

IMPRESSUM

Titel:

„Kosmos YouTube“

Reihentitel:

Mobile Medien – Neue Herausforderungen

Autorinnen:

Kim Beck (Handysektor, mecodia)

Franziska Hahn

Stefanie Rack (klicksafe)

1. Auflage, Dezember 2019

Kooperationspartner:

Dieses Material wurde in Zusammenarbeit von klicksafe und Handysektor erstellt.

Herausgeber:

klicksafe ist das deutsche Awareness Centre im CEF Telecom Programm der Europäischen Union.

klicksafe wird gemeinsam von der LMK – medienanstalt rlp (Koordination) und der Landesanstalt für Medien NRW umgesetzt.

Koordinator klicksafe:

Birgit Kimmel und Deborah Woldemichael, LMK

The project is co-funded by the European Union, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/self-regulation-better-internet-kids>. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Herausgeber. Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

Handysektor ist die unabhängige Anlaufstelle für den digitalen Alltag von Jugendlichen. Die Webseite ist ein gemeinschaftliches Projekt der Landesanstalt für Medien NRW und des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs). Die Projektleitung liegt bei Florian Beutenmüller (mecodia GmbH).

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Für klicksafe: Birgit Kimmel

Für Handysektor: Mechthild Appelhoff,

Thomas Rathgeb (mpfs)

Bezugsadressen:

klicksafe

c/o Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK)

Rheinland-Pfalz

Direktor: Dr. Marc Jan Eumann

Turmstraße 10

67059 Ludwigshafen

Tel.: 0621 5202-271

E-Mail: info@klicksafe.de

www.klicksafe.de

Handysektor

c/o Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

E-Mail: redaktion@handysektor.de

www.handysektor.de



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung-Nicht kommerziell 4.0 International Lizenz, d. h. die nicht-kommerzielle Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle klicksafe und der Webseite www.klicksafe.de erlaubt. Sollen über die genannte Lizenz hinausgehende Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit klicksafe getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an info@klicksafe.de.

Weitere Informationen unter:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in diesem Modul trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Autorinnen ausgeschlossen ist.

Layout und Umschlaggestaltung:

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH,

67061 Ludwigshafen

Lektorat:

Dirk Diemer

INHALT

EINFÜHRUNG

- 4 YouTube, die Unterhaltungsplattform Nummer 1

WIE JUGENDLICHE YOUTUBE NUTZEN

- 6 Passiv statt aktiv – YouTube als Fernsehersatz
- 6 YouTube – keine Plattform für Kinder
- 7 Die Sogwirkung von YouTube
- 9 Pranks, Challenges und Hauls – beliebte Genres und Formate auf YouTube
- 10 Stars der Generation Z
- 13 Einseitig und normiert? Problematische Körperbilder
- 13 Frauen sind emotional und Männer Experten: die Reproduktion von Geschlechterstereotypen
- 15 Flache Erde und der große Austausch – Verschwörungstheorien und extremistische Weltbilder
- 16 Politik auf YouTube: Der „Rezo-Effekt“
- 16 Hemmungsloser Konsum
- 17 Hasskommentare und YouTube-Armeen

ICH WILL YOUTUBE-STAR WERDEN – BERUFSWUNSCH YOUTUBERIN ODER YOUTUBER

- 18 YouTube als Business: Netzwerke
- 20 YouTube-Money: Monetarisierungsmodell
- 20 Kooperationen und Werbedeals, Rabattcodes und Affiliate-Links

„DAS WEISS ICH VON YOUTUBE“ – YOUTUBE ALS INFORMATIONSQUELLE

- 22 YouTube als Suchmaschine
- 23 Lernen mit YouTube

PROJEKTE

- 24 Übersicht der Projekte
- 25 Projekt 1: YouTube und Du
- 29 Projekt 2: Influencing you?!
- 34 Projekt 3: Ich will YouTube-Star werden!
- 39 Projekt 4: Unser eigenes Lernvideo

EINFÜHRUNG

YOUTUBE, DIE UNTERHALTUNGSPLOTTFORM NUMMER 1

Die Video-Plattform YouTube, eine Tochtergesellschaft von Google, ist das mit Abstand beliebteste Internetangebot unter Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren in Deutschland, wie die repräsentative JIM-Studie 2018¹ zeigt. Die YouTube-App wird außerdem als eine der drei beliebtesten Apps unter Jugendlichen genannt. YouTube ist damit ein fester Bestandteil der digitalen Jugendkultur. Die Plattform eröffnet Jugendlichen die Möglichkeit, die Videos zu konsumieren, auf die sie gerade Lust haben – wann und wo sie möchten. Und sie bietet eine enorme Vielfalt an Inhalten, die aus den verschiedensten Motiven heraus genutzt werden können: Man kann sich unterhalten lassen, informieren, über Trends auf dem Laufenden halten, etwas lernen oder auch am Leben der YouTube-Stars teilhaben.

Die werbefinanzierte Plattform hat seit ihrem Entstehen im Jahr 2005 unzählige Stars hervorgebracht. Es ist kein Geheimnis, dass erfolgreiche YouTuberinnen und YouTuber Millionenbeträge durch ihre Videos verdienen können. Pro Minute werden etwa 400 Stunden neues Videomaterial auf die Plattform hochgeladen, die mehr als eine Milliarde aktive Nutzerinnen und Nutzer zählt². Kaum ein Star kommt heute mehr um YouTube herum, denn wer für die junge Zielgruppe relevant sein will, erreicht sie hier besser als über jedes Rundfunkangebot³.

YouTube ist aus dem Leben der Jugendlichen heute also nicht mehr wegzudenken. Daher gilt es, das Hintergrundwissen und die Medienkritikfähigkeit von Jugendlichen zu schärfen und sie anzuregen, sich mit Strukturen, Akteuren und Inhalten des beliebten Internetangebots auseinanderzusetzen. Zu verstehen, wie die Plattform funktioniert

und wie z. B. Videovorschläge ausgewählt werden, gehört ebenso dazu, wie Geschäftsmodelle und Einflussmöglichkeiten großer YouTube-Stars zu hinterfragen. Im Unterricht hinter die Kulissen der Videoplattform zu blicken, kann sich dabei motivierend auf Jugendliche auswirken: 60 % der 12 bis 19-Jährigen äußern den Wunsch, sich in der Schule kritisch mit dem Thema YouTube auseinanderzusetzen⁴. Es lohnt sich außerdem, junge Menschen zum Entdecken unbekannter Inhalte anzuregen, die sie je nach individuellem Entwicklungsstand positiv für sich nutzen können – denn oftmals sind Jugendlichen nur bestimmte Genres und YouTuberinnen und YouTuber bekannt. Dazu gehören auch Videos oder YouTube-Kanäle, die Bildungsinhalte unterhaltsam vermitteln und so im Unterricht behandelte Themen ergänzen. Für Lehrkräfte ist es außerdem sinnvoll, die Funktionen und Inhalte der Plattform YouTube zu kennen. Sie können so nicht nur die Medienkompetenz ihrer Schülerinnen und Schüler im Umgang mit der Videoplattform fördern, sondern Inhalte auch didaktisch unterstützend für den eigenen Unterricht nutzen. Gerade weil die zum Teil schrille Welt der YouTube-Stars für Erwachsene oftmals befremdlich wirkt, soll es auf den folgenden Seiten auch darum gehen, die Faszination an der Plattform verstehen zu lernen.

YouTube eröffnet Chancen, birgt jedoch auch einige Risiken. Wir wollen daher auch über kritische Aspekte informieren, wie beispielsweise hemmungslos zelebrierten Konsum (z. B. Haul-Videos; haul engl. für „Fang“, „Ausbeute“), den Einfluss von Werbung sowie problematische Vorbilder in Bezug auf politische Meinungsbildung, Körperbilder und Normierung. Werfen wir gemeinsam einen Blick auf den „Kosmos YouTube“!

¹ Quelle: mpfs, JIM-Studie 2019, S. 35. Link: <https://tinyurl.com/y8pubcbq>

² Quelle: YouTube, 2019, Link: <https://tinyurl.com/yy2fqlb5>

³ Quelle: Think with Google, 2016, Link: <https://tinyurl.com/y8ue5f4j>

⁴ Quelle: Rat für Kulturelle Bildung e.V., 2019, S. 34. Link: <https://tinyurl.com/y4lrl3fe>

WIE JUGENDLICHE YOUTUBE NUTZEN

Ob auf dem Smartphone, dem Tablet, am Laptop oder dem Computer: Für Jugendliche hat die Videoplattform YouTube einen festen Platz im Alltag. 60 % der 12- bis 19-Jährigen geben in der JIM-Studie 2018 an, mindestens mehrmals pro Woche Video-Clips bei YouTube anzusehen⁵.

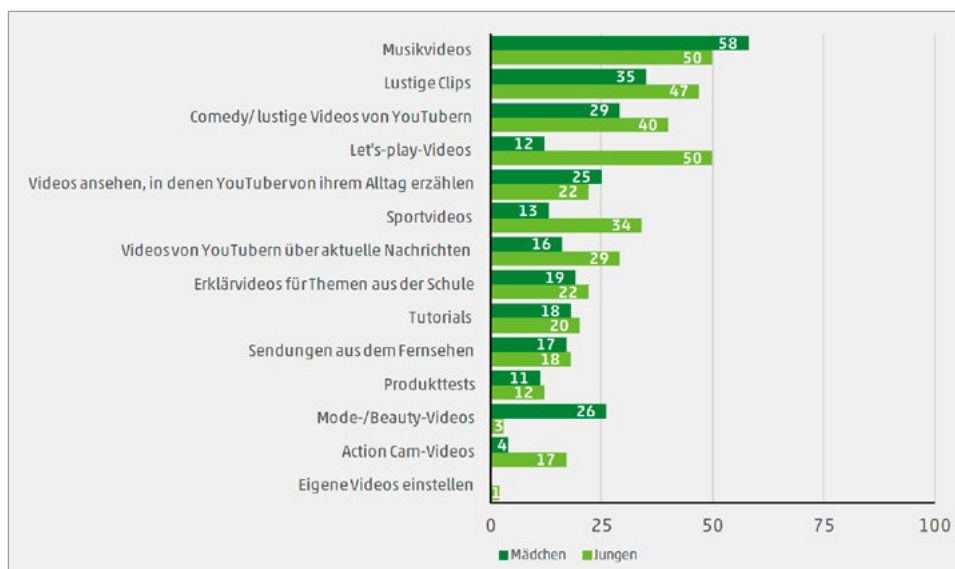
Am häufigsten werden von Jugendlichen Musikvideos konsumiert (54 %). Platz zwei der beliebtesten Inhalte belegt die Kategorie „lustige Clips“ (41 %), gefolgt von „Comedy bzw. lustige Videos von YouTubern“ (35 %). Deutliche Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich auf Platz vier: Hier geht es um sogenannte Let’s-Play-Videos, also Mitschnitte von digitalen Spielen (an der Konsole oder am Computer). Die Hälfte der Jungen nutzt diese Videos mindestens mehrmals in der Woche, im Vergleich zu lediglich 12 % der Mädchen. Auch Sportvideos oder Formate, in denen YouTuberinnen und YouTuber über aktuelle Nachrichten berichten, haben für Jungen

Unterrichtsprojekt 1

Im Projekt 1 „YouTube und Du“ reflektieren die Schülerinnen und Schüler den eigenen Umgang mit YouTube. Ein Fragebogen dient dazu, Nutzungsgewohnheiten, Vorlieben und Probleme mit YouTube in der Klasse zu sammeln. In einer Zusatzübung können die Schülerinnen und Schüler ihren liebsten YouTube-Star vorstellen.

eine höhere Relevanz. Mode- bzw. Beauty-Videos hingegen werden von 26 % der Mädchen mindestens mehrmals in der Woche konsumiert, dafür begeistern sich allerdings nur 3 % der Jungen⁶.

YouTube: Nutzung 2018 – täglich/mehrmals pro Woche



Unterschiede bei der YouTube-Nutzung zwischen Mädchen und Jungen.

Quelle: JIM-Studie 2018, S. 50

⁵ Quelle: mpfs, JIM-Studie 2019, S. 47. Link: <https://tinyurl.com/y8pubcbq>

⁶ Quelle: mpfs, JIM-Studie 2019, S. 50. Link: <https://tinyurl.com/y8pubcbq>

Passiv statt aktiv – YouTube als Fernsehersatz

Obwohl es für viele Jugendliche technisch wahrscheinlich keine große Hürde darstellt, einen eigenen YouTube-Kanal anzulegen und in wenigen Schritten Videos auf der Plattform zu veröffentlichen, spielt das für 92 % keine Rolle: Sie laden nie selbst etwas hoch. Mit nur 1 % sind Jugendliche, die regelmäßig Videos auf der Plattform einstellen, durchaus noch eine Besonderheit (mpfs, S. 49). Als Gründe dafür geben von Handysektor befragte Schülerinnen und Schüler u. a. an, dass das Schneiden von Videos zu viel Zeit in Anspruch nehme und dass sie lieber Videos schauen, statt sie selbst zu produzieren. Der Eingriff in die Privatsphäre spielt bei der Begründung ebenfalls eine Rolle.

„Ich will auch nicht, dass die ganze Welt Videos von mir sehen kann.“

(Schüler, 8. Klasse)

YouTube – keine Plattform für Kinder

Für die Anmeldung bei YouTube und die aktive Nutzung der Plattform (Videos uploaden, melden etc.) wird ein Google-Konto benötigt, das die Anforderungen an das Mindestalter erfüllt⁷. Dies liegt in Deutschland für Google-Dienste bei 16 Jahren. Für jüngere Kinder ab 13 Jahren

können Eltern mit der App „Family Link“ ein Google-Konto erstellen und verwalten. Die Nutzung von YouTube gilt dann als „genehmigt“, wenn Eltern die YouTube-App oder die Webseite www.youtube.com nicht in den Family-Link-Einstellungen blockieren. Hier können auch Berechtigungen für die YouTube-App – wie zum Beispiel der Zugriff auf die Kamera – eingestellt werden. Erreicht das Kind das erforderliche Mindestalter, kann es das Konto dann selbst verwalten. Für jüngere Kinder wird die App „YouTube Kids“ empfohlen, die nur Inhalte für jüngere Kinder bereit stellt und für die ebenfalls Sicherheits-Einstellungen über Family Link gemacht werden können⁸ (weitere Informationen zu Family Link im Infokasten). Allerdings kann YouTube auch ohne Anmeldung über einen Google-Account genutzt werden. In diesem Fall wird generell bei Kindern bzw. Jugendlichen unter 18 Jahren die Erlaubnis der Erziehungsberechtigten vorausgesetzt. YouTube fordert dazu auf, die Nutzungsbedingungen gemeinsam mit den Eltern durchzulesen; eine weitere Kontrolle findet jedoch nicht statt⁹.

Die Altersvorgaben sind durchaus sinnvoll, denn auf der zunächst harmlos erscheinenden Plattform finden sich auch Videos, die nicht für jede Altersgruppe geeignet sind. Dies können Videos aus dem rechtsextremen Spektrum wie der Identitären Bewegung sein, die ihre menschenverachtende Weltanschauung jugendaffin und auch schon



Youtuberin Katja Krasavice spricht in ihren Videos u. a. über Sexualpraktiken und verweist auf pornografische Seiten.
Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 28.06.19



⁷ Quelle: <https://support.google.com/accounts/answer/1350409>, Stand: 5.08.2019

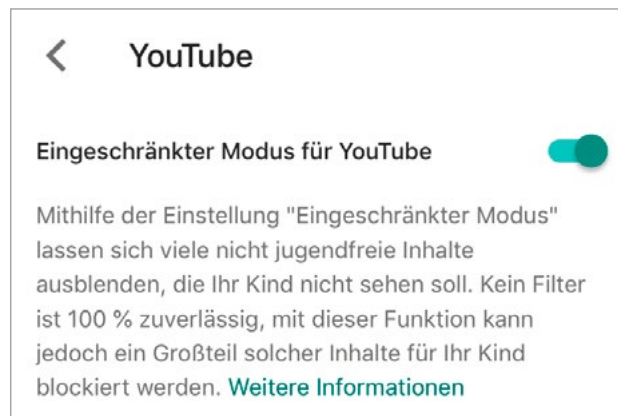
⁸ Quelle: <https://support.google.com/youtubekids/answer/7348644?hl=de>, Stand: 5.08.2019

⁹ Quelle: <https://www.youtube.com/t/terms>, Stand: 22.07.2019

für Kinder ansprechend präsentieren. Oder eigentlich informative Videos mit gewaltvollen Inhalten, beispielsweise Berichte aus Kriegsgebieten. Problematisch sind auch „gekaperte“ Videos, die kindgerecht starten, aber nach kurzer Zeit plötzlich ungeeignete Inhalte zeigen.¹⁰ Es finden sich auch andere Videos, die verstörende Wirkung auf jüngere Kinder haben können. Die YouTuberin Katja Krasavice ist etwa mit stark sexualisierten Inhalten erfolgreich und bewegt sich damit häufig an der Grenze des von YouTube Erlaubten. Sie bewirbt in ihren Videos auch Seiten, auf denen pornografische Inhalte zu finden sind.

