

Informationskompetenz

Erkennen, was wahr und richtig ist

Unterrichts-
modul 4

YouTube –
Kommerz oder Content?



Impressum

Herausgeber und Bezugsadresse

Landesmedienzentrum
Baden-Württemberg
Vertreten durch Direktor Wolfgang Kraft
Rotenbergstraße 111, 70190 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 2850-6
Fax: +49 (0)711 2850-780
E-Mail: beratungsstelle@lmz-bw.de

Dieses Materialpaket ist Teil
des Projekts #RespektBW

Projektleitung

Sarah Heinisch

Autorinnen und Autoren

Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Jennifer Madelmond
Constantin Schnell
Marco Herbst
Sophie Kitzmann

Sketchnote

Julia Frei

Redaktion

Sophie Kitzmann
Stephanie Wössner
Fabian Karg

Gestaltung

www.cosmoto.com

Stuttgart, Oktober 2019

Sofern nicht anders vermerkt, stehen die Inhalte unter einer CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ). Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Website www.lmz-bw.de.

Die Bildquellen aus den Unterrichtsmodulen sind im jeweiligen Quellenverzeichnis aufgeführt. Die Bilder werden unter Berufung auf die folgenden Paragraphen verwendet:

https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_51.html
https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_60a.html
https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_60b.html

Dies gilt auch für Screenshots und Standbilder aus Filmwerken.

Sollten Sie auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir umgehend handeln.

Sonstige Illustrationen sind nicht frei zu verwenden.
Illustrationen: Shutterstock

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Das Setzen von externen Links bedeutet nicht, dass sich das LMZ die hinter dem Verweis oder Link liegenden Inhalte zu eigen macht. Das LMZ hat bei der erstmaligen Verknüpfung der externen Links die fremden Inhalte daraufhin überprüft, ob etwaige Rechtsverstöße bestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren keine Rechtsverstöße ersichtlich. Das LMZ hat keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf die Inhalte der verknüpften Seiten. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Verlinkungen auf die Webseiten Dritter, die außerhalb des Verantwortungsbereichs des LMZ liegen, würde eine Haftungsverpflichtung nur bestehen, wenn das LMZ von den rechtswidrigen Inhalten Kenntnis erlangte und es technisch möglich und zumutbar wäre, die Nutzung dieser Inhalte zu verhindern. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Leitartikel	
Medienbildung und Informationskompetenz – warum sie im Internet und den Sozialen Medien so wichtig sind (Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)	8
Materialien für die Grundschule	
2. Unterrichtsmodul 1: „Lügen haben kurze Beine“ – Einstieg in das Thema Fake News	14
Materialien für die weiterführende Schule	
3. Unterrichtsimpuls: „This Person Does Not Exist“ – wie Algorithmen und künstliche Intelligenz die Medienlandschaft verändern und Fake News begünstigen	38
4. Unterrichtsmodul 2: „Ist das wahr oder kann das weg?“ – Fake News im Netz: Teil 1	46
5. Unterrichtsmodul 3: „Ist das wahr oder kann das weg?“ – Fake News im Netz: Teil 2	68
6. Unterrichtsmodul 4: YouTube – Kommerz oder Content?	92
7. Linktipps und weiterführende Materialien	122
8. Wettbewerbsideen	124



Dieses PDF ist nur ein Teil des Materialpakets „Informationskompetenz“. Weitere Bestandteile sowie das Gesamtpaket stehen Ihnen unter <https://bitte-was.de/fuer-lehrkraefte/lehmaterial-und-downloads> zur Verfügung.

6.

Unterrichtsmodul 4



Weiterführende
Schule
Klasse 8–10



4–5 Stunden



Deutsch,
Ethik

YouTube – Kommerz oder Content?



Autoren

Marco Herbst
Constantin Schnell

Zielgruppe/Umfang

Schulart: Sekundarstufe I,
Gymnasium
Fach: Deutsch, Ethik
Klassenstufe: 8–10
Zeitumfang: 4–5 Stunden

Medien- und Materialbedarf

Möglichkeit, YouTube-Videos abzuspielen, ggf.
Computerraum oder Tablets und Beamer

Kurzbeschreibung

Die Schülerinnen und Schüler lernen den Internet-Streaming-Service YouTube näher kennen und werden dabei besonders für das Thema „Influencer-Marketing“ sensibilisiert. Sie analysieren YouTube-Videos hierfür nach einem vorgegebenen Muster und erstellen am Ende der Einheit ein eigenes kurzes YouTube-Video.

Die Lernenden werden für das Thema „Influencer-Marketing“ auf YouTube sensibilisiert und untersuchen den Einfluss der Medien auf ihr Leben und das anderer.

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Inhaltsbezogene Kompetenzen:

► Deutsch Gymnasium:

Funktionen von Medien unterscheiden, vergleichen und bewerten (Information, Kommunikation, Unterhaltung, auch Werbung) (BP 2016, S.38)

► Deutsch Sekundarstufe I:

Funktionen von Medien unterscheiden und vergleichen (Information, Unterhaltung, Kommunikation, auch Werbung) (BP 2016, S.51)

► Ethik Gymnasium:

Den Einfluss der Medien und der medialen Vernetzung auf ihr Leben und das anderer selbstständig untersuchen und bewerten (BP 2016, S.17)

► Ethik Sekundarstufe I:

Den Einfluss der Medien und der medialen Vernetzung auf ihr Leben und das anderer untersuchen und bewerten (BP 2016, S.21)



**Bildungspläne 2016
Gymnasium – Deutsch:**
<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/D>

**Bildungspläne 2016
Sekundarstufe I –
Deutsch:**
<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/D>

**Bildungspläne 2016
Gymnasium – Ethik:**
<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/ETH>

**Bildungspläne 2016
Sekundarstufe I –
Ethik:**
<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/ETH>

Medienbildungsschwerpunkte/ Teilkompetenzen

Information und Wissen

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler erhalten Basis-Informationen zum Thema „YouTube“.

Kommunikation und Kooperation

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler arbeiten (z.B. mediengestalterisch) zusammen.

Produktion und Präsentation

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler produzieren selbst ein kurzes YouTube-Video.

Mediengesellschaft und Medienanalyse (beinhaltet auch Jugendmedienschutz, informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz)

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler werden für das Thema „Influencer-Marketing“ sensibilisiert.

Informationstechnische Grundlagen

- ▶ Die Schülerinnen und Schüler recherchieren selbstständig im Internet.

