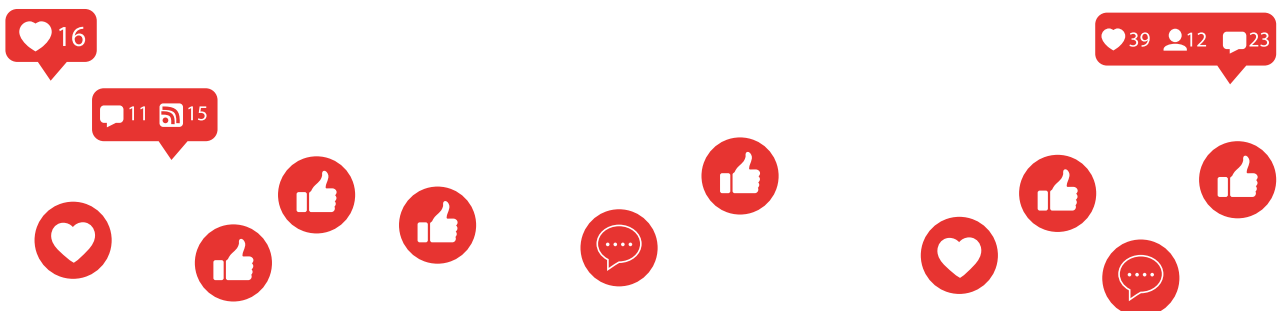
---

---

---

 **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 einen Experten, der das Plakat und seine Inhalte kurz der Klasse vorstellt (2 bis 5 min.)



**ZUORDNUNG ZU DEN STANDARDS GEMÄSS RAHMENLEHRPLAN BERLIN/BANDENBURG**

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 EINEN BLICK**

**Fach:** Deutsch, L-E-R

**Jahrgangsstufe:** 7/8, **Niveaustufe:** D–G

**Zeitbedarf:** ca. 2 Unterrichtsstunden

**Material:** (Je nach Schulausstattung und Durchführung) Digitales Endgerät mit Software bzw. App für die Schülerinnen und Schüler und/oder Bastelmaterial für Postererstellung

**Einstieg:** Mitgebrachte Screenshots der Lehrkraft, es eignen sich dazu bspw. folgende Fragen „Was assoziiert ihr mit diesen Bildern?“ – „Sind sie Unterhaltung oder Information?“ – „Content oder Werbung?“

**STANDARDS IM FACH DEUTSCH**

- Mit Texten und Medien umgehen – Texte in anderer medialer Form erschließen (E–G)
- Kompetenzbereich im Fach: Mit Texten und Medien umgehen

**STANDARDS IM BASISCURRICULUM MEDIENBILDUNG**

- Unterschiede von Informationsquellen beschreiben, mediale Informationsquellen auswählen und nutzen (D)
- Informationsquellen in Bezug auf Inhalt, Struktur und Darstellung kritisch bewerten, Glaubwürdigkeit und Wirkung von Informationsquellen kritisch beurteilen (G)
- Die Möglichkeiten und Methoden medialer Manipulation exemplarisch analysieren (G)
- Interessengeleitete Wirkungsabsichten von Medienangeboten
- Analysieren und ihre Wirkung untersuchen (G)
- Kompetenzbereiche im Basiscurriculum Medienbildung: Informieren, Produzieren, Analysieren, Reflektieren

**ZUORDNUNG ZU DEN STANDARDS DES BASISCURRICULUM SPRACHBILDUNG**

- Sachverhalte und Informationen zusammenfassend wiedergeben (D, G)
- Überlegungen zu einem Thema darlegen (D, G)



**ZUORDNUNG ZUM ÜBERGREIFENDEN THEMA VERBRAUCHERBILDUNG GEMÄSS ORIENTIERUNGS- UND HANDLUNGSRahmen VERBRAUCHERBILDUNG**

|                                                |                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Verbraucherbildung</b>                      | Medien und Information                                                                                                                                                                              |
| <b>Fachwissen</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Eigenschaften von genutzten Medien erläutern (D)</li><li>• Chancen und Risiken der Mediennutzung anhand ausgewählter Beispiele interpretieren (F)</li></ul> |
| <b>Problemerkennung und -analyse</b>           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Chancen und Risiken von Mediennutzung benennen (D)</li></ul>                                                                                                |
| <b>Kompetenzen als Kommunikationsempfänger</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mediale Informationsquellen im Hinblick auf ausgewählte Konsumprobleme auswerten (F)</li></ul>                                                              |