Google Family Link

Google Family Link ist eine kostenlose App, über die Eltern die mobile Nutzung von Google-Diensten durch ihr Kind regulieren können. Das Kinderhandy muss ein Android-Gerät sein, während die Steuerung der App auf dem Elterngerät über die Betriebssysteme iOS und Android möglich ist. Eltern können beispielsweise Apps und Webseiten freischalten oder sperren, Nutzungszeiten festlegen, sich aber auch den Standort des Kindes anzeigen lassen. Welche dieser Möglichkeiten sie tatsächlich nutzen, sollten Eltern mit ihrem Kind besprechen. Außerdem ist es im Hinblick auf den Datenschutz des Kindes sinnvoll, die voreingestellte Speicherung des YouTube-Suchverlaufs in den Aktivitätseinstellungen zu ändern. Eine Video-Anleitung, wie Google Family Link möglichst datenschutzfreundlich zu nutzen ist, finden Sie bei mobilssicher.de:  <https://tinyurl.com/y5968j55>. Ausführliche Informationen beim Internetguide für Eltern:  <https://tinyurl.com/y342gnsd>



Aktivierung der Funktion „Eingeschränkter Modus“ in der App Family Link.

Quelle: Screenshot iOS

Der Dienst „YouTube Kids“ bietet eine Vorfilterung solcher Inhalte an und verspricht dadurch mehr Sicherheit für Kinder. Er weist allerdings noch Lücken auf. Für den Schutz der Kinder besteht zudem die Möglichkeit, das YouTube-Nutzerprofil auf „eingeschränkter Modus“ zu stellen¹¹: Potentiell jugendgefährdende Inhalte werden dann nicht angezeigt. Der eingeschränkte Modus muss auf allen verwendeten Geräten und Browsern in YouTube einzeln aktiviert werden. In der Family-Link-App können Eltern den eingeschränkten Modus in den Einstellungen aktivieren. Die Kinder können diese Einstellung dann auf Geräten, auf denen sie mit ihrem Konto angemeldet sind, nicht selbst wieder ändern. Dabei ist aber zu beachten, dass kein Filter einhundertprozentige Sicherheit bieten kann und gerade Heranwachsende schnell Wege finden, solche Filter zu umgehen.

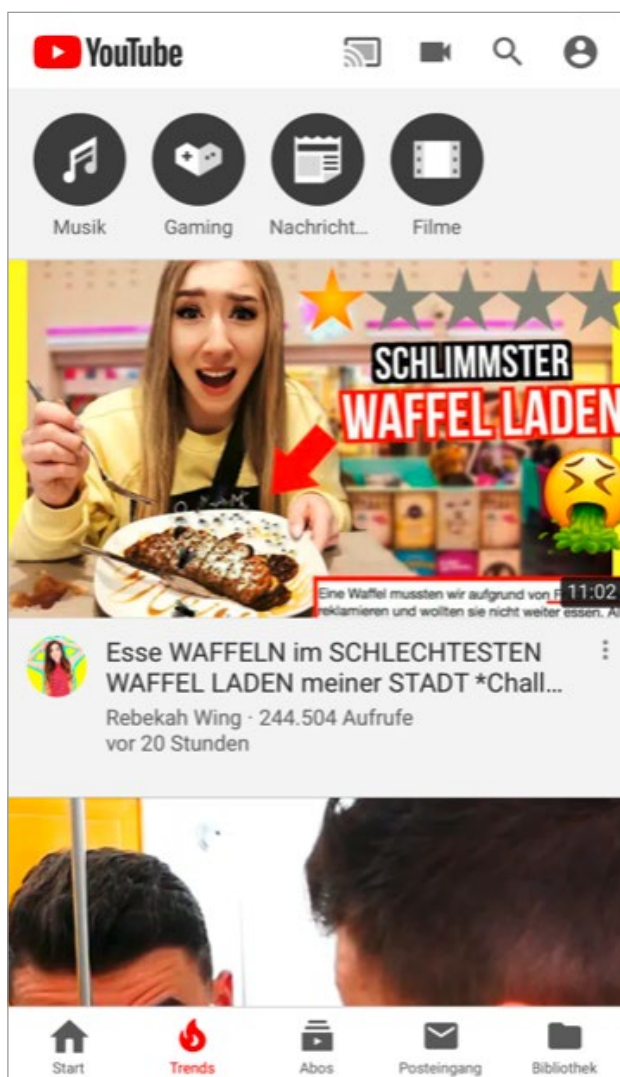
Die Sogwirkung von YouTube

Der YouTube-Algorithmus macht Vorschläge auf Basis der bisherigen Vorlieben der Nutzerinnen und Nutzer. Videos werden auf der Startseite oder in der Spalte neben dem aktuell konsumierten Film also nicht nach dem Zufallsprinzip angezeigt. Wer sich gerne lustige Clips und Let's-Play-Videos ansieht, dem werden immer wieder solche oder

¹⁰ Weitere Informationen finden Sie bei klicksafe unter <https://tinyurl.com/y4ovpgw5> oder beim Internet-Abc: <https://tinyurl.com/y2ktd9r5>

¹¹ Weitere Informationen zum eingeschränkten Modus bei Schau Hin: <https://tinyurl.com/y5x33kuc>

ähnliche Videos vorgeschlagen¹². Ob hochwertige Lernvideos angezeigt werden ist fragwürdig. Durch die starke Personalisierung des Nutzerprofils kann auf YouTube außerdem eine Art Filterblase entstehen: Man bekommt nur noch Inhalte präsentiert, die man gerne mag, lernt aber nichts Neues kennen und bekommt auch keinen Gegenentwurf zu seinem Weltbild. Zudem verleiten die personalisierten Videovorschläge und andere Mechanismen zum Weiterschauen. Durch die „Autoplay-Funktion“



Headline plus Emojis: YouTuberinnen und YouTuber haben ihren ganz eigenen Stil geprägt, der bei Jugendlichen gut ankommt und zum Klicken verleitet.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 28.06.19

Kontrolle von Bildschirmzeiten

Bei der Nutzung von Social Media Diensten vergeht die Zeit häufig wie im Flug. Zur Kontrolle der eigenen Bildschirmzeit am Smartphone kann in der YouTube-App unter „Einstellungen“ eine Pausenerinnerung festgelegt werden. Außerdem eignen sich Apps wie „Quality Time“ oder „Digitales Wohlbefinden“ (ab Version 9 Pie) für Android oder die Einstellung „Bildschirmzeit“ für iPhone-Nutzerinnen und -Nutzer. Für Eltern bietet sich die Kontrolle über die Google-App „Family Link“ oder bei iOS über die App „Screen-time Parental Control“ an.

Weitere Informationen gibt es beim Handysektor: www.handysektor.de/artikel/hat-youtube-dich-im-griff/

beispielsweise wird das nächste Video sofort nach dem Ende des gerade abgespielten gestartet. Diese Funktion lässt sich über einen Schieberegler am rechten Bildrand ausstellen. Sich von YouTube zu lösen ist für Jugendliche also häufig nicht leicht, denn das nächste spannende Video steht immer schon sichtbar bereit. Sogenanntes Clickbaiting (dt. Klickköder, bait = Köder) spielt besonders bei den Vorschaubildern (sog. Thumbnails) und Titeln eine zusätzliche Rolle. Reißerische Überschriften à la „Schock! So reagiert mein Freund auf mein Geständnis“ und die überzogene Mimik auf den Vorschaubildern sollen junge Nutzerinnen und Nutzer zum Anklicken und Weiterschauen verleiten.

¹² Quelle: YouTube Creator Academy. Link: <http://tinyurl.com/yxpe7oyz>

Pranks, Challenges und Hauls – beliebte Genres und Formate auf YouTube

Auf der Plattform haben sich im Laufe der Zeit beliebte Genres und Formate herausgebildet. Einige YouTube-Stars lassen sich solchen Genres zuordnen oder sind bekannt für bestimmte Formate. Dazu gehören unter anderem:

Pranks

Bei Pranks werden andere Menschen veräppelt und dabei mit versteckten Kameras gefilmt, ähnlich wie im Fernsehformat „Versteckte Kamera“. Es gibt unterschiedliche Arten von Pranks. Sehr beliebt sind sie unter YouTube-Pärchen. Auch wenn YouTuberinnen und YouTuber Pranks immer als humorvoll darstellen, werden dabei häufig ernste Themen (z. B. das Outing als homosexuell, Schwangerschaftsabbruch) ins Lächerliche gezogen. Pranks sollen auf Zuschauerinnen und Zuschauer echt wirken, sind aber häufig gestellt.

Tutorials

Tutorials sind eine Art digitale Bastelanleitung. YouTuberinnen und YouTuber zeigen dabei Schritt für Schritt, wie unterschiedlichste Dinge erstellt bzw. nachgemacht werden können. Tutorials gibt es für nahezu alle Lebensbereiche: von Origami-Anleitungen über Tutorials zum Erlernen von Sportübungen, aufwändige Tortenverzierungen oder auch Reparaturanleitungen für Haushaltsgegenstände. Auch schulische Themen können in Tutorial-Form erklärt werden, z. B. Schritt für Schritt Gleichungen lösen.

Challenges

In Challenges stellen sich YouTuberinnen und YouTuber verschiedenen Herausforderungen. Häufig werden Challenges zu Online-Trends. Neben YouTube-Stars werden sie dann auch von jungen Nutzerinnen und Nutzern kopiert und auf YouTube oder anderen sozialen Netzwerken geteilt und verbreitet. Bekanntheit erlangte beispielsweise die „Ice Bucket Challenge“, zu der im Jahr 2014 auch einige große Stars aufriefen. Es existieren allerdings auch einige gefährliche Challenges, zum Beispiel die „Kiki do you love me Challenge“ (Jugendliche tanzen neben fahrendem Auto) oder die „Bird Box Challenge“ (Meistern von Alltags-Situationen mit verbundenen Augen, wie das Überqueren von Straßen, angelehnt an den Horrorthriller „Bird Box“).

Vlogs (Videotagebücher)/Follow-me-arounds („Folge mir umher“)

Hierbei nehmen YouTuberinnen und YouTuber ihre Fans mithilfe der Kamera mit in ihren Alltag. Die Videos können sich auf einzelne Tage, Events oder auch einen längeren Zeitraum, z. B. eine Reise, beziehen. Vlogs oder Follow-me-arounds werden oft mit wackliger Kamera gedreht, enthalten (scheinbar) spontane Szenen und vermitteln das Gefühl, am Leben der YouTuberin bzw. des YouTubers teilzunehmen.

Let's-Plays

In Let's-Play-Videos werden in der Regel Computerspiele gezeigt. Häufig wird dabei neben dem Bildschirm auch eine Frontalansicht des/der Spielenden gezeigt, durch die man Reaktionen und Emotionen beobachten kann. In Let's-Plays werden digitale Spiele kommentiert, Tipps zum Lösen von Aufgaben gegeben, Spielende erzählen aus ihrem Alltag oder unterhalten sich online in Game-Chats mit Freundinnen und Freunden.



Hauls

Bei einem Haul (engl. auch „Raubzug“) stellen YouTuberinnen und YouTuber ihre Einkaufsausbeute vor. Sehr beliebt sind unter deutschen YouTuberinnen und YouTubern bspw. sogenannte „DM Hauls“. Dabei zeigen sie sich beim Shoppen im Drogeriemarkt oder führen gekaufte Produkte zu Hause vor.



Ein erfolgreiches Format auf YouTube: In Hauls werden neue Produkte z. B. aus Drogeriemärkten präsentiert. Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

Pranks und Challenges im Unterricht thematisieren und problematisieren

Pranks und Challenges sind beliebte Kategorien bei Jugendlichen. Die meisten Pranks zielen darauf ab, eine Person vorwiegend in der Öffentlichkeit lächerlich zu machen. Thematisieren Sie daher im Unterricht geschmacklose und problematische Pranks und Challenges („Bomben-Prank“ von ApoRed für viele Klicks, Demütigung eines Obdachlosen durch den „Oreo-Prank“ von ReSet etc.). Versuchen Sie die SuS anzuregen, sich in die Person hineinzusetzen und empathisches Verhalten zu entwickeln. klicksafe stellt unter  www.klicksafe.de/mobilemedien ein Zusatz-Arbeitsblatt zu diesem Thema zur Verfügung. Challenges eignen sich auch dazu, sie pädagogisch sinnvoll einzusetzen. Überlegen Sie sich mit Ihrer Klasse eine Challenge, die witzig, kreativ oder herausfordernd ist, und verbreiten Sie diese in Parallelklassen oder der gesamten Schule. Anregungen und Vorschläge finden sich bei Handysektor:  www.handysektor.de/artikel/challenge-deine-schule

Stars der Generation Z¹³

Egal ob Let's-Play-Star, Beauty-Guru oder Comedy-Queen, viele Jugendliche finden heute in YouTuberinnen und YouTubern ihre Vorbilder. 36 % der in der Bitkom-Studie befragten 10- bis 18-Jährigen gaben an, dass YouTube-Stars ihre liebsten Idole sind¹⁴. Damit belegen YouTube-Stars nach Bands und Musikerinnen und Musikern mit 38 % knapp den zweiten Platz.

Wer sind die Vorbilder für Ihre Schülerinnen und Schüler?

Führen Sie dazu eine kurze Umfrage durch. Interessant könnte an dieser Stelle ein Vergleich der Vorbilder von früher (z. B. vor 50 Jahren) und heute sein. Diskutieren Sie auch die Frage, was ein Vorbild ausmacht.

Jugendliche stehen entwicklungsbedingt vor vielen Fragen, auf die sie Antworten und Orientierungshilfe suchen. Diese finden sie sowohl im Alltag durch den direkten Kontakt mit anderen als auch durch mediale Vorbilder wie TV-, Musik- oder YouTube-Stars.

YouTube-Stars zeigen sich nahbar: Sie lassen ihre Fans an ihrem Alltag oder ihrer Expertise z. B. zu Games oder Make-up teilhaben und unterhalten die junge Zielgruppe. Das Leben beliebter YouTuberinnen und YouTuber ist dabei in der Regel aufregender als der Alltag ihrer Fans. Sie verkörpern so für viele junge Zuschauerinnen und Zuschauer eine Idealvorstellung: Sie sind beliebt und erfolgreich und können offenbar die meiste Zeit mit ihrem

¹³ Generation Z: Personen, die zwischen 1997 und 2012 geboren wurden.

¹⁴ Quelle: bitkom, 2017, Link: <https://tinyurl.com/jwpwkyu>

Hobby verbringen – ein Hobby, das sie scheinbar zum Beruf gemacht haben.

Dabei präsentieren sie sich sehr nahbar und natürlich – anders als Stars, die primär aus Massenmedien bekannt sind. Videos erfolgreicher YouTube-Stars sind stark personenbezogen. Ihren Fans geht es häufig darum, etwas Neues von ihrem Star zu hören. Da YouTube-Stars in ihren Videos in aller Regel auch über persönliche Vorlieben – von Games über Mode bis hin zu Paarbeziehungen – sprechen, haben Jugendliche, die ihren YouTube-Stars schon länger folgen, oft das Gefühl, diese gut zu kennen. Die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer bauen so eine

einseitige, sog. parasoziale Beziehung zu ihren Stars auf. Trotz ihres klar an der Followerzahl erkennbaren Erfolgs wirken YouTube-Stars eher wie Freunde.

„Es sind natürlich keine echten Freunde, weil man sie ja nicht persönlich kennt. Aber man kennt sie schon gut, wenn man ihnen schon länger folgt.“


(Schülerin, 7. Klasse)

Entsprechend werden direkt oder indirekt vermittelte Tipps gerne angenommen.

Kinder als YouTube-Stars?