Teil 1: Basisinformationen zu YouTube

AB 1 – Mediennutzung analysieren

Aufgabe 1:

Diese Aufgabe soll zunächst abklären, wie intensiv YouTube von den Schülerinnen und Schülern genutzt wird und welche Formate dort besonders gerne gesehen werden. Die Unterscheidung zwischen Fernsehen und YouTube mag nicht allen Schülerinnen und Schülern klar sein, da oft auch TV-Sendungen im Internet geschaut werden. Interessant wäre auch herauszufinden, ob Jungs andere YouTube-Sehgewohnheiten haben als Mädchen. Zusätzlich können die verschiedenen Genres in der Klasse diskutiert werden. Einige tauchen in den Aufgaben 3 und 4 „Einem Text Informationen entnehmen“ wieder auf. Auch in Aufgabe 7 „Einen YouTube-Kanal analysieren“ können sie erneut Diskussions Thema sein. Diese Aufgabe kann alternativ auch mit der Umfrageapp minnit' durchgeführt werden (s.u.).

Aufgabe 2:

Das Fernsehen existiert bereits seit vielen Jahrzehnten, YouTube ist im Verhältnis dazu eher kurz auf dem Markt. YouTube kann nur über das Internet aufgerufen werden, das Fernsehen hingegen kennt unterschiedliche Empfangsmöglichkeiten (Kabel, Satellit, digital). YouTube wird beinahe immer über den Rechner oder das Smartphone geschaut, Fernsehen wird noch primär über eine TV-Anlage empfangen. Das traditionelle Fernsehen hat feste Sendezeiten, anders als YouTube-Videos, die man sich jederzeit ansehen kann. Die TV-Sender haben mit ihren Mediatheken zumindest etwas auf diesen Nachteil reagiert. Bei YouTube kann theoretisch jede und jeder Videos einstellen und damit auf Sendung gehen, im Fernsehen ist dies nicht möglich. Dafür ist das Fernsehprogramm häufig aufwendiger und professioneller produziert. Als User/-in kann man YouTube-Kanäle abonnieren, um automatisch die neuesten Videos der

YouTuberin oder des YouTubers zu sehen. Unter YouTube-Videos können die Zuschauer/-innen Beiträge posten und bei einem guten Video einen Daumen vergeben. Ein solch unmittelbares Feedback ist beim Fernsehen noch immer recht selten.

AB 2 – Einem Text Informationen entnehmen

Aufgabe 3:

Diese Aufgabe kann alternativ auch in kleinen Gruppen mit einer kollaborativen Textverarbeitungssoftware (z.B. einem ZUMpad oder einem Etherpad) durchgeführt werden.

Aufgaben 4/5:

Die Ergebnisse der Aufgaben können alternativ auf einem kollaborativen Padlet zusammengetragen werden.

AB 3a/b – Einen YouTube-Kanal analysieren

Aufgabe 6:

Bei der Auswahl der YouTube-Kanäle wurde darauf geachtet, dass diese für die jeweilige Altersklasse geeignet sind (keine Inhalte ab 18 Jahren, kein übermäßiger Gebrauch von Schimpfwörtern). **Die Internetwelt ist jedoch schnelllebig, deswegen empfehlen wir, die Links vorher zu prüfen** (Gibt es den Kanal noch? Sind die Inhalte immer noch für Jugendliche geeignet?). Sollten Schülerinnen und Schüler einen anderen Kanal vorschlagen, empfehlen wir ebenfalls, diesen vorher zumindest kurz zu prüfen.

Aufgabe 7:

Sollten die Schülerinnen und Schüler noch keine Erfahrungen im Gestalten von Plakaten haben, empfiehlt es sich, ihnen kurz die Basics zu erläutern: sinnvolle Plakataufteilung, Schriftgröße, Stichpunkte etc. Das Gleiche gilt für den Kurzvortrag: Aufteilung der Gesprächsbeiträge, freies Sprechen, Körperhaltung, Blickkontakt zur Gruppe etc. Bei der Wiedergabe der eigenen Meinung sollte darauf geachtet werden, dass diese auch sinnvoll begründet wird.

Alternativen zum analogen Plakat: ein interaktives Poster, zum Beispiel mit <http://edu.glogster.com> oder einen Merge Cube mit <https://www.cospaces.io> gestalten.

Weitere Infos zum Merge Cube:

- ▶ Merge Cube zum Basteln: <http://ct.de/ybrj>
- ▶ Bauen in CoSpaces: <http://cospaces.io>
→ Lehrkräfte können mit dem Code COSSTEPHANIEWO die Proversion einen Monat kostenlos testen.
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Drll-epaWbI>
- ▶ Zusätzlich wird ein Tablet oder Smartphone mit der kostenlosen App CoSpaces benötigt.

Die Ergebnisse können auf einem Padlet gesammelt werden. Die Schülerinnen und Schüler können hier zum Beispiel eine bestimmte Anzahl an Likes/Sternen vergeben und Kommentare hinterlassen, um ihre Favoriten zu kennzeichnen.

AB 4: Nachricht oder Kommentar?

Aufgabe 8:

Zur Binnendifferenzierung kann hier für schwächere Schülerinnen und Schüler eine LearningApp (<https://learningapps.org/>) erstellt werden, die den Schülerinnen und Schülern die Begriffe vorgibt, die sie nur einordnen müssen. Die originale Aufgabe kann alternativ gemeinsam an einem Padlet zusammengetragen werden.

AB 5: Nachricht und YouTube-Kommentar selbst erstellen

Aufgabe 10:

Diese Aufgabe kann alternativ auch in kleinen Gruppen mit einer kollaborativen Textverarbeitungssoftware (z.B. einem ZUMpad oder einem Etherpad) durchgeführt werden.

Aufgabe 11:

Für diese Aufgabe können die Schülerinnen und Schüler die Erkenntnisse aus Aufgabe 8

anwenden. Hier ist nur angedacht, dass die Schülerinnen und Schüler ihre Ergebnisse der Klasse vorführen, aber natürlich ist es auch möglich, die Ergebnisse zu filmen und so den filmischen Aspekt etwas mehr zu betonen. Möchte man dieser Aufgabe mehr Zeit einräumen, wäre es zum Beispiel auch möglich, dass sich die Schülerinnen und Schüler entsprechend kleiden (seriöse Kleidung bei den Nachrichten, jugendliche/hippe Kleidung für den YouTube-Nachrichtenbeitrag) und eine Greenscreen-App (Green Screen by Do Ink/iMovie [iOS] oder KineMaster [Android]) nutzen, um sich in ein passendes Setting zu transportieren.

Die Ergebnisse können auf einem Padlet gesammelt werden. Die Schülerinnen und Schüler können hier zum Beispiel eine bestimmte Anzahl an Likes/Sternen vergeben und Kommentare hinterlassen, um ihre Favoriten zu kennzeichnen.