**Weiterführende Links:**

Quelle: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Zusammenfassung\\_LfM\\_\\_Kinder\\_und\\_Onlinewerbung.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Zusammenfassung_LfM__Kinder_und_Onlinewerbung.pdf)  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien\\_Leitfaeden/FAQ-Flyer\\_Kennzeichnung\\_Werbung\\_Social\\_Media.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien_Leitfaeden/FAQ-Flyer_Kennzeichnung_Werbung_Social_Media.pdf)  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

<https://www.wettbewerbszentrale.de/media/getlivedoc.aspx?id=35905>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <https://www.lmz-bw.de/werbung-facebook.html>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <https://www.lmz-bw.de/medienbildung/jugendmedienschutz/einkaufen-werbung/influencer-lang-unerkanntes-werbepotenzial.html>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/werbung-48161>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

<http://medienkindergarten.wien/medienpaedagogik/infothek/funktionen-der-medien/>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien-in-einer-demokratischen-gesellschaft-i-und-ii>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/werbung/pwiegeschichtederwerbung100.html>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D14058.php>  
zuletzt zugegriffen am 11.07.2018

Quelle: [https://www.internetworld.de/online-marketing/influencer/influencer-marketing-rechtlichen-rahmenbedingungen-1528224.html?page=1\\_was-ist-werbung](https://www.internetworld.de/online-marketing/influencer/influencer-marketing-rechtlichen-rahmenbedingungen-1528224.html?page=1_was-ist-werbung)  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

Quelle: [https://www.wuv.de/marketing/wann\\_wird\\_influencer\\_marketing\\_zu\\_schleichwerbung](https://www.wuv.de/marketing/wann_wird_influencer_marketing_zu_schleichwerbung)  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

Quelle: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien-in-einer-demokratischen-gesellschaft-i-und-ii>  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

Quelle: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

Quelle: <http://www.webcitation.org/6EcplOpal>  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018



...  
**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 #schenkhappiness #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