Bereits Kinder werden international als werbekräftige YouTube-Stars vermarktet. Zumeist durch ihre Eltern motiviert, packen Kleinkinder vor laufenden Kameras Spielzeug aus (Unboxing), testen es, führen Kindermode vor oder werden beim Kindergeburtstag begleitet. Persönlichkeitsrechte werden dabei in der Regel nicht beachtet: Viele Kinder werden in sehr privaten Situationen gezeigt, wie beispielsweise im Schlafanzug oder beim Zubettgehen. Auch sogenannte „Roomtouren“ durch das Kinderzimmer sind sehr beliebt. Eltern haben keine Kontrolle darüber, wer sich Videos der eigenen Kinder ansieht und auf welchen anderen Portalen (wie z. B. in Pädosexuellennetzwerken) sie noch landen. Nicht zu unterschätzen ist auch der emotionale Druck, dem Kinder ausgesetzt werden können. Der Report „Kin-

der als YouTube-Stars“ von jugendschutz.net unter:

 <http://tinyurl.com/y5r6frqf>



Die neunjährige Miley ist in Deutschland bereits seit dem Kleinkindalter ein YouTube-Star.

Quelle: Screenshot Kanal www.youtube.com/user/CuteBabyMiley/, Abruf 2.08.2019

Exemplarisch werden im Anschluss vier der beliebtesten YouTuberinnen und YouTuber vorgestellt. Eine vollständige Liste der erfolgreichsten deutschen YouTuberinnen und YouTuber finden Sie auf Wikipedia: <https://tinyurl.com/y3oxc6uu>

Kanal	BIBISBEAUTYPALACE	JULIEN BAM	GRONKH	APE CRIME
Person	Bianca Claßen (*1993)	Julien Zheng Zheng Kho Budorovits (*1988)	Erik Range (*1977)	Cengiz Dogrul, Andre Schiebler, Jan-Christoph Meyer
Abonnentinnen und Abonnenten (Stand: März 2019)	5,5 Millionen	5,2 Millionen	4,8 Millionen	3,8 Millionen
Besonderheit	Zeigt sich sehr privat und nahbar. Testet Süßigkeiten, führt Klamotten vor, stellt sich Challenges, thematisiert Beziehung zu ihrem Mann (Julienco). Auch Urlaube und das Zuhause werden vorgeführt.	Zweiterfolgreichster personenbezogener YouTube-Account in Deutschland. Zeigt vor allem aufwändig produzierte Comedy-Videos, z. B. Musikvideo-Parodien.	Von 2014 bis 2016 erfolgreichster deutscher YouTuber. Zeigt auf dem Hauptkanal fast ausschließlich Let's-Plays zu Spielen verschiedener Genres.	Hauptsächlich Sketche und Comedy-Videos, waren in der Vergangenheit auch mit eigenen Musiktiteln und Alben erfolgreich.
Hauptsächlich bediente Genres	Lifestyle, aber auch: Challenges, Pranks, Follow-me-arounds	Comedy, auf Zweitkanal auch Follow-me-arounds	Let's-Plays	Comedy (Sketche, Fails, Musikvideos)



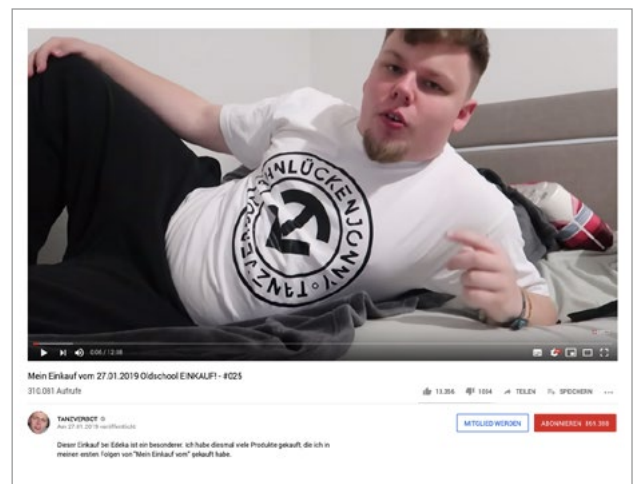
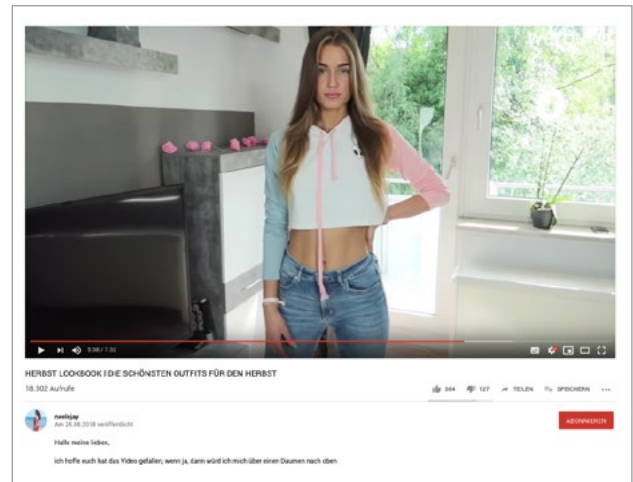
Gronkh führt seine Zuschauerinnen und Zuschauer durch das Spiel Minecraft. Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

Einseitig und normiert? Problematische Körperbilder

Insbesondere bei den weiblichen Stars der Plattform gibt es kaum Vielfalt in Bezug auf Körperbilder. Erfolgreiche YouTuberinnen sind schlank, langhaarig und zeigen sich in der Regel geschminkt. Während erfolgreiche YouTuberinnen meist über nahezu makellooses Aussehen – in Bezug auf vorherrschende Schönheitsideale – verfügen, erscheinen Körperbilder männlicher YouTuber diverser. Zwar entsprechen durchaus einige der erfolgreichsten YouTuber gängigen Schönheitsidealen, es finden sich aber auch YouTuber, die weder schlank, noch muskulös oder groß sind. Auch Hautprobleme wie Akne stellen für männliche YouTuber kein Hindernis dar und werden nicht weiter thematisiert. Festzuhalten ist also, dass sich durchaus unterschiedliche Körperbilder auf YouTube finden lassen, insbesondere im Vergleich zu sozialen Netzwerken wie Instagram, deren Fokus noch stärker auf Ästhetik und Schönheitsidealen liegt. Allerdings sind Frauen, die nicht den gesellschaftlichen Idealvorstellungen entsprechen, offenbar weniger erfolgreich und dadurch auch weniger sichtbar.

Frauen sind emotional und Männer Experten: die Reproduktion von Geschlechterstereotypen

Wie stereotyp inszenieren sich Frauen und Männer auf YouTube? Mit einem Fokus auf die weibliche Selbstinszenierung in sozialen Medien untersuchte die im Januar 2019 vorgestellte Studie der Malisa Stiftung diesen Themenkomplex¹⁵. Dabei zeigte sich, dass vor allem erfolgreiche weibliche YouTuberinnen sehr stark stereotypen Frauenbildern entsprechen. YouTuberinnen bedienen vor allem Themen, die als weiblich gelten, z. B. Beauty, Food, Mode oder Beziehung. Sie zeigen sich privater, sprechen über eher emotionale Themen und stellen ihre Tätigkeiten häufiger als Hobby dar. Das Zitat einer der befragten YouTuberinnen unterstreicht dieses Ergebnis: „Je plakativer das Klischee, umso besser wird es geklickt. Das ist der



Erfolgreiche YouTuberinnen entsprechen häufig gängigen Schönheitsidealen, für YouTuber gelten oft andere Voraussetzungen. Auf YouTube vermittelte Schönheitsideale und Trends zur Selbstoptimierung können auch im Unterricht besprochen werden.

Quelle: Screenshots YouTube, Abruf 20.05.19

einfachere Weg, auf jeden Fall. Je mehr du einem gewissen Schönheitsideal entsprichst oder einer gewissen Erwartung (...) verdienst du natürlich besseres Geld. Die jungen Zuschauer sind unglaublich in Klischeerollen behaftet“ (Prommer et al., 2019, S. 7)¹⁶. Männliche YouTuber bedienen ein breiteres Themenfeld. Dazu gehören beispielsweise Entertainment, Education oder Games und Sport. Im Vergleich zu YouTuberinnen inszenieren sich YouTuber

¹⁵ Quelle: Malisa Stiftung, 2019, Link: <https://tinyurl.com/y3qzpjuo>

¹⁶ Quelle: Prommer et al., 2019, Link: <https://tinyurl.com/y55jz2rt>

Alternative und queere YouTuberinnen und YouTuber

Es kann sinnvoll sein, Kanäle zu kennen und zu empfehlen, die mit genderstereotypen Darstellungen brechen. Auch queere Schülerinnen und Schüler können positive Identifikationsfiguren auf YouTube finden.

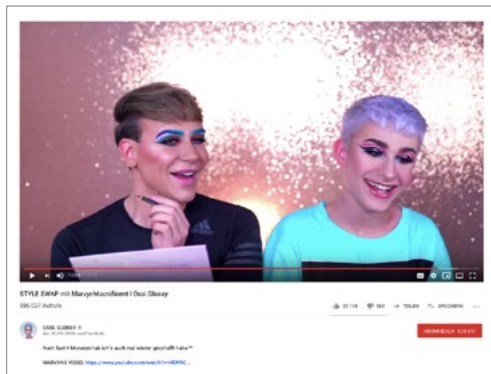
Eine Auswahl findet sich hier: <https://www.handysektor.de/youtuber-des-monats>

maiLab: Expertin für wissenschaftliche Themen

Ossi Glossy: männlicher Beauty-YouTuber

Candy Crash: spielt mit Geschlechtsidentität, schminkt Männer etc.

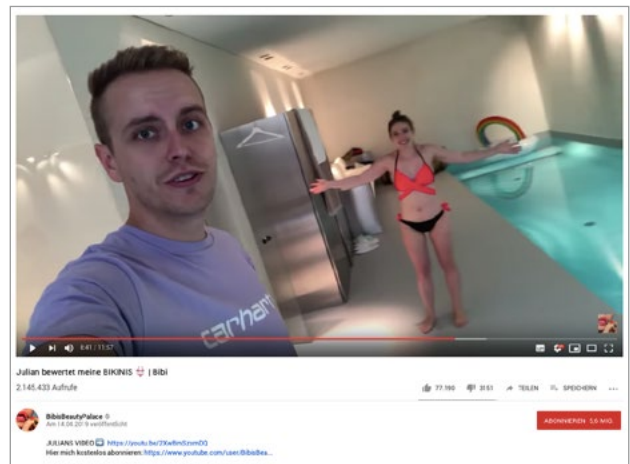
Artikel zum Thema Coming-out und Vorurteile auf YouTube: www.handysektor.de/artikel/youtube-mut-youtuber-ueber-coming-out-vorurteile-und-co/



Ossi Glossy und Marvyn Macnificent brechen in ihren Beauty-Videos mit Genderstereotypen.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

eher als Experten: 64 % der für die MaLisa-Studie untersuchten männlichen YouTuber stellen ihre Tätigkeit nicht als Hobby, sondern als Beruf dar (MaLisa-Studie, S. 5). Besonders erfolgreiche YouTuberinnen und YouTuber reproduzieren so Genderstereotype. Gründe dafür, dass Frauen in weniger Genres aktiv sind und sich als Expertinnen positionieren, könnten unter anderem die feindliche Stimmung gegenüber Frauen in männerdominierten Bereichen wie Let's-Plays¹⁷ sowie die geringere Reichweite sein. Auf YouTube finden sich aber durchaus Kanäle, die aus stereotypen Normen ausbrechen. Diese sind in der Regel allerdings weniger erfolgreich und bekannt. Daraus lässt sich folgern, dass die Strukturen der Plattform (d. h. deren Algorithmus), die Erwartungen der Zuschauerinnen und Zuschauer und auch die Finanzierungsmöglichkeiten eine stereotype Geschlechterdarstellung bevorzugen (MaLisa-Studie, S. 6).



Bibi führt ihrem Partner Bikinis vor und lässt sich ganz selbstverständlich von ihm bewerten.

Quelle: Screenshots YouTube, Abruf 20.05.19

¹⁷ Quelle: taz online, 2019, Link: www.taz.de/Sexismus-bei-Computerspielern!/15582240/

Flache Erde und der große Austausch – Verschwörungstheorien und extremistische Weltbilder

Auf YouTube finden sich auch Kanäle und einzelne Videos, die verschwörungstheoretische oder extremistische Weltbilder vermitteln. Problematisch sind dabei vor allem Videos aus dem Bereich Rechtsextremismus. Ein Beispiel hierfür ist Martin Sellner, einer der führenden Köpfe der rechtsextremen Identitären Bewegung Österreich, der auch im Austausch mit der Neuen Rechten in Deutschland steht. Seine Videos ähneln dem modernen Stil anderer YouTube-Stars. So nimmt er seine Fans mit der Kamera beispielsweise mit auf Demonstrationen oder stellt seine Einschätzungen zu aktuellen Ereignissen und Debatten dar. Dabei verbreitet Sellner bewusst rechtsextreme Weltanschauungen und wirbt für seine politischen Themen.

Ein weiteres Beispiel ist der Fall eines deutschen Ex-Lehrers, dessen volksverhetzender Kanal gesperrt wurde¹⁸. Ähnliches lässt sich auf YouTube auch für linksextreme oder islamistische bzw. salafistische Inhalte finden.

Aufklären über extremistische Sichtweisen auf YouTube

Mit der Thematik Extremismus im Netz beschäftigen sich die klicksafe Unterrichtsmaterialien „Rechtsextremismus hat viele Gesichter“ www.klicksafe.de/rechtsextremismus und „Salafismus online“ www.klicksafe.de/salafismus. Auch ein Video aus der Reihe „So geht Medien“ vom Bayerischen Rundfunk <https://www.br.de/sogehmedien> setzt sich mit Extremismus online auseinander. Interessante Soziogramme von extremistischen Social-Media-Protagonistinnen und -Protagonisten finden sich auf: www.hass-im-netz.info/themen/detail/artikel/praxisinfo-starke-kampfer-und-sorgende-muetter



Martin Sellner verbreitet auf seinem Kanal rechtsextreme Inhalte und Theorien.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 04.07.19

Extremistische oder verschwörungstheoretische Positionen sind auf den ersten Blick oftmals nicht als solche zu erkennen, da die Videos sehr jugendaffin gestaltet sind (z. B. in Form von Rap-Songs). Häufig werden derartige Meinungen auch „by the way“ geäußert, z. B. von einem Let’s-Player während der Präsentation eines Spiels. Gerade wenn es sich um einen in der Gamer-Community angesehenen Spieler handelt, der eine große Reichweite und Glaubwürdigkeit hat, kann das mit Blick auf die Verbreitung fragwürdiger Weltanschauungen durchaus problematisch sein. Auch verschiedenste Verschwörungstheorien finden auf YouTube Anklang. In der Kritik steht YouTube beispielsweise dafür, dass die Anzahl der Menschen, die die Erde für flach halten – so genannte „Flat Earthers“ –, in den USA in den letzten Jahren immer weiter ansteigt. Die erste Informationsquelle für viele ist dabei YouTube. Der YouTube-Algorithmus schlägt Nutzerinnen und Nutzern immer thematisch ähnliche Videos vor, sodass man in eine Filterblase aus verschwörungstheoretischen oder extremistischen Videos geraten kann. Die eigene Meinung wird so stetig weiter verstärkt. Nach eigenen Angaben hat YouTube allerdings im Januar 2019 damit begonnen, „grenzwertige“ Inhalte seltener in den Videoempfehlungen anzuzeigen¹⁹.

¹⁸ Quelle: Quelle: Der Tagesspiegel, 2019, Link: <https://tinyurl.com/y6fpvv9k>

¹⁹ Quelle: Zeit Online, 2019, Link: <https://tinyurl.com/y5sbyqdt>

Politik auf YouTube: Der „Rezo-Effekt“

Im Mai 2019 sorgte der YouTuber Rezo mit einem seiner YouTube-Videos für Aufsehen in den Medien und vor allem in der Politik. Der Clip „Die Zerstörung der CDU“ wurde in den ersten Tagen nach seinem Erscheinen bereits millionenfach geklickt, knapp vier Wochen später hatte das Video fast 15 Millionen Aufrufe. Im Video setzt sich Rezo – der ansonsten eher für Musik- und Comedy-Videos bekannt ist – mit der Politik der Großen Koalition auseinander. Dabei rät er vehement davon ab, die Parteien CDU, SPD oder AfD bei der Europawahl zu wählen. Dass ein Video zum Themenbereich Politik mit der Länge von fast einer Stunde zu einem solchen Erfolg wird und Wahlen beeinflussen kann, ist auf YouTube keinesfalls selbstverständlich.



Rezo übt Kritik an der Politik der CDU und hat damit beachtlichen Erfolg unter den jungen Usern.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 04.07.19

Politik wird von großen YouTuberinnen und YouTubern ansonsten kaum thematisiert, mit Ausnahme der umstrittenen EU-Urheberrechtsreform. Die Debatte um Artikel 13/17 wurde von vielen YouTuberinnen und YouTubern aufgegriffen und hat zahlreiche Jugendliche stark verunsichert und zugleich mobilisiert²⁰.