Teil 2: Die wirtschaftliche Seite von YouTube

AB 6: YouTube – Kunst oder Kommerz?

Aufgabe 12:

Diese Aufgabe kann alternativ auch in kleinen Gruppen mit einer kollaborativen Textverarbeitungssoftware (z.B. einem ZUMpad oder einem Etherpad) durchgeführt werden.

AB 7: Rätsel zum Thema Werbung

Aufgabe 13:

Diese Aufgabe kann alternativ als Learning-App (<https://www.learningapps.org>) erstellt werden.

Zusatzmaterial 1: Traumberuf YouTuber/-in? *Interview mit Oğuz Yılmaz*

Aufgabe 15:

Diese Aufgabe kann alternativ auch in kleinen

Gruppen mit einer kollaborativen Textverarbeitungssoftware (z.B. einem ZUMpad oder einem Etherpad) durchgeführt werden.

Aufgabe 16:

Diese Aufgabe kann alternativ binnendifferenzierend als LearningApp (<https://www.learningapps.org>) (für schwächere Schüler, da Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden) oder als minnit'-Umfrage (<https://www.minnit-bw.de>) mit dem Lückentext-Modul erstellt werden.

Zusatzmaterial 2: Eine Erörterung schreiben oder einen kurzen Video-Blog erstellen

Aufgabe 18:

Sollte der Begriff „Content“ (englisch für Inhalt) noch nicht bekannt sein, sollte dieser vorher geklärt werden. Er steht für Inhalte, die in YouTube-Videos vermittelt werden.

Zur Erörterung:

Das Arbeitsblatt enthält einige Stichpunkte für den Fall, dass diese Textform noch nicht im Unterricht eingeführt wurde, um die Struktur und Verschriftlichung der Ergebnisse für die Schülerinnen und Schüler zu vereinfachen. Diese Aufgabe kann alternativ auch in kleinen Gruppen mit einer kollaborativen Textverarbeitungssoftware (z.B. einem ZUMpad oder einem Etherpad) durchgeführt werden.

Zum Video-Blog:

Ein besonderer Reiz liegt natürlich darin, zum gestellten Thema selbst ein Video im „YouTube-Style“ zu erstellen. Pro Gruppe ist hierfür bereits ein Smartphone ausreichend. Das Ergebnis könnte ein One-Take sein (also ein Video ohne Schnitt). Viele Apps bieten aber auch die Möglichkeit, das Video gleich am Handy mit wenig Aufwand zu schneiden und mit Effekten zu versehen (z.B. iMovie). Auch eine Veröffentlichung über YouTube wäre denkbar, wir empfehlen aber vorher, die Kommentarfunktion zu deaktivieren. Sollten

die Schülerinnen und Schüler unter 18 Jahre sein, ist eine schriftliche Erlaubnis der Eltern vor der Veröffentlichung unbedingt einzuholen. Hilfreich für die Schülerinnen und Schüler könnte auch der Film „Wie werde ich ein YouTube-Star“ sein, der vom Onlinemagazin spinxx produziert wurde und noch mal (mit einem Augenzwinkern) zeigt, wie ein typisches YouTube-Video gestaltet wird: https://www.youtube.com/watch?v=DidFO-IQ_yA
Hier kann natürlich auch eine Greenscreen-App (Green Screen by Do Ink/iMovie [iOS] oder KineMaster [Android]) benutzt werden, um sich in ein passendes Setting zu transportieren.

Zusatzmaterial 3: Dürfen sich YouTuber/-innen politisch äußern?

Aufgabe 19:

Diese Aufgabe ist sicherlich eine der schwierigsten im Modul und die Frage lässt sich nicht eindeutig beantworten. Im Falle des Videos von Rezo ist es richtig, dass der Veröffentlichungstermin sehr nah an der Wahl lag und damit eine Wahlbeeinflussung von Seiten Rezos intendiert war. Diese Wirkung wurde auch dadurch verstärkt, dass noch andere YouTuberinnen und YouTuber mit ins Boot geholt wurden. Die Frage, die letztendlich beantwortet werden muss, ist, ob diese Beeinflussung als problematisch angesehen werden muss.

Der Vergleich mit Zeitungen, die sich vor Wahlen tatsächlich traditionell mit Wahlempfehlungen zurückhalten, muss hierfür genauer betrachtet werden. Bei Zeitungen finden sich in der Regel größere Redaktionen, eine Wahlempfehlung würde hier stellvertretend für viele Redakteurinnen und Redakteure stehen. Rezo ist jedoch alleine vor der Kamera (wobei nicht ausgeschlossen werden kann, dass er Unterstützung bei dem Video hatte). Nichtsdestoweniger entsteht der Eindruck, dass dies die Meinung einer einzelnen Person ist. Rezos

Video ist damit eher mit einem Zeitungskommentar vergleichbar, der klar an eine Person gebunden ist.

Betrachtet werden muss aber natürlich auch die Reichweite der YouTuberinnen und YouTuber. Auch wenn eine Einzelmeinung dargestellt wird, ist deren Reichweite sehr hoch und nicht vergleichbar mit der Einzelmeinung von Nicht-Prominenten. Hieraus erwächst eine Verantwortung, der sich YouTuberinnen und YouTuber bewusst sein müssen. Letztendlich wird im Klassengespräch sicherlich keine Lösung gefunden werden. Da es sich hierbei um ein kontroverses Thema handelt, sollten Lehrkräfte darauf achten, dass das Thema auch entsprechend kontrovers diskutiert wird.

Alternativ können hier zuerst die Meinungen der Schülerinnen und Schüler auf einem Padlet zusammengetragen werden. Die Links können auch dort zur Verfügung gestellt werden.

Didaktisch-methodische Hinweise

Das Unterrichtsmodul „YouTube – Kommerz oder Content?“ ist in zwei Teile geteilt. Im ersten Teil wird Basiswissen zu YouTube erarbeitet. Die Schülerinnen und Schüler analysieren dort einen YouTube-Kanal und lernen die Unterschiede zwischen „richtigen“ Nachrichten und einem YouTube-Kommentar kennen.

Im zweiten Teil steht die Kommerzialisierung von YouTube im Vordergrund. Die Schülerinnen und Schüler erfahren, wie über die Seite Einnahmen generiert werden. Zudem reflektieren sie den Beruf der YouTuberin bzw. des YouTubers. Gerade durch diesen zweiten Teil des Unterrichtsmoduls entsteht ein umfassendes Bild der Onlineplattform. Die Sensibilisierung für Werbestrategien, die sich direkt an Kinder und Jugendliche richten, ist hier besonders wichtig.

Unterrichtsverlauf

YouTube –
Kommerz oder
Content?