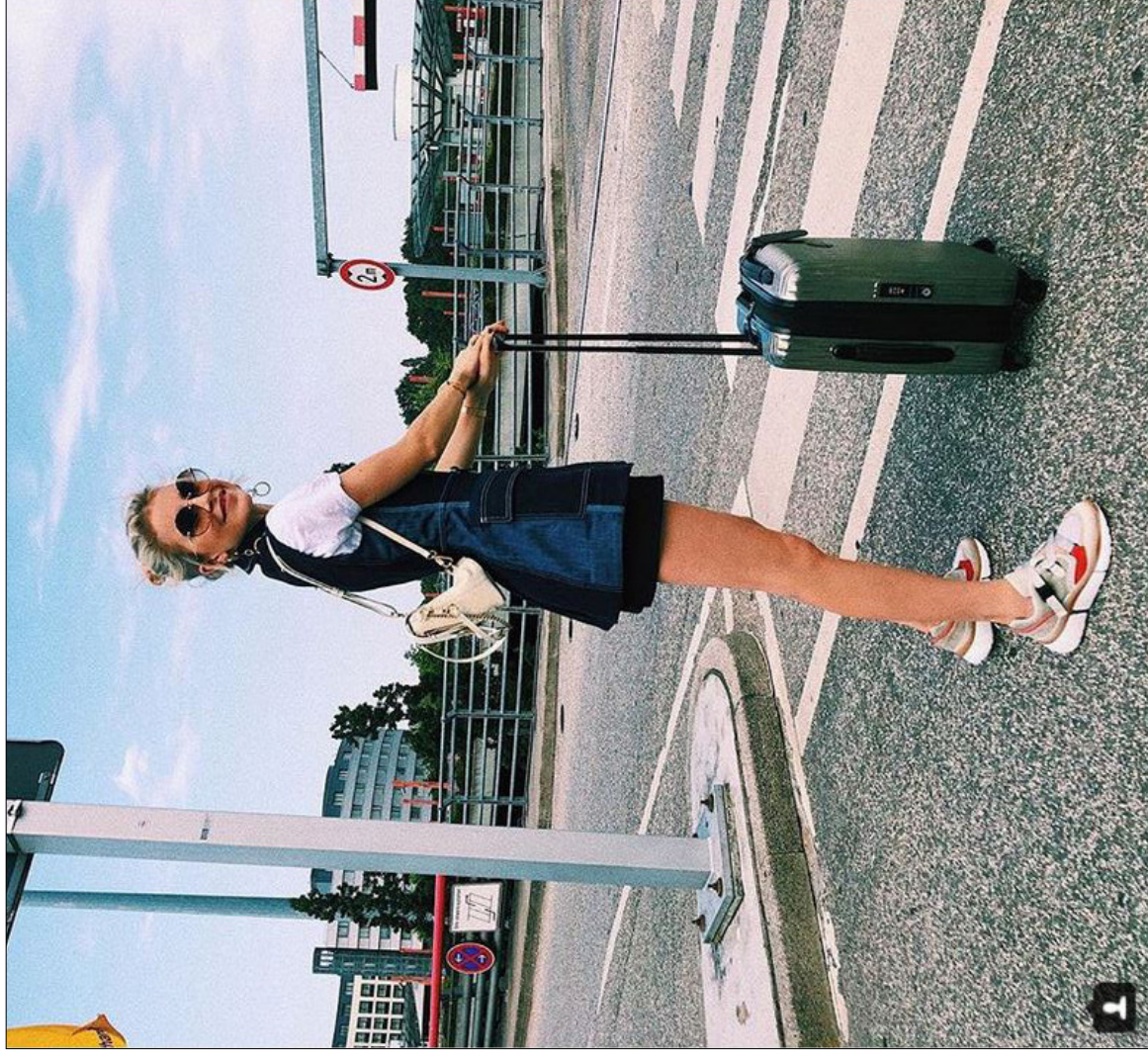
Thouraya Sabara Wie süß EOS 🍷🍷  
 Gefällt mir · Antworten · 31 W

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/4783711522066885/photos/a.499968136713853.113638.4783711522066885/1389124381131553/?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!

semt\_cukur Hi

ajay\_shun007 <https://youtu.be/PnTivTwRyFE>

Watch my song subscribe subscribe

azarrakhsh Kann mir 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

0:32 / 14:02

72.717

10.088

TEILEN

...

... ENDLICH kann ich's sagen 🙌 | Dagi Bee

1.298.409 Aufrufe

Dagi Bee

Am 20.05.2018 veröffentlicht

DAUERWERBEVIDEO

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

MEHR ANZEIGEN

ABONNIEREN 3,8 MIO.

Nächstes Video

Ich schminke mich mit MAMAS MAKE-UP 🐝 oh oh ... | Dagi Bee

Dagi Bee

963.858 Aufrufe

15:33

WARUM?? MAMA

Dagis Schwester LeniMarlee lästert über Bibis Beauty Palace

Starzip.de

1,5 Mio. Aufrufe

1:02

So peinlich ... Mein erstes Q&A - NEU beantworteten 🐝 | Dagi Bee

Dagi Bee

975.272 Aufrufe

13:35

24 STUNDEN eingesperrt im AUTO 🐝 | ViktoriaSarina

ViktoriaSarina

1,4 Mio. Aufrufe

15:16

24h im Auto

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

Simon Desue

877.978 Aufrufe

9:29

In die Wohnung schei\*\*\*? 10 FAKTEN über ZULA 🐝 | Dagi Bee

Dagi Bee

1,1 Mio. Aufrufe

10:39

10 FAKTEN über Zula

Ich überrasche meine Zuschauer | Shirin David

Shirin David

2,2 Mio. Aufrufe

16:21

ICH ÜBERASCHTE EUCH ZUHAUSE

Quelle: Dagibeeyoutube: [https://www.youtube.com/watch?v=8t1UaQSj\\_mo](https://www.youtube.com/watch?v=8t1UaQSj_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 hahhahah