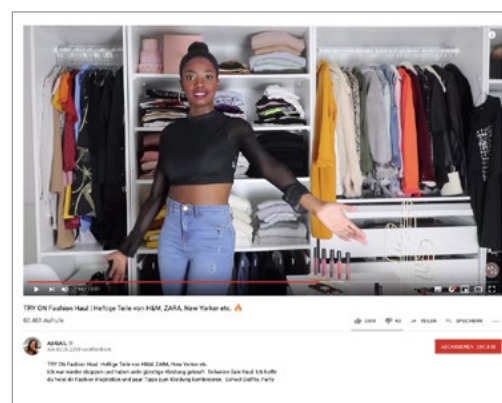
Es kann sehr hilfreich für die eigene Meinungsbildung sein, YouTuberinnen oder YouTuber zu empfehlen oder deren Inhalte im Unterricht zu thematisieren, die auch politische Themen aufgreifen. Dabei ist es wichtig, die Medienkritikfähigkeit der Schülerinnen und Schüler zu stärken – und

beispielsweise darüber zu sprechen, wie sie Meinungen von Fakten unterscheiden können. Längst nicht alle Videos von YouTuberinnen und YouTuber sind für die politische Meinungsbildung uneingeschränkt einsetzbar, da mitunter auch massiv Meinungsbildung betrieben wird. So haben einige YouTuberinnen und YouTuber im Zusammenhang mit der Urheberrechtsdebatte zu Artikel 13/17 polarisiert, anstatt faktenbasiert zu argumentieren oder Pro- und Kontra-Argumente zusammenzutragen. Prüfen Sie vor dem Einsatz im Unterricht die Aussagen in den Videos!

YouTube-Kanäle, die als Diskussionsanlass im Zusammenhang mit politischen Inhalten besprochen werden können, sind beispielsweise: Rob Bubble, Le Floid, Deutschland3000, Lisa Sophie Laurent, oder Diana zur Löwen.

Hemmungsloser Konsum

Die meisten YouTuberinnen und YouTuber tragen in ihren Videos immer neue Outfits, verfügen über aktuellste Technik, Games oder Make-up. Nicht nur in explizit als Haul ausgewiesenen Videos steht Konsum im Vordergrund. Wer sich ein Make-up-Tutorial oder Let’s-Play ansieht, entwickelt oft den Wunsch, diese Produkte selbst zu besitzen.



„Heftige Teile von H&M, ZARA, New Yorker etc.“ YouTuberin Abigail zeigt ihre Shopping-Ausbeute.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

Dieser uneingeschränkte Konsum wird allerdings von YouTuberinnen und YouTubern häufig nicht hinterfragt bzw. sogar gezielt betrieben, denn Produktmarketing ist mitunter ihre größte Einkommensquelle. So kann das

²⁰ Quelle: Spiegel Online 2018, Link: <https://tinyurl.com/y48b8hds>

! Unterrichtsprojekt 2

Mit dem Unterrichtsprojekt 2 „Influencing you?!“ lernen die Schülerinnen und Schüler die Interessen ihrer YouTube-Stars kritisch zu hinterfragen. So können sie zum Beispiel Werbung und Produktplatzierung in Videos erkennen. Auch frauenfeindliche Einstellungen und „gekaufte“ Meinungen werden thematisiert.

Kaufen und Testen von immer neuen Produkten von Jugendlichen als erstrebenswert wahrgenommen werden, das übermäßige Konsumieren bleibt unreflektiert. Diese Problematik wird durch Werbung und Produktplatzierung in den Videos der YouTube-Stars verstärkt. Allerdings gibt es auch YouTuberinnen und YouTuber, die sich für das Thema Nachhaltigkeit einsetzen. „Rethinknation“ oder „Lass ma' nachhaltig“ sind Beispiele für Kanäle, auf denen ökologisches Denken, die Bewegung „Fridays for Future“, Vermeidung von Plastik oder ähnliches thematisiert wird.

Hasskommentare und YouTube-Armeen

YouTuberinnen und YouTuber setzen sich als Personen der Öffentlichkeit immer wieder wüsten Beschimpfungen in den Kommentaren unter ihren Videos aus. Auch sexistische Kommentare gehören leider zur Tagesordnung. Die Betroffenen gehen auf unterschiedliche Weise mit diesem Thema um. Einige besprechen Hass-Kommentare in ihren Videos und weisen dabei vor allem darauf hin, wie sinnlos und wenig durchdacht solche Kommentare sind. In verschiedenen Kampagnen thematisieren YouTuberinnen und YouTuber aber auch auf das verletzende Potential solcher Kommentare und schlagen Strategien vor, mit solchen Inhalten umzugehen, z. B. bei der #StopHate-Kampagne von Handysektor²¹.

Oftmals verbreitet sich aber auch Hass unter Nutzerinnen und Nutzern in den Kommentarspalten, die sich dann gegenseitig beleidigen, z. B. weil sie geteilter Meinung über

im Video besprochene Themen sind. Immer wieder gibt es auch Streit (sog. „Beefs“) zwischen YouTube-Stars. Hier kann es vorkommen, dass ganze Gruppen von Fans (sog. „Armies“ bzw. Armeen) Beleidigungen und Hetze in den Kommentaren des vermeintlichen „Gegners“ des eigenen Stars hinterlassen.

! Wie vorgehen gegen Hass auf YouTube?

Die klicksafe-Videoreihe „Lauter als Hass“ beschäftigt sich mit Hasskommentaren in sozialen Medien. Hier steht auch ein Arbeitsblatt zur Verfügung.

📄 www.klicksafe.de/videoreihe-lauter-als-hass

📄 www.klicksafe.de/hate-speech

Weitere Initiativen, die sich mit unterschiedlichen Ansätzen gegen Hass richten:

📄 <https://love-storm.de>

📄 <https://no-hate-speech.de>

📄 www.handysektor.de/hate-speech/

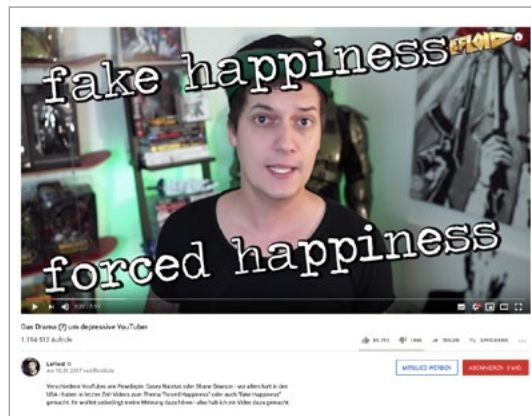
²¹ Zum Video von Handysektor: <https://tinyurl.com/y6ppr7js>

ICH WILL YOUTUBE-STAR WERDEN – BERUFSWUNSCH YOUTUBERIN / YOUTUBER

Bereits im Kindergarten werden Videos beliebter YouTube-Stars nachgestellt, und immer häufiger äußern Kinder und Jugendliche den Wunsch, YouTuberin oder YouTuber zu werden²². Es ist leicht nachvollziehbar, dass sie ihren Idolen, die das (scheinbar) perfekte Leben zeigen, nachzueifern wollen. Was dabei jedoch zumeist außer Acht gelassen wird: wie der Beruf YouTuberin bzw. YouTuber aussieht, wenn die Kamera nicht läuft. YouTube-Stars werden auch als Social Influencer bezeichnet und sind ab einer bestimmten Abonnentenzahl erfolgreiche Geschäftsfrauen und -männer. Um Jugendlichen einen realistischeren Blick auf das Berufsfeld Social Influencer zu geben, ist es lohnenswert, mit ihnen über die tatsächliche Arbeitsbelastung und Aktivitäten, die hinter den YouTube-Kulissen stattfinden, zu sprechen.

Unterrichtsprojekt 3

Im Projekt 3 „Ich will YouTube-Star werden!“ setzen sich Schülerinnen und Schüler mit dem Beruf der YouTuberin/des YouTubers auseinander, indem sie einen eigenen Kanal planen. Dabei beschäftigen sie sich auch kritisch mit Faktoren, die auf YouTube zum Erfolg führen. Die Arbeitsbelastung erfolgreicher YouTube-Stars stellt auch der FAZ-Artikel „Macht das Influencer-Dasein krank?“ anschaulich dar. Zum Artikel: <https://tinyurl.com/y42umx6y>



LeFloid thematisiert in einem Video die fröhliche Scheinwelt, die auf YouTube gefordert wird.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

YouTube als Business: Netzwerke

YouTuberinnen und YouTuber mit größerer Reichweite sind in der Regel in einem Multi-Channel-Netzwerk unter Vertrag. Solche Netzwerke unterstützen YouTube-Stars beispielsweise bei der Konzeption und Videoproduktion, bei der Kontaktaufnahme und Kooperation mit anderen YouTube-Stars und bei Urheberrechtsproblemen. Außerdem verhandeln sie Kooperationen und Werbedeals und kümmern sich um Anfragen von Unternehmen. In der Regel wird Social Influencern eine Partnermanagerin oder ein Manager zur Seite gestellt. Im Gegenzug treten die YouTube-Stars einen Teil ihrer Einnahmen an das Netzwerk ab. Einen Überblick über die bekanntesten Multi-Channel-Netzwerke bietet die Tabelle.

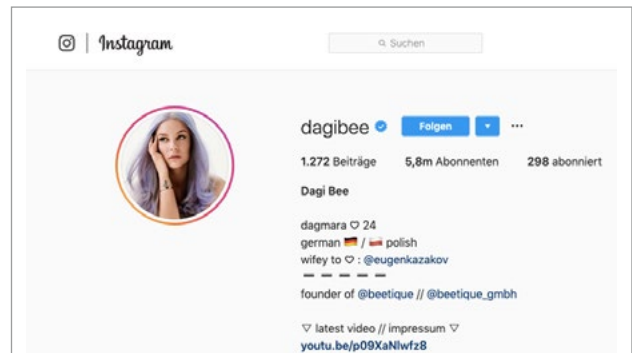
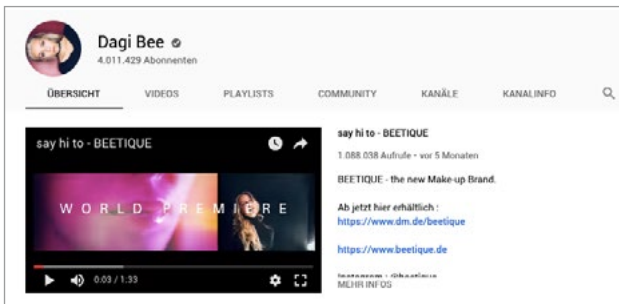
Netzwerkname	Tochterunternehmen von	Bekannte Social Influencer
TubeOne	Ströer Media Gruppe	Simon Desue, Dagibee, Apecrime
Studio71	ProSiebenSat1 Media SE	Concrafter Luca, LeFloid, Kelly MissesVLog
Mediakraft	Gamigo (seit 2017)	Fresh Torge, die Lochis

²² Quelle: Bitkom-Studie 2017,

Link: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jung-digital-und-immer-online-Fuer-die-Generation-Z-gilt-mobile-first.html>

Kaum ein YouTube-Star ist ausschließlich auf der Social-Media-Plattform YouTube aktiv. So gehören zumindest Instagram, TikTok, Snapchat und Twitter zum Standard-Repertoire der Social Influencer. Für alle diese Kanäle müssen regelmäßig – zumeist täglich – Inhalte produziert werden. Die Plattform Instagram nimmt für Social Influencer immer mehr an Bedeutung zu. Hier finden besonders häufig Produktplatzierungen oder Kooperationen statt. In der Instagram-Story teilen YouTuberinnen und YouTuber zudem privatere, spontan wirkende Einblicke. Bei Fans entsteht so das Gefühl, ihren Stars ganz nah zu sein und diese auch über die YouTube-Videos hinaus kennenlernen zu können.

Auch wenn in den genutzten Kanälen Inhalte schnell erstellt und veröffentlicht werden können, so lässt sich doch eine zunehmende Professionalisierung auf allen Kanälen beobachten. Dafür ist eine breite Technik-Ausstattung unerlässlich: YouTuberinnen und YouTuber verfügen meist über mehrere Kameras, unterschiedliche Mikrofone, Scheinwerfer, Stative sowie Bild- und Videobearbeitungsprogramme. So entstehen anspruchsvolle YouTube-Videos, kreative und professionell geschnittene Clips für TikTok sowie perfekte Bilder für den Instagram-Kanal.



Social Influencer bespielen täglich mehrere Kanäle. Die daraus resultierende Arbeitsbelastung ist nicht zu unterschätzen. Quelle: Screenshots YouTube, Instagram, Snapchat, Abruf 25.07.19

YouTube-Money: Monetarisierungsmodelle

Für YouTube-Stars gibt es verschiedene Möglichkeiten, Geld zu verdienen. Zu diesen zählen:

- **Monetarisierung von Videos**

Ab 1.000 Abonnenten hat man auf YouTube die Möglichkeit, Videos zu monetarisieren. Es werden dann vor dem Video – bzw. je nach Länge auch währenddessen – kurze Werbeclips angezeigt. Je öfter diese Werbung gespielt wird, desto mehr Geld erhalten die YouTuberinnen oder YouTuber bzw. deren Netzwerke.

- **Produktplatzierung und Werbung**

Für einzelne Produktplatzierungen oder längerfristige Kooperationen werden Social Influencer von Unternehmen bezahlt. Im Gegenzug müssen Produkte oder die Unternehmensmarke in Videos und anderen Social-Media-Auftritten präsentiert werden.

- **Eigene Produkte: Merchandise**

Nahezu jeder YouTube-Star vertreibt mittlerweile eigene Merchandise-Waren wie Kleidung, Taschen oder

Beauty-Produkte. Neben eigenen Online-Shops werden diese beispielsweise auch sehr erfolgreich über Drogeriemarktketten vertrieben. Bei einem genaueren Blick in ein Make-up-, Duschgel- oder Haarpflege-Regal finden sich oft Produkte von Social Influencern oder Kooperationen mit ihnen.

- **Auftritte**

Social Influencer können für Auftritte auf Events wie Messen oder Signierstunden gebucht werden. Zudem schaffen sich einige YouTube-Stars weitere Standbeine durch Musikproduktionen, Konzerte oder Comedy-Programme. Ihre Veranstaltungen bewerben sie erfolgreich auf den eigenen Kanälen.

Kooperationen und Werbedeals, Rabattcodes und Affiliate-Links

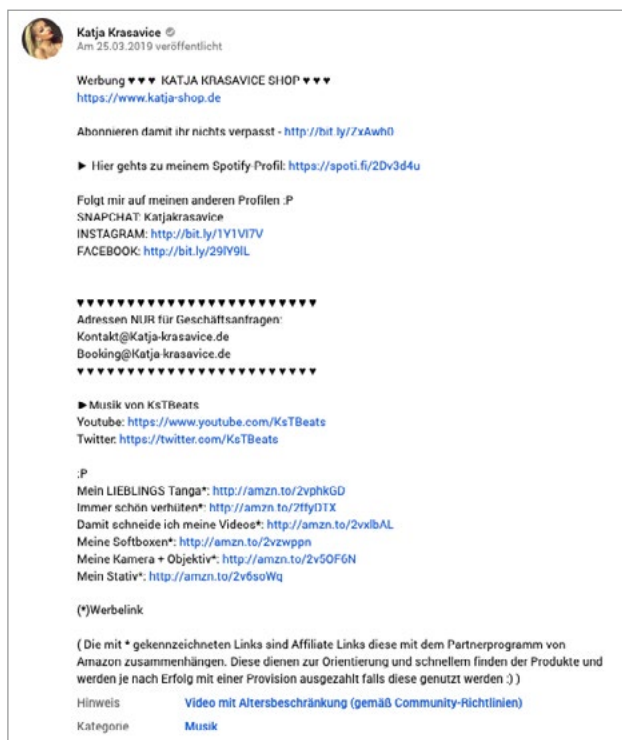
Kooperationen mit Unternehmen und Marken sind für YouTube-Stars eine beliebte Einnahmequelle. Es gibt längerfristige Kooperationen, für die YouTuberinnen und YouTuber beispielsweise über mehrere Monate auf ein Produkt oder eine Veranstaltung aufmerksam machen



Wie verdienen YouTube-Stars Geld?