1. und 2. Stunde: Grundlagen zu YouTube

Zeitrahmen 20 Min.	
Arbeitsform/Methode Einzelarbeit/Partnerarbeit, Diskussion im Plenum	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 1 – „Mediennutzung analysieren“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler füllen Arbeitsblatt 1 aus, vergleichen mit ihren Nachbarinnen und Nachbarn und diskutieren die Unterschiede zwischen Fernsehen und YouTube gemeinsam im Klassenverband (Arbeitsblatt 1, Aufgaben 1 und 2).	
Zeitrahmen 20 Min.	
Arbeitsform/Methode Einzel- oder Partnerarbeit / Diskussion im Plenum	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 2 – „Einem Text Informationen entnehmen“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler lesen den Text, definieren die angegebenen Begriffe und überlegen danach, woher die Begriffe stammen (Arbeitsblatt 2, Aufgaben 3, 4 und 5).	
Zeitrahmen 50 Min.	
Arbeitsform/Methode Gruppenarbeit	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 3a/b – „Einen YouTube-Kanal analysieren“ Ggf. Computerraum
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler analysieren im Computerraum einen YouTube-Kanal nach einem vorgegebenen Muster und erstellen einen Kurzvortrag oder ein Plakat (Arbeitsblatt 3a/b, Aufgaben 6 und 7).	

3. und 4. Stunde: Nachrichten auf YouTube

Zeitraumen 30 Min.	
Arbeitsform/Methode Kurzpräsentationen	Medien/Arbeitsmaterial –
Unterrichtsinhalt Ausgewählte Gruppen stellen ihre Ergebnisse aus der Vorstunde vor.	
Zeitraumen 20 Min.	
Arbeitsform/Methode Einzel- oder Partnerarbeit	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 4 – „Nachricht oder Kommentar?“, YouTube-Video „so gehen Medien“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler schauen das Video von „so geht MEDIEN“ bis Minute 2:38 an und füllen danach die Tabelle aus (Arbeitsblatt 4, Aufgabe 8).	Es folgt eine Diskussion in der Klasse. Abschließend werden die Ergebnisse durch vollständiges Schauen des Films überprüft (Arbeitsblatt 4, Aufgabe 9).
Zeitraumen 40 Min.	
Arbeitsform/Methode Einzel- oder Partnerarbeit Gruppenarbeit Präsentation der Ergebnisse	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 5 – „Nachricht und YouTube-Kommentar selbst erstellen“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler arbeiten aus dem Text Argumente für und gegen den Zoobau heraus (Arbeitsblatt 5, Aufgabe 10).	Nach einer Besprechung erstellen sie entweder einen Nachrichtenbeitrag oder einen YouTube-Kommentar (Arbeitsblatt 5, Aufgabe 11).

5. Stunde:

Kommerz oder Content?

Die wirtschaftliche Seite von YouTube

Zeitraumen 15 Min.	
Arbeitsform/Methode Still- oder Partnerarbeit	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 6 – „YouTube – Kunst oder Kommerz?“, Arbeitsblatt 7 – „Begriffe zum Thema Werbung“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler unterstreichen die wesentlichen Punkte im Text „YouTube – Kunst oder Kommerz?“ und überprüfen ihr Textverständnis mittels des Werberätsels (Arbeitsblätter 6/7, Aufgaben 12/13).	
Zeitraumen 20 Min.	
Arbeitsform/Methode Gemeinsames Schauen	Medien/Arbeitsmaterial Arbeitsblatt 7 – „Begriffe zum Thema Werbung“
Unterrichtsinhalt Die Schülerinnen und Schüler schauen das Video einer YouTuberin und notieren, welche Produkte erscheinen. Anschließend sollte die Lehrkraft auch die Videobeschreibung zeigen (Affiliate-Link etc.)(Arbeitsblatt 7, Aufgabe 14). Leitfrage: Welche Werbestrategien wurden wiedererkannt?	
Zeitraumen 10 Min.	
Arbeitsform/Methode Diskussion	Medien/Arbeitsmaterial –
Unterrichtsinhalt Abschlussdiskussion: Zählt auf YouTube nur noch das Geld?	



Achtung: Für das Modul gibt es noch Erweiterungs-/Vertiefungsmaterial

1. Interview mit einem YouTuber (Zusatz 1)
2. Abschlussdiskussion „Kommerz oder Content? Zählt auf YouTube nur noch das Geld?“ (Zusatz 2)
3. Politik und YouTuber/-innen (Zusatz 3)

Arbeitsblätter

YouTube –
Kommerz oder
Content?

Mediennutzung analysieren

Aufgabe 1:

Fülle den Fragebogen für dich aus und vergleiche danach mit deiner Nachbarin oder deinem Nachbarn!

Wie viele Stunden in der Woche siehst du fern?

Wie viele Stunden in der Woche surfst du auf YouTube?



Was findest du besser? Fernsehen YouTube

Was schaust du alles auf YouTube?

- Nachrichten
- Anleitungen/Tutorials
- Let's Plays
- Alltagstipps/Lifehacks
- Einkaufsempfehlungen
- Musik
- Sport
- Sketche/Comedy
- Lifestyle/Beauty
- Erklärvideos für die Schule
- Follow me arounds

Eigene Vorschläge:

.....

Aufgabe 2:

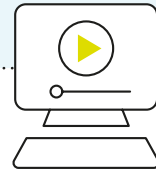
Diskutiert gemeinsam in der Klasse die Unterschiede zwischen traditionellem Fernsehen und YouTube.



Einem Text Informationen entnehmen

Aufgabe 3:

Lies dir den Text aufmerksam durch und unterstreiche die wichtigsten Informationen.



Das ABC von YouTube

YouTube ist eine Online-Videoplattform, die seit 2005 existiert. 2006 wurde sie von Google gekauft. Die Seite ermöglicht es nicht nur, Millionen von Videos zu sehen, sondern auch, selbst gedrehte Videos einzustellen und die Werke anderer zu kommentieren. Die Website ist besonders bei Jugendlichen beliebt und hat eine ganze Reihe von bekannten YouTuberinnen und YouTubern hervorgebracht, die beinahe täglich Videos hochladen und damit Geld verdienen. Besonders beliebt sind sogenannte Let's Plays, bei denen die YouTuberin oder der YouTuber ein Videospiel spielt und es kommentiert. Der bekannteste Let's-Player aus Deutschland ist Gronkh, der im wahren Leben Erik Lange heißt. Ganz oben in der Beliebtheitskala stehen auch Videos der Comedytruppe Y-Titty, die mittlerweile ihre Zusammenarbeit aber aufgelöst hat.