@sophie\_rott

mimers.pl @marcusandmartinus wygląda ją

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: Lisalenaz: <https://www.instagram.com/p/BffrflRgn9I/?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 1.279 TEILEN



DieLochis

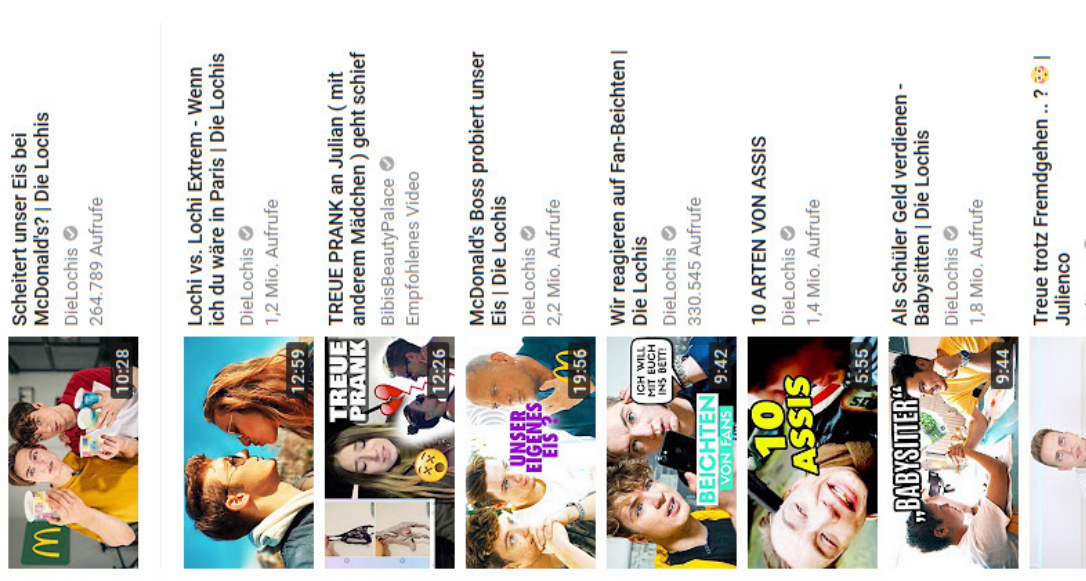
Am 31.03.2018 veröffentlicht

<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](http://www.dielochis.de/eis) für euer Lieblingsstopping & 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

Lochi vs. Lochi Extrem - Wenn ich du wäre in Paris | Die Lochis

DieLochis  
1,2 Mio. Aufrufe

TREUE PRANK an Julian ( mit anderem Mädchen ) geht schief

BibisBeautyPalace  
Empfohlenes Video

McDonald's Boss probiert unser Eis | Die Lochis

DieLochis  
2,2 Mio. Aufrufe

Wir reagieren auf Fan-Beichten | Die Lochis

DieLochis  
330.545 Aufrufe

10 ARTEN VON ASSIS

DieLochis  
1,4 Mio. Aufrufe

Als Schüler Geld verdienen - Babysitten | Die Lochis

DieLochis  
1,8 Mio. Aufrufe

Treue trotz Fremdgehen .. ? | Julienne

Quelle: Lochisyoutube: <https://www.youtube.com/watch?v=Wk5m1GoCq1Y>  
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/BiZh9jPhfge/?taken-by=toni.kr8s>  
zuletzt zugegriffen am 03.08.2018

... KONTAKT

Verbraucherzentrale Brandenburg e.V.  
Verbraucherbildung  
Babelsberger Straße 12  
14473 Potsdam

[bildung@vzb.de](mailto:bildung@vzb.de)  
[www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/bildung](http://www.verbraucherzentrale-brandenburg.de/bildung)

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



**verbraucherzentrale**

*Brandenburg*