Das Plakat ist downloadbar unter www.klicksafe.de/youtube

und dazu mehrere Videoclips veröffentlichen. Andere Kooperationen beschränken sich auf ein Video oder auch nur einen Instagram-Foto-Post. Die Produktplatzierung nimmt dabei ganz unterschiedliche Formen an. Das vorgestellte Produkt bzw. die Marke kann im Mittelpunkt stehen (z. B. beim Ausprobieren von Beauty-Produkten oder Spielen in Let’s-Plays), oder aber auch an einer Stelle im Video in die erzählte Geschichte eingebunden werden.




Affiliate-Links in der Infobox der YouTuberin Katja Krasavice, die mit explizit sexualisierten Videos für Aufsehen sorgt.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

Zum Beispiel, wenn bei einer Challenge das Smartphone zu Boden fällt, aufgrund einer beworbenen Handyhülle jedoch nicht kaputtgeht. Die Art der Kooperation – wie oft, wie lange und wie deutlich erscheint das beworbene Produkt in den Videos oder Postings – ist in der Regel vertraglich genau geregelt.

Social Influencer erscheinen auch immer wieder als Markenbotschafter oder bringen eigene Kollektionen für bestimmte Marken heraus. Gerade im Beauty-Bereich sind solche Kooperationen – vom Shampoo bis hin zur Lid-schattenpalette – besonders häufig. Wie allgegenwärtig Produkte von Social Influencern sind, lässt sich im Alltag leicht im Drogeriemarkt bei einem Blick ins Make-up-Sortiment von Marken im Taschengeldbereich erkennen. Aufschluss darüber, wofür YouTuberinnen und YouTuber Werbung machen, geben auch Links in der Infobox, direkt unterhalb des Videos auf YouTube. Hier finden sich häufig sogenannte Affiliate-Links (engl. affiliate = angliedern). Diese leiten Nutzerinnen und Nutzer meist auf Online-Shops oder bestimmte – im Video verwendete oder beworbene – Produkte hin. Bei Käufen erhalten die YouTube-Stars dafür eine Provision.

So dürfen YouTube-Stars Werbung machen

Es gibt klare Regeln dafür, was auf YouTube als Werbung gekennzeichnet werden muss. Einen Leitfaden der Landesmedienanstalten finden Sie hier:  <https://tinyurl.com/yansttoz>. Zu bedenken ist dabei, dass YouTuberinnen und YouTuber sich nicht immer an die Regeln halten und dass trotz der Kennzeichnung des Beitrags als Werbung oder Produktplatzierung eine Beeinflussung der Konsumententscheidung von Zuschauerinnen und Zuschauern möglich ist. Daher ist es besonders wichtig, Jugendliche für Werbung zu sensibilisieren und es ihnen so zu ermöglichen, diese als solche zu erkennen²³. Auch die Frage, welchen Stellenwert der Konsum im eigenen Leben einnimmt (Status, Befriedigung von Bedürfnissen etc.) und wie dies mit den sonstigen Wertvorstellungen zusammenhängt, kann mit den Schülerinnen und Schülern diskutiert werden.

²³ Bei Handysektor sind die Richtlinien auch für Jugendliche übersichtlich zusammengestellt verfügbar. Link: <https://tinyurl.com/vyjrhzg7>

„DAS WEISS ICH VON YOUTUBE“ – YOUTUBE ALS INFORMATIONSQUELLE

Viele YouTube-Videos mögen auf Erwachsene eher befremdlich, wenig spannend und auch nicht sehr humorvoll wirken. Sie treffen allerdings den Nerv der jungen Zielgruppe und werden zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse eingesetzt. Dabei kann es zum Beispiel darum gehen, sich abzulenken, sich berieseln zu lassen und den Kopf auszuschalten oder sich einfach nur gut unterhalten zu fühlen.

YouTube kann aber weitaus mehr sein als nur Unterhaltung. Es ist wichtig, anzuerkennen, dass viele Jugendliche YouTube als Hauptinformations-Plattform nutzen. Die Studie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019“ vom Rat für Kulturelle Bildung zeigt, dass 47 % der deutschen Jugendlichen YouTube bereits als wichtig oder sehr wichtig für die Schule erachten²⁴.

„Ich schau’ YouTube nach einem anstrengenden Tag zur Entspannung, oder wenn ich Langeweile habe“






(Schülerin, 8. Klasse).

YouTube als Suchmaschine

YouTube ist für Schülerinnen und Schüler auch eine beliebte Suchmaschine. Fast alle Informationen, die man über Google vor allem als Text findet, lassen sich






Was kann ich gegen den Klimawandel tun? ▶ ALLE WIEDERGEBEN

Klimaneutral leben – geht das? Ich möchte herausfinden, ob ich etwas gegen den Klimawandel tun kann - und wie.

 <p>Challenge: Klimaneutral leben – geht das? Was kan...</p> <p>Die Frage 181.544 Aufrufe • vor 4 Monaten Untertitel</p>	 <p>Community-Treffen: Gemeinsam gegen den...</p> <p>Die Frage 28.439 Aufrufe • vor 4 Monaten Untertitel</p>	 <p>Rettet vegane Ernährung das Klima? Was kann ich gege...</p> <p>Die Frage 116.499 Aufrufe • vor 3 Monaten Untertitel</p>	 <p>Aktivisten sabotieren ein Kohlekraftwerk! Was kann...</p> <p>Die Frage 79.866 Aufrufe • vor 3 Monaten Untertitel</p>	 <p>Handys recyceln: Gemeinsam für den...</p> <p>Die Frage 41.679 Aufrufe • vor 3 Monaten Untertitel</p>
--	--	---	---	--

Warum mobben wir? ▶ ALLE WIEDERGEBEN

Warum mobben wir? Und kann man irgendwie gegen Mobbing vorgehen? Ich will es herausfinden und versuchen ein Zeichen zu setzen. Denn Mobbing geht einfach gar nicht!

 <p>Mobbing in der Schule: Jetzt konfrontiere ich meine...</p> <p>Die Frage 322.079 Aufrufe • vor 7 Monaten Untertitel</p>	 <p>Mobbing Experiment: Wie ist es zu mobben? Warum...</p> <p>Die Frage 146.251 Aufrufe • vor 7 Monaten Untertitel</p>	 <p>Mobbing Forschung: Warum schreite ich nicht ein? ...</p> <p>Die Frage 66.414 Aufrufe • vor 7 Monaten Untertitel</p>	 <p>Mobbing: Das kannst DU dagegen tun! Warum...</p> <p>Die Frage 51.340 Aufrufe • vor 6 Monaten Untertitel</p>	 <p>Gemeinsam gegen Mobbing – mit Simon Will, Fynn...</p> <p>Die Frage 47.702 Aufrufe • vor 6 Monaten Untertitel</p>
--	--	--	--	--

Gesellschaftspolitische Fragen werden auf verschiedenen Kanälen auf YouTube diskutiert, wie hier bei „Die Frage“.

Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 20.05.19

²⁴ Rat für Kulturelle Bildung e.V., 2019. Link: <https://tinyurl.com/y4lrl3fe>, S.28

auf YouTube im Videoformat konsumieren. Neben der Möglichkeit, das Lesen längerer Texte zu vermeiden, bietet das Videoformat aber auch andere Vorteile. Einblicke in fast alle Themengebiete lassen sich in Form von kurzen Videos auf YouTube methodisch eindrucksvoll darstellen. Jugendliche können sich dabei nicht nur über Interessen und Hobbys informieren, sondern sich kulturell oder gesellschaftlich relevanten Themen in Videoform nähern.

„YouTube ist für mich sowas wie eine Zeitung. Du kannst Dokumentationen anschauen, oder die neuen Spiele anschauen, oder Sachen nachbauen ...“

(Schüler, 8. Klasse)

Dafür eignen sich beispielsweise die Reportage- und Dokumentarkanäle von funk, dem Online-Medienangebot der öffentlich-rechtlichen Sender. In verschiedenen Formaten gehen Reporterinnen und Reporter aktuellen gesellschaftlichen Fragen nach oder beschäftigen sich mit kulturellen Phänomenen. Der Fokus liegt in vielen Formaten darauf, unterschiedliche Meinungen und Lebensentwürfe vorzustellen und mehr Sichtbarkeit für gesellschaftliche Randgruppen zu schaffen. Beispiele dafür sind die Kanäle „Y-Kollektiv“, „reporter“ sowie „Die Frage“.


Lernen mit YouTube

Nahezu jedes Thema, das Schülerinnen und Schülern in der Schule begegnet, lässt sich auch auf YouTube wiederfinden. Auf der Videoplattform gibt es Kanäle, die Unterrichtsinhalte thematisieren, erklären und anschaulich aufbereiten. Diese werden genutzt, um Inhalte, die in der Schule nicht verstanden wurden, nachzuholen, zur Unterstützung bei den Hausaufgaben oder zur Vertiefung von Wissen²⁵. YouTube bietet für Schülerinnen und Schüler den Vorteil, dass Erklärungen immer wieder gestoppt und sooft wie nötig von vorne angesehen werden können. Es finden sich zudem auch YouTuberinnen und YouTuber, die

es schaffen, unterrichtsrelevante Inhalte unterhaltsam zu vermitteln. Ein Beispiel hierfür ist der Mathe-Rapper „DorFuchs“, der singend mathematische Formeln vermittelt. Auf YouTube Unterstützung zu schulischen Inhalten zu erhalten, kann für Schülerinnen und Schüler vorteilhaft sein. Es ist daher sinnvoll zu thematisieren, welche guten Kanäle es auf der Plattform gibt, damit Schülerinnen und Schüler nicht „von den Falschen“ lernen. Empfehlenswerte Kanäle sind unter anderem DorFuchs, MrWissen2go, Die Merkhilfe, maiLab, Simpleclub (Inhalte vor allem in der Simpleclub-Lernapp).

YouTube lässt sich auch leicht in den Unterricht einbinden. Für Zusammenfassungen oder Einstiege in einen Themenbereich eignen sich YouTube-Videos in fast jedem Schulfach. So können Sportübungen oder Versuchsaufbauten in Naturwissenschaften auch mithilfe eines Tutorial-Videos vorgestellt werden. Bei klicksafe finden Sie Tipps zu YouTube-Kanälen, die sich für den Unterricht eignen:

 www.klicksafe.de/lernen-mit-youtube/

Sie können auch mit der Klasse selbst aktiv werden und beispielsweise im Rahmen eines Projektes eigene Tutorials oder Erklärvideos produzieren. Eine Anleitung zum Erstellen eines Kanals und dem Hochladen von Videos mit hilfreichen Tipps finden Sie unter  www.klicksafe.de/youtube.

Unterrichtsprojekt 4

In Projekt 4 lernen die Schülerinnen und Schüler durch das Erstellen eines eigenen Lernvideos Kriterien für gute Lernvideos und Bedingungen für das Veröffentlichen auf der Plattform YouTube kennen.

²⁵ Rat für Kulturelle Bildung e.V., 2019. Link: <https://tinyurl.com/y4Irl3fe>, S.29

ÜBERSICHT ÜBER DIE PROJEKTE

	Projekt 1: YouTube und Du	Projekt 2: Influencing you?!	Projekt 3: Ich will YouTube-Star werden!	Projekt 4: Unser eigenes Lernvideo
Ziele	Die SuS vergleichen ihr Nutzungsverhalten auf YouTube anhand eines Fragebogens. Mithilfe eines Steckbriefes stellen sie ihren YouTube-Star vor.	Die SuS lernen Verdienstmöglichkeiten auf YouTube kennen. Sie können die Interessen von YouTuberinnen und YouTubern kritisch hinterfragen.	Die SuS reflektieren das Berufsbild einer YouTuberin/ eines YouTubers. Sie benennen Schattenseiten der Tätigkeit und planen einen eigenen Kanal.	Die SuS sammeln Kriterien für gute Lernvideos. Sie erstellen ein eigenes Lernvideo, das in der Schule oder auf YouTube geteilt werden kann.
Zeit	1–2	1–2	2	4–6 Die Einheit ist auch für Projekttag geeignet
Methoden	Tafelsturm, Galeriegang	Stummer Impuls, Zuordnungsübung, Handysektor Artikel, Zusatzaufgabe „Entscheide dich“	Tafelbild	Vorbereitende Hausaufgabe
Material	Ausreichend Kreide/Boardmarker, Fragebogen (Quiz), Steckbrief	Merchandising-Produkt, Poster klicksafe	Grafik Top-Verdiener, Tagesabläufe, Video „Inside of emptiness“, Video „Best of YouTuber Parodien“ (Zusatzaufgabe)	Karten Lernvideos, Beamer etc. für Präsentation der Lernvideos, Tablets oder Schülerhandys, Schnittprogramme
Zugang Internet/PC	Nein	Nein	Ja (für Video-Zusatzaufgabe)	Ja

Das Material ist geeignet für den Einsatz ab Klasse 6.

Zusatz-Projekt zu Material Kosmos YouTube:

„Pranks- Alles nur Spaß???“ auf  www.klicksafe.de/mobilemedien

PROJEKT 1: YOUTUBE UND DU

Ziele	<i>Die SuS vergleichen ihr Nutzungsverhalten auf YouTube anhand eines Fragebogens. Mithilfe eines Steckbriefes stellen sie ihren YouTube-Star vor.</i>
Methoden und Material	<i>Tafelsturm, Galeriegang Ausreichend Kreide/Boardmarker, Fragebogen (Quiz), Steckbrief</i>
Zugang Internet/PC	<i>Nein</i>



Einstieg

Starten Sie mit einem „Tafelsturm“ zum Thema YouTube. Die SuS schreiben ihre Assoziationen frei und ungeordnet an die Tafel oder das Board. Halten Sie dazu ausreichend Kreide oder Stifte parat. Greifen Sie die Beiträge der SuS auf – indem Sie sie etwa nach Bereichen clustern – und geben Sie einen thematischen Ausblick auf die folgenden vier Unterrichtsprojekte.

Abfrage: „Alle SuS stehen auf, die bereits auf YouTube Videos mit diesen Inhalten geschaut haben“: *Backen und Kochen, Fußball, Beauty und Kosmetik, Let’s-Plays, Videos über deutsche Geschichte, Mathe-Erklärvideos, Musikvideos* (nacheinander aufzählen). Lassen Sie SuS selbst Kategorien nennen. Oder fügen Sie noch aktuelle Trends wie „Pranks und Challenges“ hinzu und lassen Sie diese Kategorien erklären. Sie können die Antworten mit den Ergebnissen der aktuellen JIM-Studie 2018 vergleichen und bspw. die Nutzungsunterschiede zwischen Jungen und Mädchen herausarbeiten lassen (Grafik im Anhang).

YouTube-Quiz
klicksafe stellt zum Thema „YouTube und Social Influencer“ ein Quiz zur Verfügung:
www.klicksafe.de/quiz

Erarbeitung

Lassen Sie den Fragebogen „YouTube und Du“ von den SuS ausfüllen. Bei den Fragen geht es um Nutzungszeiten, Nutzungsgewohnheiten und das Erkennen von Risiken.

Sicherung

Werten Sie drei bis fünf Fragen in der Klasse aus. Sammeln Sie Gemeinsamkeiten, Unterschiede, etc. Achten Sie auch auf die genannten Nutzungszeiten und Inhalte.