Ein anderes häufiges Thema bei YouTube sind sogenannte Lifehacks. Hierbei handelt es sich um Tipps und Tricks, die das Leben einfacher machen sollen. Videos wie „Zwiebeln schneiden ohne Tränen“ gehören in diese Kategorie. Inhaltlich verwandt sind sogenannte Tutorials, also Onlineanleitungen:

Wie bringe ich meinen neuen Fernseher zum Laufen? Wie backt man eine Schokoladentorte? Wie schminke ich mich richtig? Auch Nachrichten gibt es auf YouTube, diese sind aber meist nicht neutral, sondern werden durch die YouTuberin oder den YouTuber stark kommentiert. Besonders bekannt in diesem Kontext wurde LeFloid, der schon die Kanzlerin interviewte und mit bürgerlichem Namen Florian Diedrich heißt.

Immer häufiger sieht man auf YouTube auch Hauls. Hierbei packt eine YouTuberin oder ein YouTuber ein Paket oder die neuesten Einkäufe aus, um sie vor der Kamera zu präsentieren. Gerade Hauls stehen häufig in der Kritik, da nicht immer ganz klar ist, ob die YouTuberin oder der YouTuber die präsentierten Produkte wirklich mag oder dafür vom jeweiligen Unternehmen Geld bekommt. Nicht zuletzt gibt es YouTuberinnen und YouTuber, die sich keiner der vorherigen Kategorien zuordnen lassen. Oft dokumentieren sie als sogenannte Video-Bloggerinnen und -Blogger oder Influencerinnen und Influencer ihr Leben und lassen so die Onlinecommunity (scheinbar) hautnah daran teilhaben. Besonders Dagi Bee und Julien Bam haben sich in diesem Bereich einen Namen gemacht.

Aufgabe 4:

Notiere, was du über die einzelnen Begriffe erfahren hast.

A – Let's Play

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

B – Lifehack

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

C – Tutorial

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

D – Haul

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

E – Video-Blogger/-in

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

Aufgabe 5:

Wie du sicher bemerkt hast, sind das alles englische Begriffe. Kannst du sie übersetzen?

Wenn du unsicher bist, kannst du auch ein Englischwörterbuch verwenden.

A

B

C

D

E

.....
.....

Einen YouTube-Kanal analysieren

Aufgabe 6:

Schaut euch in Gruppen einen der folgenden Kanäle etwas genauer an:

1 Domtendo
<https://www.youtube.com/user/Geilkind/videos>

2 LeFlويد
<https://www.youtube.com/user/LeFlويد>

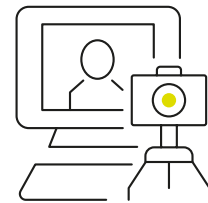
3 Julien Bam
<https://www.youtube.com/user/JulienBam>

4 Dagi Bee
<https://www.youtube.com/user/Dagibeee>

5 freekickerz
<https://www.youtube.com/user/freekickerz>

6 BibisBeautyPalace
<https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace>

7 Felix von der Laden
<https://www.youtube.com/FelixLaden>



Aufgabe 7:

Nun sollt ihr entweder einen Kurzvortrag oder ein Plakat zum jeweiligen Kanal erstellen.
Folgende Aspekte sind dabei von Interesse:

Informationen zum Kanal

- ▶ Welche Informationen erhält man in der Kanalbeschreibung?
- ▶ Wie viele Abonnentinnen und Abonnenten hat die YouTuberin oder der YouTuber?
- ▶ Wie viele Abrufe haben die Videos?
- ▶ Gibt es Verlinkungen zu anderen Kanälen?

Inhalte der Videos

- ▶ Welche Themen/Aspekte werden in den Videos angesprochen?
- ▶ Welche Informationen findet man in den Videobeschreibungen?
- ▶ Sind die Filme in verschiedene Kategorien (Playlists) geordnet?
- ▶ Gibt es im Video (oder in der Videobeschreibung) Links? Wo führen diese hin?
- ▶ Gibt es Möglichkeiten, mit der YouTuberin oder dem YouTuber in Kontakt zu treten?
- ▶ Wird zu irgendeinem Zeitpunkt Werbung für etwas gemacht?

Gestaltung der Videos

- ▶ Wie sind die Videos gestaltet (Schnitt, Farben, Bild- oder Toneffekte)?
- ▶ Wie ist die Sprache der YouTuberin oder des YouTubers (gehobene Sprache, Alltagssprache)?
- ▶ Wie werden die Informationen präsentiert (neutral und sachlich oder wertend und emotional)?
- ▶ Wird Musik eingesetzt? Wenn ja, an welchen Stellen?

Eigene Meinung

- ▶ Hat euch der Kanal gefallen? Wenn ja, was hat euch gefallen?
- ▶ Wenn nein, was hat euch gestört?
- ▶ Wie findet ihr die YouTuberin oder den YouTuber: sympathisch oder unsympathisch?

Nachricht und YouTube-Kommentar selbst erstellen

Aufgabe 10:

Lies dir den Text aufmerksam durch. Unterstreiche, was für und was gegen den Zoobau spricht!

Neuer Tierpark Münchhausen

Die Stadt Münchhausen (120.000 Einwohner) möchte für fünf Millionen Euro einen Zoo bauen. Der Bürgermeister Hans Maier argumentiert damit, dass dieser Zoo neue Besucherinnen und Besucher nach Münchhausen lockt und so die Einnahmen der Gemeinde steigen. Auch seltenere Tiere sollen dort gezeigt und gezüchtet werden, was auch ein Beitrag zum Artenschutz darstelle. Leider sind nicht alle Münchhausenerinnen und Münchhausener damit einverstanden. Einige halten den Zoo für Geldverschwendung, andere empfinden das Einsperren der Tiere als Tierquälerei. Wieder andere wollen, dass das Geld lieber in öffentliche Einrichtungen wie Schulen, Bibliotheken

und Museen investiert wird. Erschwerend kommt hinzu, dass für den Bau ein Teil des Münchhausener Waldes abgeholzt werden muss, da der Zoo am Stadtrand entstehen soll. Am 25. Juni 2017 kommt es dann zum Eklat. Rund 200 Bürgerinnen und Bürger demonstrieren lautstark vor dem Bürgermeisterbüro gegen den Zoo. Noch am frühen Abend lässt der Bürgermeister verlauten, dass möglicherweise eine Bürgerabstimmung zum Thema Zoo durchgeführt werden soll. Nicht wenige Münchhausenerinnen und Münchhausener würden eine solche Entscheidung begrüßen.

Aufgabe 11:

Wählt eine der folgenden Aufgaben aus und bearbeitet sie in der Gruppe.