**YouTube schauen ohne Ende?
Mehr Selbstkontrolle durch Zeitlimits**


Immer mehr Dienste bieten die Funktionen an, eine Nutzungszeitbeschränkung für den Dienst festzulegen. Auch in der YouTube-App kann eine Pausenerinnerung festgelegt werden unter „Einstellungen – An Pause erinnern“. Die digitale Auszeit bei iOS können Sie einstellen unter „Bildschirmzeit“, bei Android „Digitales Wohlbefinden“ (ab Version 9 Pie).  www.handysektor.de/artikel/mach-mal-pause-von-deinem-smartphone



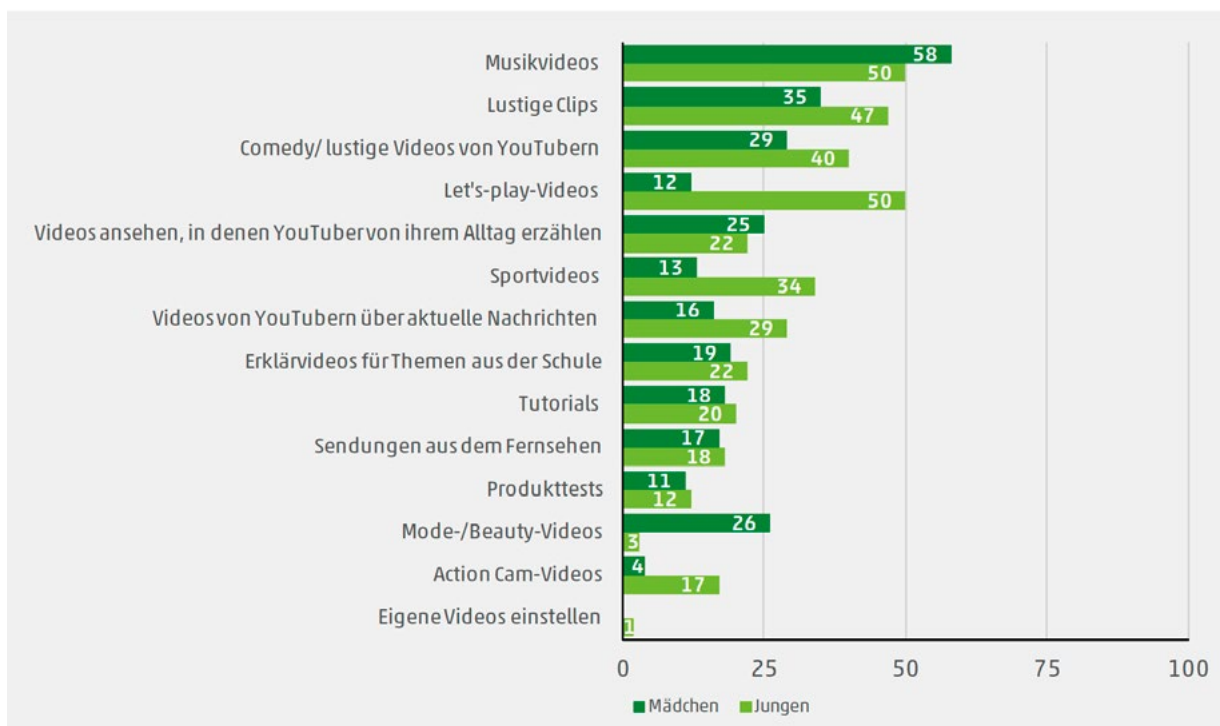
Zusatzaufgabe: Dein YouTube-Star

Die SuS füllen Steckbriefe zu ihren Lieblings-YouTuberinnen und -YouTubern aus. Die Steckbriefe werden ausgehängt und in einem Galeriegang betrachtet oder vorgelesen. Witzig wird es, wenn Sie oder SuS, die keinen YouTube-Star haben, einen erfundenen „Fake-Steckbrief“ unter die echten Steckbriefe mischen. Die Klasse wird aufgefordert, diesen zu finden.

Auswertung: Gibt es Angebote, die besonders oft erwähnt werden? Oder solche, die kaum einer kennt? Wer ist der liebste YouTube-Star der Klasse? Würden die SuS ihre Stars als „Vorbilder“ bezeichnen? Was macht für sie ein Vorbild aus?

Interessant für SuS: Beteiligen auch Sie sich bei der Vorstellung und stellen Sie eine YouTuberin/einen YouTuber vor, für die/den Sie sich begeistern. Positive Vorbilder auf YouTube zeigt die Reihe „YouTube-Kanal des Monats“ auf:  www.handysektor.de/youtuber-des-monats

YouTube: Nutzung 2018 – täglich/mehrmals die Woche



Quelle: JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die zumindest seltener YouTube nutzen, n = 1.197

Wie viel Zeit verbringst du täglich im Durchschnitt auf YouTube?

- weniger als eine Stunde 1–2 Stunden mehr als 2 Stunden

Auf einer Skala von 1–10, wie wichtig ist dir YouTube?

- unwichtig 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 sehr wichtig

Unterstreiche, welche Kategorien du am häufigsten nutzt:

- | | | | |
|------------------------|----------------------------|------------------|-----------------------|
| Autos & Fahrzeuge | Beauty & Fashion | Comedy | Bildung |
| Unterhaltung | Familienunterhaltung | Film & Animation | Essen |
| Spiele | Praktische Tipps & Styling | Musik | Nachrichten & Politik |
| Soziales Engagement | Menschen & Blogs | Tiere | |
| Wissenschaft & Technik | Sport | Reisen & Events | |

Ich schaue am liebsten Videos, die mir empfohlen wurden von: ...

- ... Freunden ... YouTube ... Influencern ... meiner Familie

Ich bin bei YouTube mit einem Google Account angemeldet: ja nein

Ich nutze YouTube Premium: ja nein

Ich habe schon Produkte gekauft, die von YouTubern beworben oder benutzt wurden: ja nein

Hast du selbst schon Videos online gestellt? nein ja Zu welchem Thema? _____

Hast du bereits Kommentare zu Videos geschrieben?

- nie selten (1–5-mal) öfter regelmäßig

Würdest du YouTube deinem 8-jährigen Geschwisterkind empfehlen? ja nein

Warum: _____

Bist du schon auf Videos gestoßen, die dich verstört oder erschreckt haben? ja nein

Was von den folgenden Dingen hast du dann getan?

- Eltern Bescheid gesagt
- weggeklickt
- nichts (Video weiter angeschaut)
- mit Freunden darüber gesprochen
- Video gemeldet
- _____

Videos melden auf YouTube
 Mit dem Klick auf die drei Punkte ... unter einem Video kannst du ein Video melden. Du musst dafür aber einen Google-Account besitzen und eingeloggt sein.

Das sind die drei Top-YouTuberinnen oder YouTuber für mich:

Aufgabe: Fülle für deinen liebsten YouTube-Star den Steckbrief aus und hänge ihn im Klassenzimmer auf.

Name:

Anzahl der Abonnenten:

Kategorie/Themen:

Darum gefällt mir die YouTuberin/der YouTuber:

Das mag ich an ihr/ihm nicht:

Diese anderen YouTuberinnen/YouTuber waren schon zu Gast:

Diese 3 Fragen würde ich ihr/ihm gerne stellen:

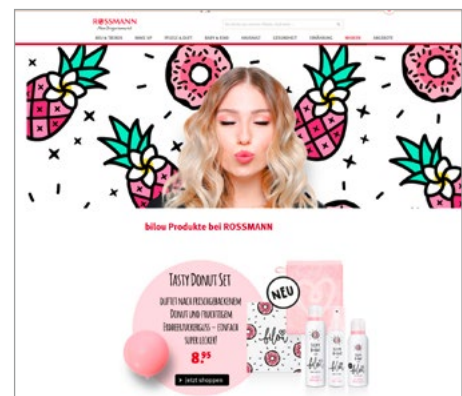
PROJEKT 2: INFLUENCING YOU?!

Ziele	Die SuS lernen Verdienstmöglichkeiten auf YouTube kennen. Sie können die Interessen von YouTuberinnen und YouTubern kritisch hinterfragen.
Methoden und Material	Stummer Impuls, Zuordnungsübung, Handysektor Artikel, Zusatzaufgabe „Entscheide dich“ Merchandising-Produkt, Poster klicksafe
Zugang Internet/PC	Nein

1-2
UNTERRICHTS-
STUNDEN

Einstieg Über die Hälfte der Jugendlichen hat sich laut einer Studie schon einmal von einem YouTube-Star zu einer Kaufentscheidung verleiten lassen²⁶. Frage an die SuS: „Habt ihr schon mal etwas gekauft, weil ihr durch einen YouTube-Star davon erfahren habt?“

Alternative Stummer Impuls: Bringen Sie ein Produkt einer YouTuberin oder eines YouTubers mit in den Unterricht, bspw. etwas aus der Kosmetikserie „Bilou“ von Bibi oder „Beetique“ von Dagi Bee und stellen es auf das Lehrerpult. Die SuS kommentieren unaufgefordert. Fragen Sie im nächsten Schritt das Vorwissen der SuS über Monetarisierungsmodelle auf YouTube ab: „Wisst ihr, wie YouTuberinnen und YouTuber ihr Geld verdienen?“. Ein Empfehlenswertes Video dazu finden Sie auch in der ZDF Reihe App+on: www.zdf.de/kinder/app-und-on/abgeschminkt-104.html



Werbeprodukt von Bibi
Quelle: Screenshot www.rossmann.de,
Abruf 15.05.19

Affiliate Links, Werbekennzeichnungen und Co.

Sind Ihnen Begriffe wie z. B. „Affiliate-Links“ oder die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung (z. B. Einblendung: „P“ + Text „Unterstützt durch Produktplatzierungen“) unbekannt, können Sie sich in Kapitel 3 der Sachinformationen ausführlich informieren. Häufig wird von Influencern Werbung nicht als solche gekennzeichnet²⁷, Abmahnungen des Verbandes Sozialer Wettbewerb sind unter anderem die Folge. Sensibilisieren Sie die SuS für Formen von Schleichwerbung. Informationen: www.die-medienanstalten.de/themen/werbeaufsicht

²⁶ Quelle: Social-Media-Atlas 2018, Abruf www.presseportal.de/pm/52884/3884741

²⁷ Quelle: www.sueddeutsche.de/panorama/instagram-werbung-schleichwerbung-tag-markierung-pamela-reif-markennennung-1.4377537,
Abruf 05.08.19

INFLUENCING YOU?! | VERLAUFSBESCHREIBUNG

Erarbeitung Die SuS ordnen verschiedene Verdienstmöglichkeiten entsprechenden Bildbeispielen auf dem Arbeitsblatt zu²⁸. Bei dem Bild „Produktplatzierung“ müssen sie genau hinsehen (oben links), ebenso bei "YouTube-Werbung" (unten rechts).

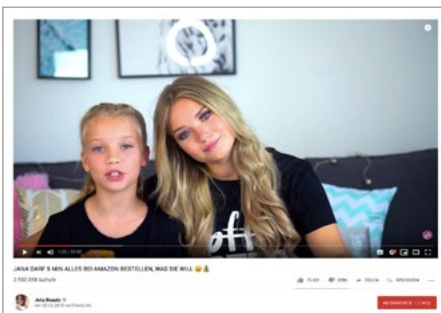
Alternative Führen Sie die Übung im Sitzkreis durch. Schneiden Sie dazu Bildbeispiele + Erklärung aus und legen Sie sie auf dem Boden aus. Die SuS finden die Paare und erklären das Werbemodell in eigenen Worten.

Poster „Verdienstmöglichkeiten“

Sie können das Poster „Wie verdienen YouTube-Stars Geld?“ von klicksafe zur Veranschaulichung im Klassenzimmer aufhängen. Download unter: www.klicksafe.de/youtube



Sicherung Auswertung der Übung (Lösung im Anhang). Sammeln Sie: Was kann man tun, um sich gegen Beeinflussungsversuche zu wappnen? An dieser Stelle kann auch auf den Stellenwert von Statussymbolen und Konsum generell eingegangen werden: Welche Bedürfnisse befriedigt Konsum? Wie wichtig ist euch Konsum? Wann konsumiert ihr?



Grenzenlos bestellen: Julia Beauxt überlässt ihrer jüngeren Schwester für ein Video ihr Amazon-Konto. Auch solch ein Videoinhalt kann mit den SuS kritisch hinterfragt werden. Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 28.06.19

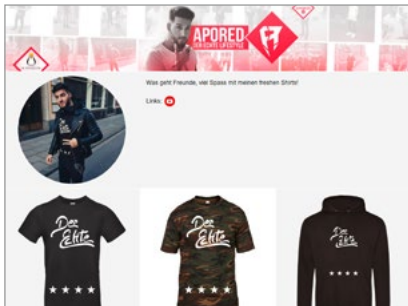
Werbemechanismen durchschauen!

Der Artikel „Ich will das auch haben! Aber warum eigentlich?“ von Handysektor erklärt, warum wir uns von Werbung beeinflussen lassen und wie man sich gegen Beeinflussungsversuche wehren kann. Lassen Sie den Artikel z. B. auf den Handys der SuS lesen. Besprechen Sie die Tipps am Ende des Artikels. www.handysektor.de/artikel/influencer-ich-will-das-auch-haben-aber-warum-eigentlich

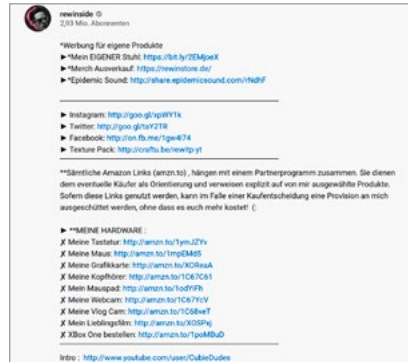
²⁸ Quellen auf dem Arbeitsblatt: Screenshots www.youtube.com, <https://3dsupply.de/>, Abruf 16.05.19

INFLUENCING YOU?!

Lösung



Merchandise



Affiliate-Links



Produktplatzierung



YouTube-Werbung



Unternehmenskooperation/Sponsoring



Zusatzaufgabe: „Entscheide dich“

YouTuberinnen und YouTuber sind für viele SuS Vorbilder und Meinungsbildner. Gerade deshalb sollten die Stars bewusst entscheiden, wie sehr sie sich von Firmen, Parteien, Trends o. ä. einspannen lassen. In einer Übung versetzen sich die SuS in die Situation von YouTuberinnen und YouTubern. Sie müssen bei verschiedenen Fallbeispielen entscheiden: Mache ich für Geld und Reichweite (Bsp. 1), Abonnentenzahl (Bsp. 2) und meine Fans (Bsp. 3) alles? Welche Motive stecken jeweils hinter den Entscheidungen?

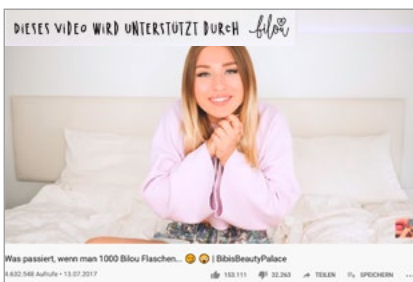
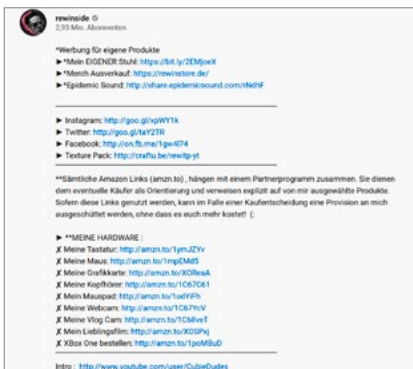
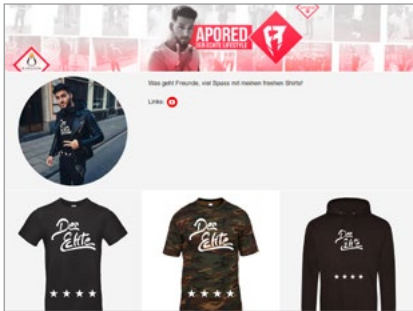
Teilen Sie das Arbeitsblatt oder einzelne Fallbeispiele aus und lassen Sie sie in Gruppen- oder Einzelarbeit bearbeiten. Was würden Ihre SuS tun? Besprechen Sie die Beispiele in der Klasse. Hinweis: Hinter Beispiel 3 steckt eine wahre Geschichte um den Gamer Gronkh, die Sie den SuS erzählen können:

www.taz.de/sexismus-bei-Computerspielern/15582240

INFLUENCING YOU?!

Influencing you?!

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie YouTuberinnen und YouTuber ihr Geld verdienen. Verbinde die Erklärungen zu den Verdienstmöglichkeiten mit den passenden Bildern durch Linien.



Schon gewusst? Werbung als Werbung zu erkennen, lernt man erst im Laufe des Lebens! Kleine Kinder halten das, was sie im TV sehen, oft noch für wahr und können Werbung von Inhalt nicht unterscheiden. Kannst du es?

Unternehmenskooperation/Sponsoring

YouTube-Stars arbeiten mit Unternehmen zusammen und werden von ihnen bezahlt, damit sie ihre Produkte bewerben.

Affiliate-Links (affiliate = angegliedert)

YouTuberinnen und YouTuber setzen Links in die Infobox unter ihrem Video, die direkt zu den Seiten führen, auf denen du die beworbenen Produkte kaufen kannst. Dabei erhalten sie einen Anteil am Gewinn, wenn du das Produkt über den Link kaufst.

YouTube-Werbung

Ab 1.000 Abonnentinnen/Abonnenten und 4.000 Stunden Videoabrufen in zwölf Monaten kannst du dich für das YouTube-Partnerprogramm bewerben. Es werden dann vor oder während des eigenen Videos kurze Werbeclips angezeigt. Je öfter diese Werbung ausgespielt wird, desto mehr Geld erhält die YouTuberin/der YouTuber.

Produktplatzierung

Im Video der YouTuberin oder des YouTubers taucht ein bestimmtes Produkt einer Marke auf oder es wird positiv erwähnt. Das kann auch so aussehen:

Produkttests YouTuberinnen und YouTuber testen Produkte und berichten dir nur positiv darüber.

Storytelling YouTuberinnen und YouTuber erzählen eine Geschichte, in der das Produkt vor kommt, oder ihr ganzes Video dreht sich um das Produkt.

Merchandise

YouTube-Stars verkaufen eigene Produkte, zum Beispiel T-Shirts, Pullover, Mützen, Tassen, Kosmetik etc.

Social Influencer heißen so, weil sie dich beeinflussen wollen (to influence = beeinflussen).

Würdest du für Geld und Fame alles machen? Stell dir vor, du bist YouTuberin oder YouTuber. Für welchen Weg entscheidest du dich? Welche Motive wie Ansehen, Ehrlichkeit, Macht stehen hinter deiner Entscheidung? Begründe deine Entscheidung!

Beispiel 1

Du bist mit deinen Beauty-Videos inzwischen bekannt und hast 50.000 Abonnentinnen und Abonnenten. Ein Vertrag mit einer bekannten Kosmetikfirma verschafft dir einen Großteil deiner Reichweite und gute Einnahmen. Nun sollst du für ihr neues Shampoo Werbung machen. Du hast es getestet, aber einen Ausschlag davon bekommen. Kündigst du den Vertrag mit der Firma oder machst du die Werbung? Was tust du?



Beispiel 2

Du bist schon immer politisch interessiert gewesen, deshalb ist dein Kanal „Politik – kritisch hinterfragt“ deine Leidenschaft, auch wenn du nur 500 Abonnentinnen und Abonnenten hast. Du setzt dich in deinen Videos offen und unvoreingenommen mit den Wahlprogrammen der Parteien auseinander. Nun hat dich die Pressesprecherin einer Partei kontaktiert. Sie verspricht dir, wenn du die Partei in deinen Videos öfter als andere Parteien positiv erwähnst, macht sie dich im Gegenzug bekannt in den Wählerkreisen der Partei. Die Partei hat allerdings im Bereich Umweltschutz ganz andere Ansichten als du und deine Follower. Ein paar weitere Abonnentinnen und Abonnenten könnten eigentlich nicht schaden. Was tust du?

Beispiel 3

Du bist in kurzer Zeit ein Star in der Let's-Play-Szene geworden. Du produzierst lustige, aber manchmal auch provokante Videos. Deine Fanbase besteht hauptsächlich aus Männern, aber auch ein paar Gamerinnen sind darunter. Eines Tages liest du einen Kommentar von einer Gamerin unter einem deiner Videos. Sie beschwert sich darüber, dass du in einem deiner Videos sexuelle Gewalt verherrlichst. Dein Avatar würde auf eindringliche Weise andere Spielerinnen belästigen und sexuelle Handlungen andeuten. Der Post erregt ziemlich viel Aufsehen unter deinen Fans. Viele Fans bedrohen und beschimpfen die Verfasserin als Hure, verklemmte Lesbe und Opfer, nehmen dich aber in Schutz. Was tust du?

PROJEKT 3: ICH WILL YOUTUBE-STAR WERDEN!

Ziele	<p>Die SuS reflektieren das Berufsbild einer YouTuberin/ eines YouTubers. Sie benennen Schattenseiten der Tätigkeit und planen einen eigenen Kanal.</p>
Methoden und Material	<p>Tafelbild Grafik Top-Verdiener, Tagesabläufe, Video „Inside of emptiness“, Video „Best of YouTuber Parodien“ (Zusatzaufgabe)</p>
Zugang Internet/PC	<p>Ja (für Video-Zusatzaufgabe)</p>



Einstieg

Viele Jugendliche träumen heute davon, YouTuberin oder YouTuber zu werden und so schnell Reichtum und Berühmtheit zu erlangen.

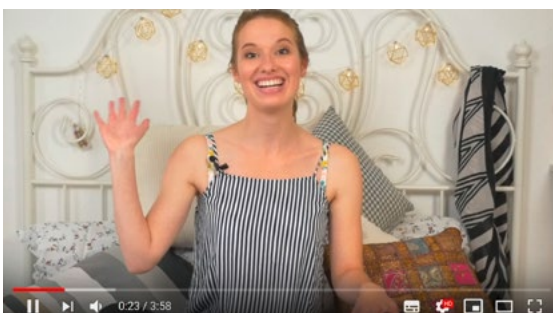
Fragen Sie zunächst einmal das Wissen der SuS darüber ab, wieviel Geld bekannte YouTuberinnen und YouTuber heute an Einnahmen generieren. „Was denkt ihr, wieviel verdienen Bibi oder Gronkh allein mit Werbung in einem Jahr?“. Eine verlässliche Zahl bietet die statista-Infografik aus dem Jahr 2017 im Anhang. Nennen Sie die Zahlen oder zeigen Sie zur Verdeutlichung die Grafik. Sprechen Sie über die Motivation, warum Jugendliche heute den Berufswunsch „YouTuberin/YouTuber“ haben. Das Berufsbild eines Social Influencers erfordert Fähigkeiten in vielen verschiedenen Bereichen, eine Social-Media-„Karriere“ kann außerdem von kurzer Dauer sein.

Erarbeitung

Die SuS lesen auf dem Arbeitsblatt den Tagesablauf einer **Influencerin/eines Influencers** (Variante 1) und/oder auf dem Arbeitsblatt den Tagesablauf eines **Let’s-Players** (Variante 2). Entscheiden Sie selbst, welche der Arbeitsblätter zum Einsatz kommen. In Aufgabe 2 soll überlegt werden, welche Eigenschaften und Fähigkeiten man für diesen „Beruf“ benötigt. Sammeln Sie die genannten Eigenschaften an der Tafel/am Board.

Mögliche Lösung Aufgabe 2

Disziplin, Organisationstalent, wirtschaftliches Denken, Flexibilität, Kommunikationsstärke, Kreativität, Spaß an der Arbeit mit Video- und Bildbearbeitungssoftware, hohes Maß an Eigeninitiative und Lernbereitschaft, Durchhaltevermögen und Engagement, Erfahrungen im Bereich Soziale Medien, gutes Aussehen/Schönheit (fragwürdig, bei Nennung diskutieren) etc.



Die Schattenseiten des Erfolgs auf YouTube
 Quelle: Screenshot Video „Inside of emptiness“, Abruf 1.08.2019

Dass das Leben als YouTuberin oder YouTuber auch Schattenseiten haben kann, können Sie anhand des Videos „Inside of emptiness“ (mit dt. Untertiteln) zeigen und die negativen

ICH WILL YOUTUBE-STAR WERDEN! | VERLAUFSBESCHREIBUNG

Aspekte mündlich sammeln: Einsamkeit, Erschöpfung, Erfolgsdruck, Leere etc. Video zum Download unter www.klicksafe.de/mobilemedien

Frage an die SuS: „Wer in eurer Gruppe wäre wohl die geeignetste YouTuberin oder der geeignetste YouTuber? Begründet.“ Teilen Sie das Arbeitsblatt „Mein eigener Kanal“ aus und lassen die SuS das Blatt ausfüllen. Wenn Sie Ihre Gruppe gut kennen, können Sie auch Vorschläge für Ihre Schüler machen betreffend eigener Stärken, Kanalthemen etc.

Sicherung

Die SuS stellen sich gegenseitig ihre Ideen vor und geben sich Feedback. Abstimmung: Welche Idee wäre wohl am „erfolgreichsten“?

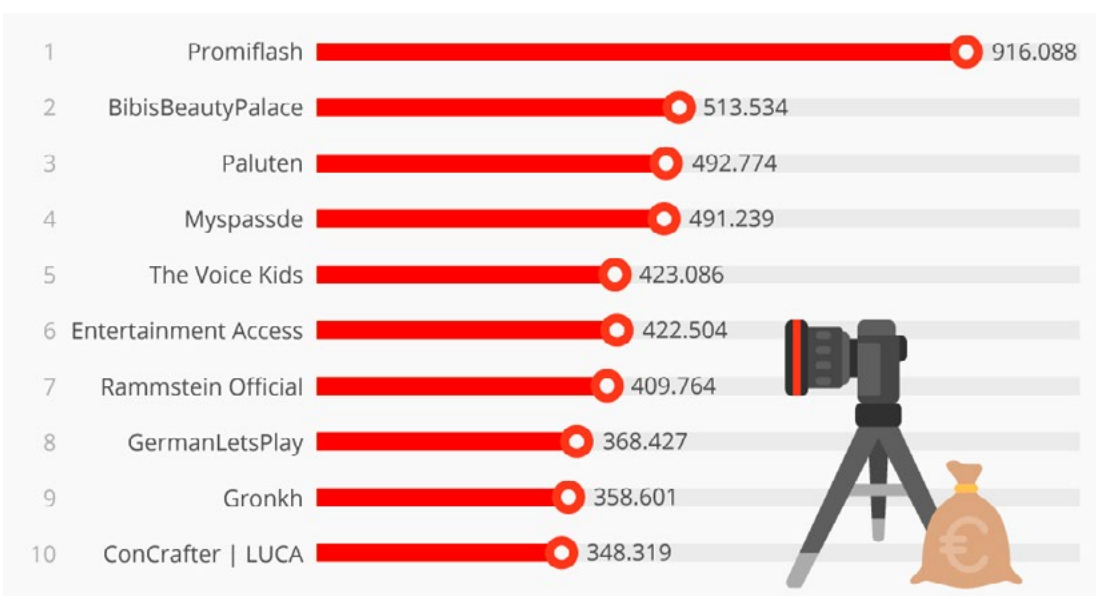


Zusatzaufgabe Parodie „Typisch YouTuberin, typisch YouTuber“

Zeigen Sie eine Parodie über typisches Verhalten von YouTuberinnen und YouTubern www.youtube.com/watch?v=aszBeGq-XUQ oder <https://tinyurl.com/y3w3wqh8> (Titel: „Best of YouTuber Parodien“). Die Jugendlichen sammeln anschließend typisches Verhalten, z. B. schnelles Sprechen, Überbetonen, nah und frontal in die Kamera schauen, starke Gestik, Mimik etc. Sie bereiten typische YouTube-Szenen in Kleingruppen vor und spielen diese den anderen vor. Falls Aufnahme- und Präsentationsgeräte vorhanden sind, können die Szenen auch als Miniclips aufgenommen und gezeigt werden.

Die Deutschen Top-Verdiener bei YouTube

YouTube-Kanäle mit den höchsten geschätzten Werbeeinnahmen 2017 (in Euro)



Die Grafik zeigt die YouTube-Kanäle mit den höchsten Werbeeinnahmen 2017 (Schätzung in Euro)

Quelle: <https://de.statista.com/infografik/12773/die-deutschen-top-verdiener-bei-youtube/>, Abruf 15.05.19

Aufgaben:**1. Lies den Tagesablauf einer Influencerin/eines Influencers auf Instagram oder YouTube.****08:00 Uhr**

Da Du diese Woche in Berlin an mehreren Meetings und Events teilnimmst, bist Du für diese Zeit in einem Hotel untergebracht. Du startest mit einer kurzen Yoga-Einheit in den Tag. Anschließend machst Du Dich kurz fertig und auf den Weg zum Frühstücksbuffet – Dein Handy im Gepäck, damit Du Deinen Followern den schönen Raum und das Essen präsentieren kannst. Du gehst zurück ins Hotelzimmer.

08:45 Uhr

Dein E-Mail Eingang ist gut gefüllt mit Werbe-Anfragen von Unternehmen. Du liest jede Mail aufmerksam durch und überlegst Dir, ob Du Dich mit dem Produkt identifizieren kannst und die Bedingungen für Dich infrage kommen. Nebenbei schnappst Du Dir Dein Smartphone und berichtest Deinen Followern in der Instagram-Story, was Du heute vor hast.

11:30 Uhr

Es klopft an der Tür. Du hast Dich mit einem befreundeten Fotografen verabredet, mit dem Du heute ein paar Fotos schießen und ein neues YouTube-Video drehen möchtest. Da das Licht im Zimmer aktuell super ist, startet Ihr mit dem Video, in welchem Du drei Outfits präsentierst – für den gemütlichen Morgen zuhause, einen Businesstermin und einen Dinnerabend. Den Schnitt des Rohmaterials planst Du für morgen ein.

14:00 Uhr

Bevor Ihr Euch auf in die City macht, ziehst Du Dich noch schnell um. Ihr habt Hunger und steuert ein Restaurant an. Auf dem Weg kommt Ihr über eine schöne Brücke. Ihr schießt ein Foto mit der Spree im Hintergrund. Im Restaurant angekommen, entscheidet Ihr Euch für ein leckeres Pastagericht. Vor dem Essen zückst Du natürlich erstmal Dein Handy.

15:30 Uhr

Ihr fahrt ins Szeneviertel Kreuzberg auf der Suche nach coolen Locations. Ein zwei Spots gefallen Euch besonders gut – Du schmeißt Dich in verschiedene Posen, bis Ihr mit dem Ergebnis vollkommen zufrieden seid.

17:00 Uhr

Die Zeit drängt, da Du heute Abend noch auf ein Event eines Kooperationspartners – ein Modelabel – eingeladen bist. Du verabschiedest Dich von dem Fotografen und fährst zurück zum Hotel. Ein passendes Outfit der Marke liegt auf Deinem Hotelzimmer schon bereit. Weil Du nächste Woche Termine in London wahrnimmst, buchst Du Dir vorher aber noch schnell einen Flug.

18:30 Uhr


Aufgrund der besonderen Veranstaltung kommt Dein Hair- und Make-up-Artist vorbei, den Du öfter in Berlin buchst. Nach 45 Minuten steht Dein Look.

19:30 Uhr

Dein Shuttle wartet vor dem Hotel auf Dich. Auf dem Event führst Du Gespräche mit dem Inhaber des Labels und Influencer-Kollegen. Da die Presse ebenfalls vor Ort ist, kommen auch einige Interviews auf Dich zu. Für Deine Follower greifst Du immer wieder zum Handy, um eine Story oder ein Foto für später zu erstellen.

23:30 Uhr

Müde von dem langen Tag verabschiedest Du Dich von den wichtigsten Leuten. Dein Taxi bringt Dich zurück zum Hotel, wo Du geschafft ins Bett fällst.

Quelle:  www.studycheck.de/berufe/influencer, Text gekürzt;
Abruf 15.05.19

2. Welche Fähigkeiten und Eigenschaften braucht man, um als YouTuberin/YouTuber Erfolg zu haben?**3. An welchen Eigenschaften müsstest du noch arbeiten?**

Aufgaben:**1. Lies den Tagesablauf einer Let's-Playerin/eines Let's-Players.****07:00 Uhr**

Dein Wecker klingelt und Dein erster Blick fällt auf Dein Handy: Du hast mehrere Hundert Benachrichtigungen. Während Du frühstückst, scrollst Du durch die verschiedenen Social-Media-Kanäle wie Facebook und siehst Dir die neuen Beiträge an. Zwischendurch beantwortest Du ein paar Kommentare von Deinen Abonnenten.

07:45 Uhr

Du setzt Deine Arbeit am PC fort und liest Dir die neuen E-Mails durch. Eine ist von einer Firma, die Gaming-Zubehör herstellt. Ende des Monats bringen sie eine neue Tastatur auf den Markt. Diese würden sie Dir gerne zusenden, damit Du sie testen und in einem Video vorstellen kannst. Du sagst zu.

09:00 Uhr

Jeden Tag erscheint eine Folge eines gerade veröffentlichten Adventure-Games auf Deinem YouTube-Kanal. Diese nimmst Du jetzt für die nächsten Tage auf. Du startest Dein Aufnahmeprogramm und beginnst zu spielen.

12:00 Uhr

Du legst eine kurze Pause ein, gehst in die Stadt und isst dort etwas.

13:30 Uhr

Du bist wieder Zuhause. In einer halben Stunde bist Du mit zwei anderen YouTubern virtuell verabredet. Ihr wollt gemeinsam ein paar Videos produzieren, dazu verbindet Ihr Euch via Skype miteinander.

17:00 Uhr

Nach der Aufnahme mit Deinen Kollegen setzt Du Dich an den Schnitt der heute aufgenommenen Videos.

19:00 Uhr

Bevor Du in Dein Abendprogramm startest, legst Du eine weitere Pause ein. Etwas frische Luft und ein kleiner Snack sorgen für eine schnelle Erholung.

19:30 Uhr


In einer halben Stunde streamst Du auf der Gaming-Plattform Twitch. Du triffst die ersten Vorbereitungen, prüfst das Mikrofon und das Aufnahmeprogramm. Außerdem postest Du bei Facebook und Twitter eine Ankündigung in Form eines Countdowns.