A

Stellt euch vor, ihr wärt eine Nachrichtensprecherin oder ein Nachrichtensprecher und müsstet in einer Nachrichtensendung die Ereignisse am 25. Juni für das Fernsehpublikum zusammenfassen. Denkt daran, dass das Publikum noch nichts über den Konflikt weiß und dass euer Vortrag möglichst neutral, seriös und objektiv sein soll!

B

Stellt euch vor, ihr wärt als YouTuberin oder als YouTuber erfolgreich und wollt eure Follower über die Ereignisse in Münchhausen informieren. Geht davon aus, dass ein großer Teil der Zuschauerinnen und Zuschauer Jugendliche sind und dass ein YouTube-Kommentar auch originell, lustig und parteiisch sein kann!

YouTube – Kunst oder Kommerz?



Aufgabe 12:

Unterstreiche im Text die wichtigsten Begriffe zum Thema „Werbung auf YouTube“.

Als YouTube gegründet wurde, diente die Seite Film-schaffenden als Plattform, um ihre Werke kostenlos präsentieren zu können. Seitdem sind viele Jahre vergangen und YouTube hat eine beachtliche Kom-merzialisierung durchgemacht. Schon beim Ankli-cken eines Videos startet meist ein Werbespot. Diese Werbespots direkt vor einem Film werden Pre-Roll genannt. Das ist aber oft nur der Anfang: Mitunter wird ein Film für Werbung auch mehrfach unterbro-chen (Mid-Roll) oder zumindest am Ende des Videos wird Werbung geschaltet (Post-Roll).

Auch die Videos selbst sind nicht immer frei von Wer-bung. Präsentiert eine YouTuberin oder ein YouTuber etwa ein Produkt, werden Links eingeblendet, die zur jeweiligen Homepage des Unternehmens führen, wo man das Produkt kaufen kann. Solche Links, die man auch in der Videobeschreibung findet, werden Affiliate-Links genannt. Affiliate ist Englisch und be-deutet so viel wie „Vertragspartner“. Das bewusste Platziere von Produkten in Videos, um sie später zu verkaufen, wird in der Werbebranche auch als „Productplacement“ bezeichnet. Die Kunst besteht darin, das Productplacement möglichst unauffällig zu gestalten.

Gerade bei Hauls wird der Eindruck erweckt, die YouTuberin oder der YouTuber hätte spontan etwas im Laden gekauft, obwohl in Wirklichkeit ein Vertrag mit dem Unternehmen und der YouTuberin bzw. dem YouTuber besteht. Was als persönliche Empfehlung getarnt ist, ist in Wirklichkeit also nur ein weiterer Werbespot. Gerade wenn teure Technik, Kosmetik und Kleidung präsentiert werden, kann bei vielen Ju-gendlichen so der Wunsch entstehen, diese selbst zu besitzen. Dass die YouTuberinnen und YouTuber die Produkte von den Unternehmen gestellt bekommen, ist vielen nicht bewusst.

Häufig fordern YouTuberinnen und YouTuber ihr Publikum auch aktiv auf, ihre Videos zu liken und zu kommentieren. Was hier als Feedback getarnt ist, hat konkrete finanzielle Hintergründe: Je mehr Klicks und Likes ein Video hat, desto mehr Geld bekommt die

YouTuberin oder YouTuber von YouTube selbst, da das Unternehmen nach Klicks bezahlt.

Viele YouTuberinnen und YouTuber legen auch großen Wert auf die Interaktion mit ihrem Publikum. Sie prä-sentieren sich als Stars zum Anfassen und man hat nicht selten den Eindruck, dass sie direkt aus ihrem Wohnzimmer senden. Dabei sind gerade die Videos von professionellen YouTuberinnen und YouTubern aufwendig produziert und häufig nicht „selbst ge-macht“. Dahinter stehen sogenannte Multi-Channel-Netzwerke, die eine Vielzahl von YouTuberinnen und YouTubern unter Vertrag nehmen und sie bei der Produktion ihrer Videos unterstützen. Manchmal „besuchen“ sich YouTuberinnen und YouTuber auch gegenseitig in ihren Videos. Hierbei kann man meist davon ausgehen, dass beide beim gleichen Multi-Channel-Netzwerk unter Vertrag sind, denn durch solche Aktionen werden die Fans des einen Kanals auf den anderen Kanal aufmerksam gemacht. Werbung über zwei Kanäle hinweg wird deswegen auch Cross-Promotion genannt. Die „Hilfe“ der Multi-Channel-Netzwerke ist natürlich nicht umsonst: Sie werden an den Einnahmen der YouTuberinnen und YouTuber beteiligt. Nicht zuletzt vertreiben YouTuberin-nen und YouTuber auch Merchandise-Artikel, die man oft auf ihrer persönlichen Homepage findet: T-Shirts, Kappen und Parfum können dort erstanden werden.

Auch wenn die YouTuberinnen und YouTuber sich größte Mühe geben, als beste digitale Freundinnen und Freunde zu erscheinen, die einen an ihrem Leben teilhaben lassen, werden bei genauerem Hinschauen sehr konkrete finanzielle Interessen deutlich. Sicher-lich ist es legitim, dass YouTuberinnen und YouTuber mit ihrer Arbeit Geld verdienen. Gleichzeitig redet man in dieser Branche ungern über Geld, da die genauen Honorare der YouTuberinnen und YouTuber vielfach nicht bekannt sind, wahrscheinlich aus Angst, der eine oder andere Fan könnte irritiert sein. Bei Geld hört nämlich bekanntlich die Freundschaft auf.

Begriffe zum Thema Werbung

Aufgabe 13:

Verbinde den Begriff mit der jeweils richtigen Definition!

Mid-Roll

YouTuber/-innen machen gegenseitig füreinander Werbung

Affiliate-Link

Platzieren von Produkten im Video für Werbezwecke

Productplacement

Unternehmen, die YouTuber/-innen unter Vertrag nehmen und unterstützen

Post-Roll

Link zum Vertragspartner der YouTuberin/des YouTubers

Multi-Channel-Netzwerke

Werbung vor einem Video

Cross-Promotion

Werbung nach einem Video

Merchandise

Produkte wie Parfüm und Kleidung, die die YouTuberin/der YouTuber unter eigenem Namen verkauft

Pre-Roll

Werbeunterbrechung während eines Videos

Aufgabe 14:

Schaut euch folgenden Link an. Für welche Produkte wird Werbung gemacht?

Welche Werbestrategien erkennt ihr wieder?



<https://www.youtube.com/watch?v=QKBKfd8Yzw0>

Quelle: Mein Freund kauft mir die coolsten Produkte von Amazon – TheBeauty2go 2017

Zusatzmaterial:

Traumberuf YouTuber/-in?