20:00 Uhr

Dein Livestream startet. Heute zockst Du einen Multiplayer-Shooter zusammen mit der Community. Die Zuschauerzahl steigt von Sekunde zu Sekunde.

22:00 Uhr

Nach zwei Stunden verabschiedest Du Dich von Deinem Publikum und beendest die Übertragung. Damit endet Dein Tag für heute.

Quelle:  www.studycheck.de/berufe/youtuber-vlogger,
Text gekürzt; Abruf 15.05.19

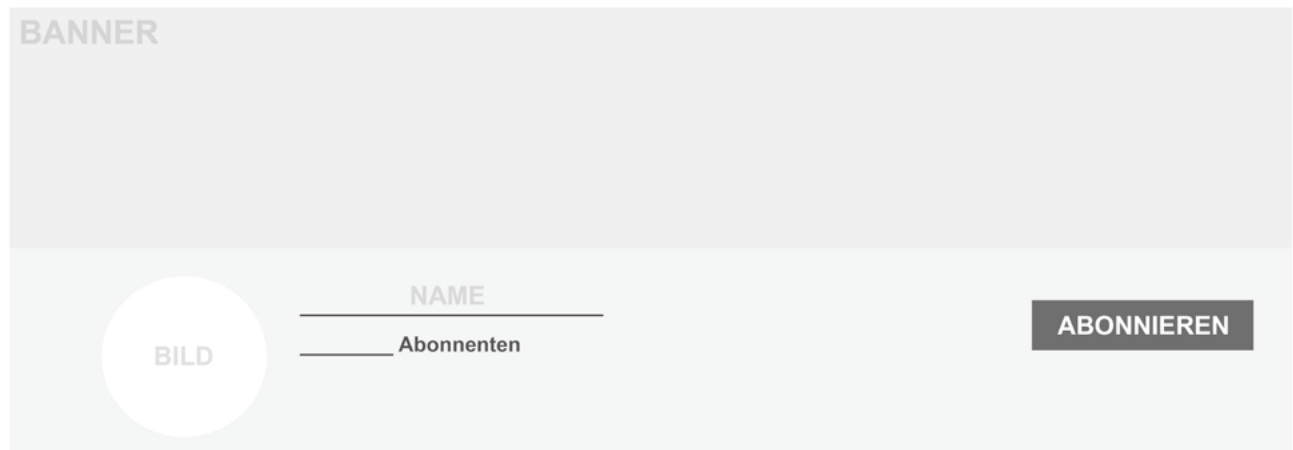
2. Welche Fähigkeiten und Eigenschaften braucht man, um als Let's-Playerin/Let's-Player Erfolg zu haben?**3. An welchen Eigenschaften müsstest du noch arbeiten?**

Plane deinen eigenen Kanal.

Gibt es ein Thema, in dem du dich besonders gut auskennst?

Was macht deinen Kanal besonders?

Sei kreativ bei der Gestaltung deines Kanalbanners und deines Kanalbilds. Fertige eine Skizze an:



Für wen möchtest du Videos machen? Wer ist deine Zielgruppe?

Willst du Werbung schalten? ja nein

Auf welchen anderen Plattformen willst du aktiv sein?

Wie würdest du dich fühlen, wenn jemand negative Kommentare unter einem deiner Videos schreibt? Wie könntest du handeln?

Herausstechen aus der Masse!

Es gibt Themen und Genres, für die es bereits Millionen Kanäle gibt. Du brauchst einen Unique Selling Point (USP), der dein Angebot einzigartig macht. Auf der Seite von Handysektor bekommst du weitere wertvolle Tipps: <https://tinyurl.com/y3xsh6bo>

Schon gewusst? Um Geld zu verdienen, gibt es auf YouTube bestimmte Anforderungen.

Informationen darüber, wie alt du sein musst und wie viele Abonnentinnen/Abonnenten du brauchst, um Werbung zu schalten, gibt's auf YouTube: <https://tinyurl.com/y4zyha52>


PROJEKT 4: UNSER EIGENES LERNVIDEO

Ziele	<p><i>Die SuS sammeln Kriterien für gute Lernvideos. Sie erstellen ein eigenes Lernvideo, das in der Schule oder auf YouTube geteilt werden kann.</i></p>
Methoden und Material	<p><i>Vorbereitende Hausaufgabe Karten Lernvideos, Beamer etc. für Präsentation der Lernvideos, Tablets oder Schülerhandys, Schnittprogramme</i></p>
Zugang Internet/PC	<p><i>Ja</i></p>

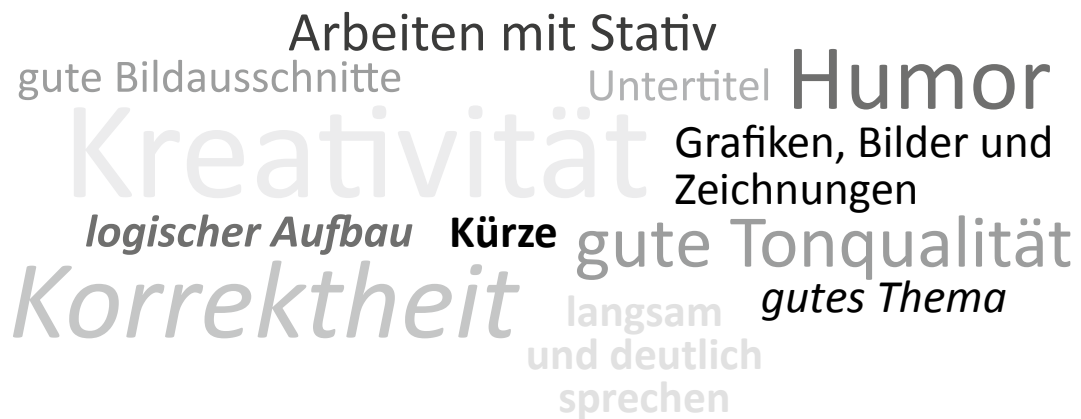


Die Einheit ist auch für Projekt-tage geeignet.

Einstieg

Zeigen Sie den SuS ein Lernvideo, das Sie für gut befinden. Beispiele für Lernvideos finden Sie auf  www.klicksafe.de/lernen-mit-youtube. Sie können auch die SuS fragen, mit welchen Videos sie am besten lernen und eines aus der Sammlung zeigen.

Sammeln Sie mit den SuS an der Tafel/Board: Was macht ein gutes Lernvideo aus?



Alternative:

Als vorbereitende Hausaufgabe sollen die SuS ausgewählte Lernvideos schauen und Kriterien für gute Videos sammeln. Teilen Sie dazu die Karten „Lernvideos“ an die SuS in der Stunde davor aus (Anhang). Hier finden sich Anregungen für kreative Lernvideoszenarien (Musik, Playmobilfiguren, Methoden Graphic Recording oder Legetrick).

Desinformation und Verschwörungstheorien – Falsche Inhalte auf YouTube

Schülerinnen und Schüler können bei der Suche nach Lernvideos zu Schulthemen leicht auf Inhalte mit Verschwörungstheorien stoßen, wie z. B. Flat-Earth-Theorien, 9/11-Verschwörungstheorien, rechtsextreme Theorien wie „Der große Austausch“ oder unseriöse Videos von Impfgegnern. Thematisieren Sie dies im Unterricht und erklären Sie, dass alle Informationen aus dem Social Web kritisch betrachtet und bei Misstrauen auch in anderen Medien gegengecheckt werden sollten. Informationen: www.klicksafe.de/fake-news

Erarbeitung

Im nächsten Schritt soll ein eigenes Lernvideo von maximal 3 Minuten Länge erstellt werden.

Die SuS bilden Arbeitsgruppen nach Interesse.

Themenideen:

- aktueller Lernstoff in Schulfächern
- Lernmethoden (z. B. Wie gestalte ich eine Mindmap?)
- Themen aus dem Schulalltag z. B. „Was tue ich, wenn ich meinen Spindschlüssel verliere?“
- Anleitungen für die Sicherheit in Sozialen Diensten (z. B. Kontakt melden/blockieren in WhatsApp).
- eigene Ideen der SuS



Screenshot von einem Schüler-Video-Tutorial

Quelle: Abt-Bessel-Realschule Buchen, zum Download unter www.klicksafe.de/mobilemedien

Falls Sie die Karten „Lernvideos“ nicht bereits als vorbereitende Hausaufgabe ausgeteilt haben, können sie auch als Inspiration an die Arbeitsgruppen ausgegeben werden. Die SuS benötigen ausreichend Zeit, um das Video zu planen, mit den schulischen oder eigenen Geräten zu filmen und evtl. zu schneiden. Geben Sie für die Arbeitsschritte einen Zeitrahmen an der Tafel vor. Mit dem Arbeitsblatt strukturieren sich die SuS und erstellen ein Storyboard.

Geben Sie auch vor, ob Personen zu sehen sein dürfen. Datenschutz, Urheberrechte und Persönlichkeitsrechte müssen dann beachtet werden. Informationen finden Sie auf www.klicksafe.de/themen

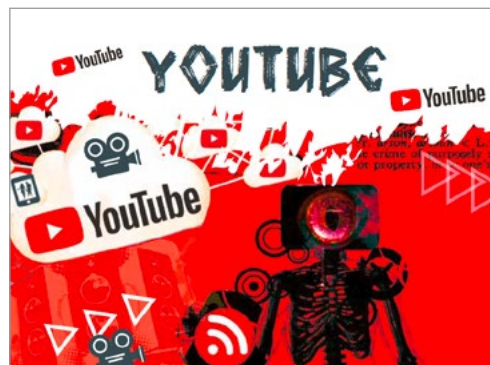
Sicherung

Die Lernvideos der SuS werden vor der Klasse gezeigt. Entscheiden Sie mit der Klasse: Sollen die Videos auf YouTube gestellt werden? Oder werden sie nur in der Klasse, Parallelklasse oder auf der Schulhomepage geteilt? Nutzen Sie Ihren privaten Account oder erstellen Sie einen Account für die Videos der Klasse? Wer verantwortet und moderiert den Account?

Anleitung Video-Upload bei YouTube

Wenn Sie entschieden haben, das Video auf YouTube zu stellen, zeigen Sie (oder eine Schülerin/ein Schüler, die/der bereits Erfahrung hat) frontal den Vorgang des Video-Uploads. klicksafe stellt eine Screenshot-Anleitung für Lehrpersonen zur Verfügung, die schrittweise aufzeigt, wie man ein Video auf YouTube hochladen kann. Unter: www.klicksafe.de/youtube

Vor einer Veröffentlichung auf YouTube können die Jugendlichen den Flyer „YouTube“ von klicksafe durcharbeiten: <https://tinyurl.com/yxz6rsg6>



Quelle: Flyer klicksafe

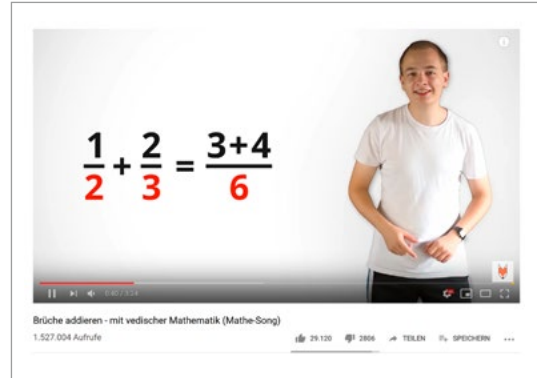


Sommers Weltliteratur – mit Playmobilfiguren Reclam-Lektüren lernen



www.youtube.com/mwstubes

Dorfuchs – mit Songs Mathe lernen



www.youtube.com/DorFuchs

Graphic recording – zeichnend lernen



www.youtube.com/watch?v=xKY3fWD4w40
oder <https://tinyurl.com/y5ol3tjk>

Erklärvideo Legetrick



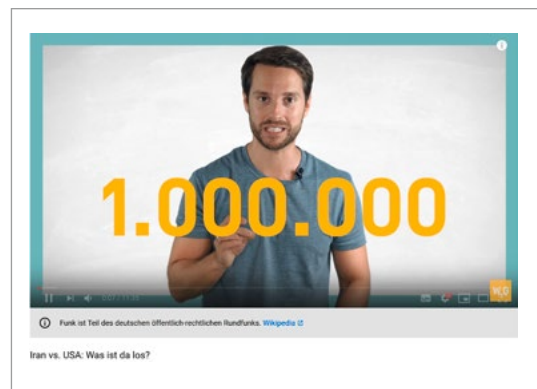
www.youtube.com/watch?v=PDjJjgGioQ&
oder <https://tinyurl.com/y4wtrw2r>

maiLab – Naturwissenschaften gut erklärt



www.youtube.com/maiLab

**MrWissen2go – Geschichte und mehr!
Endlich verständlich**



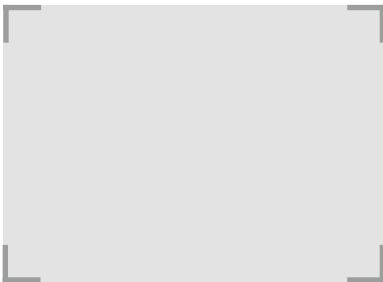
www.youtube.com/MrWissen2go

Quelle: Screenshots www.youtube.com, Abruf 1.08.2019

UNSER EIGENES LERNVIDEO | STORYBOARD

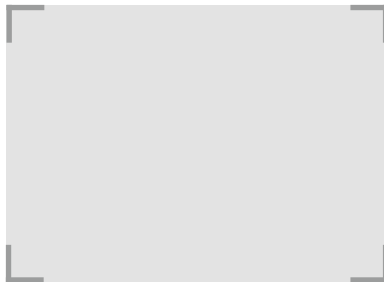
		Geplante Zeit
SCHRITT 1	Wählt ein Thema!	_____
SCHRITT 2	Erstellt ein Storyboard. Versucht mit wenigen, einfachen Worten zu erklären. Schreibt genau auf, was ihr sagen werdet. Zeichnet, was ihr filmen wollt.	_____
SCHRITT 3	Verteilt folgende Aufgaben und arbeitet euch zügig ein. Text sprechen: Filmen: Performen/darstellen: Requisiten: Schnitt:	_____
SCHRITT 4	Setzt eure Pläne in einen Film um!	_____
SCHRITT 5	Präsentiert eure Ergebnisse den anderen.	_____

SZENE



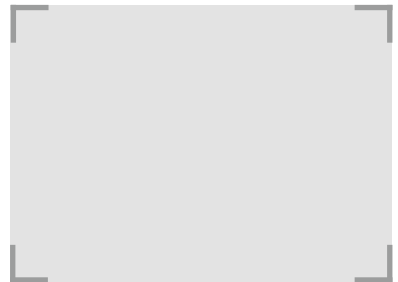
Beschreibung

SZENE



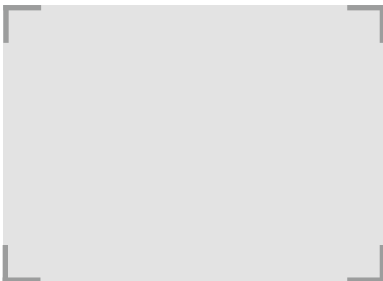
Beschreibung

SZENE



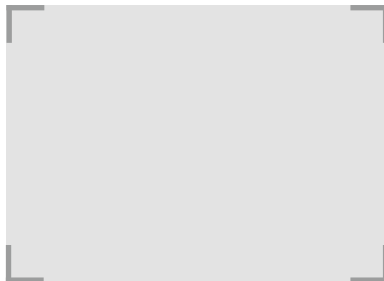
Beschreibung

SZENE



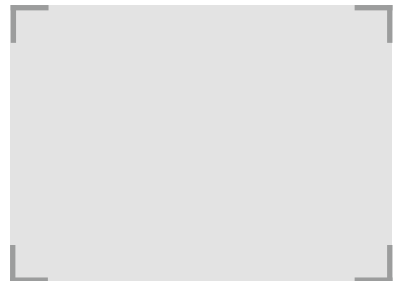
Beschreibung

SZENE



Beschreibung

SZENE



Beschreibung



Herausgeber:



Klicksafe ist das deutsche Awareness Centre im
CEF Telecom Programm der Europäischen Union.

klicksafe sind:



LMK – medienanstalt rlp, www.medienanstalt-rlp.de



Landesanstalt für Medien NRW, www.lfm-nrw.de

und



Handysektor ist ein Informationsangebot
für den digitalen Alltag von Jugendlichen.
www.handysektor.de

Bezugsadresse:

Klicksafe
c/o LMK – medienanstalt rlp
Turmstraße 10
D - 67059 Ludwigshafen
E: info@klicksafe.de
W: www.klicksafe.de