Interview mit Oğuz Yılmaz



Oğuz Yılmaz war Teil des YouTube-Comedy-Trios Y-Titty, das mit über 3,1 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten und über 700 Millionen Videoaufrufen einen der erfolgreichsten deutschen YouTube-Kanäle betrieb.

2014 gewann die Gruppe einen Echo in der Kategorie „Bestes Video National“. Im Dezember 2015 löste sich Y-Titty auf. Oğuz Yılmaz ist heute Geschäftsführer einer Social-Media-Beratungsagentur.

Das Interview ist hier als Film abrufbar:

<https://www.youtube.com/watch?v=2HQ0I89eoks&t=295s>

Viele kennen dich auch heute noch als YouTuber von Y-Titty. Wie war das damals?

Oğuz Yılmaz: Im Endeffekt war Y-Titty eher eine Band. Im Nachhinein kann man sagen, wir waren so etwas wie die Backstreet Boys, nur halt auf YouTube und Deutsch und ein bisschen jünger. Wir haben Musik gemacht, wir haben versucht, witzig zu sein, wir waren auf Tour, wir haben Videos gedreht. Kurz: eine YouTube-Comedy-Band.

Was muss man können, um auf YouTube durchzustarten?

Oğuz Yılmaz: Um ehrlich zu sein, haben wir vorher auch nichts gekonnt. Was den meisten YouTubern geholfen hat, ist Spaß daran zu haben und zu lernen. Im Endeffekt kann man sich das alles autodidaktisch beibringen. Ich habe mir schneiden, filmen, alles selbst beigebracht. Das Einzige, was man wirklich braucht, ist der Spaß daran und den Willen, einfach zu machen und nicht zu lange darüber nachzuden-

ken. So war es auch bei uns, wir haben schnell gehandelt und den Vorteil der Früh- und Schnellstarter mitgenommen.

Ihr habt zunächst einfach losgelegt – wie hat es sich weiterentwickelt?

Oğuz Yılmaz: Wir haben dann versucht, uns Strukturen aufzubauen, weil einfach so mal die Nacht durchschneiden und am Mittag erst aufstehen, das hat auf Dauer nicht funktioniert. Wir haben einfach gemerkt, es muss eine gewisse Routine drin sein – aber auch nicht zu viel, denn Routine tötet die Kreativität. Aber Routine muss sein, denn die Leute erwarten irgendwann ja auch etwas Bestimmtes. Sie wollen jeden Freitag 16:00 Uhr ein neues Video sehen. Ohne Routine kriegt man nichts gebacken, leider.

Kann man einen Kanal wie Y-Titty zu dritt stemmen?

Oğuz Yılmaz: Wir sind am Anfang zu dritt gestartet und dann haben wir uns irgendwann erweitern müssen, weil wir die Arbeit einfach nicht mehr geschafft haben. Wir haben teilweise 14 Videos pro Woche veröffentlicht. Die zu filmen und zu schneiden und dann noch die Uploads zu koordinieren, das schafft man nicht mehr. Zeitweise haben bis zu zwölf Leute für uns gearbeitet. Natürlich nicht alle fulltime, Anwälte zum Beispiel nur stundenweise.

Waren das alles gute Freunde von euch?

Oğuz Yılmaz: Nein, natürlich nicht. Die richtigen Leute zu finden, die verstehen, was wir machen, und unseren Humor teilen, das war nicht einfach. Wir mussten uns auch von Leuten trennen, für die das einfach nur Arbeit war. Für uns selbst war es immer mehr als nur Arbeit, und deshalb haben wir das auch vom Team verlangt.

YouTuber haben unglaublich viel Spaß und viele Fans – YouTuber muss doch ein Traumberuf sein, oder?

Oğuz Yılmaz: Wir wurden das über die Jahre immer wieder gefragt, vor allen Dingen von der Bravo, weil die den „Traumberuf YouTuber“ pushen wollten. Es ist aber nicht so einfach, wie es oft dargestellt wird. Um die Welt reisen und alles ist Party mit den Freunden und das noch filmen – man sieht nur den Spaß und nicht die Arbeit dahinter. Wie ich Nächte am Rechner saß und geschnitten habe und Bürokratie genauso machen musste, das sieht man natürlich nicht.

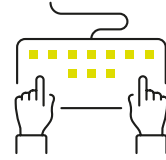
Was würdest du jemanden raten, der heutzutage YouTuber werden will?

Oğuz Yılmaz: Der YouTube-Zug ist jetzt abgefahren, es ist zu spät, um noch leicht aufzuspringen. Deswegen würde ich heute eher abraten davon. Wer es unbedingt will, der kann es schon noch versuchen. Früher gab es ja nur YouTube, aber der YouTube-Markt ist so langsam gesättigt. Mittlerweile gibt es auch Alternativen, da kann man vielleicht auch leichter hochkommen als bei YouTube. Wenn es darum geht, sich kreativ auszuleben, dann geht das zum Beispiel auch über Instagram.

Aufgabe 15:

Lies dir das Interview mit Oğuz Yılmaz durch und unterstreiche, welche Eigenschaften erfolgreiche YouTuberinnen und YouTuber mitbringen müssen.

Eine Stellenanzeige verfassen



Aufgabe 16:

Fülle mit deinen Ergebnissen aus der vorhergehenden Aufgabe die Stellenanzeige aus.

Stellenanzeige

Junge Mitarbeiter (m/w/d) für YouTube gesucht!

**Die Seite YouTube sucht neue Mitarbeiter (m/w/d),
die einen eigenen kreativen Kanal aufbauen. Mach mit!**

Als YouTuber/-in hast du
viele Vorteile:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Du solltest dafür folgende
Fähigkeiten /Talente mitbringen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Wir freuen uns auf deine Bewerbung!

Aufgabe 15:

Diskutiert, ob YouTuber/-in wirklich ein Traumberuf ist
und ob ihr euch diesen Beruf für euch vorstellen könnt.



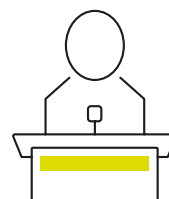
Eine Erörterung schreiben oder einen kurzen Video-Blog erstellen

Aufgabe 18:

Zum Abschluss sollt ihr entweder eine Erörterung oder einen kurzen Video-Blog zum Thema „Kommerz oder Content? Zählt auf YouTube nur noch das Geld?“ erstellen. Geht dabei folgendermaßen vor:

Für die Erörterung ...	Für den Video-Blog ...
<ul style="list-style-type: none">▶ Arbeite in Einzelarbeit.▶ Finde für deinen Text eine motivierende Einleitung (etwa eigene Erlebnisse mit YouTube).▶ Finde Argumente für und gegen die Ausgangsfrage.▶ Ordne die Argumente entweder im Block (erst Pro, dann Kontra) oder dialektisch (Pro und Kontra immer abwechselnd).▶ Finde ggf. praktische Beispiele.▶ Formuliere abschließend deine eigene Meinung.	<ul style="list-style-type: none">▶ Arbeitet in Partnerarbeit oder in Gruppen.▶ Benutzt zum Filmen euer Smartphone oder eine digitale Kamera.▶ Sprecht ein bis zwei Minuten in die Kamera zum vorgegebenen Thema.▶ Euer Beitrag darf frech, partiisch und unterhaltsam sein („YouTube-Style“); eure Meinung sollte aber trotzdem begründet werden!▶ Es steht euch frei, den Beitrag zu schneiden oder mit Musik zu unterlegen.▶ Präsentiert dann euren Beitrag in der Klasse.

Dürfen sich YouTuber/-innen politisch äußern?



Der 1992 geborene YouTuber Rezo veröffentlichte am 18. Mai 2019 – kurz vor der Europawahl – ein 55-minütiges Video mit dem Titel „Die Zerstörung der CDU“ (<https://www.youtube.com/watch?v=4Y1IZ-QsyuSQ>), in dem er nicht nur die CDU, sondern auch den Koalitionspartner SPD stark angriff. Nur wenige Tage später veröffentlichte Rezo ein weiteres Video, bei dem über 90 YouTuberinnen und YouTuber seine Meinung unterstützten.

Das Video kam bei der CDU schlecht an. Die Parteivorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer äußerte sich zum Video folgendermaßen:

„[...] was wäre eigentlich in diesem Land los, wenn eine Reihe von, sagen wir mal, 70 Zeitungsredaktionen zwei Tage vor der Wahl erklärt hätten, wir machen einen gemeinsamen Aufruf: Wählt bitte nicht CDU und

SPD! Das wäre klare Meinungsmache vor der Wahl gewesen [...] Was sind eigentlich Regeln aus dem analogen Bereich und welche Regeln gelten eigentlich für den digitalen Bereich?“ (Zitiert nach: süddeutsche.de)

Für diese Äußerungen wurde Annegret Kramp-Karrenbauer stark kritisiert: Viele warfen ihr vor, die Meinungsfreiheit der YouTuberinnen und YouTuber einschränken zu wollen, und beriefen sich dabei auf den 5. Artikel des Grundgesetzes. Dort heißt es: *„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.*

Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“

Aufgabe 19:

Nun ist eure Meinung gefragt! Analysiert und prüft die Quelle und findet Pro- und Kontra-Argumente. Ist das Rezo-Video „Meinungsmache“ vor der Wahl oder ein Ausdruck der Meinungsfreiheit? Sollten sich YouTuberinnen und YouTuber kurz vor Wahlen politisch zurückhalten oder nicht?

Hier findest du nützliche Links zum Rezo-Video!

Fakten-Checks zum Rezo-Video:

<https://www.faz.net/aktuell/politik/die-zerstoerung-der-cdu-das-rezo-video-im-faktencheck-16202603.html?premium=0x1bffb1da485934b0dff0974c105c10f4>

<https://www.spiegel.de/politik/deutschland/rezo-video-die-youtube-angriffe-auf-die-cdu-im-spiegel-faktencheck-a-1268973.html>

Lösungen:

YouTube –
Kommerz oder
Content?

Lösungen:

**Für Hinweise und Erklärungen
s. didaktische Hinweise.**

Teil 1: Basisinformationen zu YouTube

AB 1 – Mediennutzung analysieren

Aufgabe 1: individuelle Antworten

Aufgabe 2: individuelle Antworten

AB 2 – Einem Text Informationen entnehmen

Aufgabe 3: individuelle Lösungen

Aufgabe 4:

- A.** Let's Plays sind Videos, die YouTuber/-innen beim Videospielen zeigen.
- B.** Lifehacks sind Videos, die das Leben einfacher machen sollen (Alltagstipps).
- C.** Tutorials sind Videoanleitungen, die normale Anleitungen auf Textbasis ersetzen.
- D.** Hauls sind Videos, bei denen ein Paket oder die neuesten Einkäufe vor laufender Kamera ausgepackt und teilweise auch bewertet werden.
- E.** Video-Blogger/-innen sind YouTuber/-innen, die ein weites Themenspektrum aufweisen und vornehmlich Teile ihres eigenen Privatlebens online dokumentieren (oft auch Influencer/-innen).

Aufgabe 5:

Let's Play = „Lass uns spielen.“

Lifehack = wörtlich „Leben hacken/zerhacken“. Der Begriff stammt vom britischen Technologiejournalisten Danny O'Brien und hat sich mittlerweile auf YouTube durchgesetzt. „Hack“ leitet sich vom Begriff „hacken“ ab, also sich (meist illegal) in ein Computersystem „einhacken“. Ein Hacker ist jemand, der alle Möglichkeiten eines Computers ausnutzt, alle Tricks kennt.

Tutorial = eigentlich „Lernprogramm“, wird aber auch im Sinne von „Anleitung“ genutzt.

Haul = eigentlich „schleppen“ oder „transportieren“, wird in der Schifffahrt aber auch benutzt, um das Hochziehen eines Fangnetzes zu beschreiben („to haul sth. up“). Im übertragenen Sinn präsentieren YouTuber/-innen vor der Kamera also ihren neuesten „Fang“.

Video-Blogger/-in = „Blog“ ist die Kurzform von „Weblog“, setzt sich also aus „web“ (Netz/Internet) und „log“ (Tagebuch) zusammen.

AB 3a/b – Einen YouTube-Kanal analysieren

Aufgabe 7: individuelle Lösungen

AB 4 – Nachricht oder Kommentar?

Aufgabe 8/9:

Die Nachrichtenbeiträge auf YouTube sind fast immer kommentierend. Ihr Stil ähnelt also weniger der klassischen Zeitungs- oder Fernsehnachricht, sondern mehr dem Zeitungskommentar.

Unter Kommentar versteht man auf YouTube jedoch meist die Kommentare, die unter die Videos geschrieben werden. Es herrscht somit eine gewisse Begriffsverwirrung.

Merkmale Nachrichten

- ▶ neutrale Sprache
- ▶ Angabe der Quellen
- ▶ indirekte Rede
- ▶ Objektivität
- ▶ seriöse Kleidung

Merkmale YouTube-Nachrichtenbeitrag

- ▶ eigene Meinung
- ▶ Ich-Bezüge
- ▶ starke Bewertungen
- ▶ Umgangssprache
- ▶ ausgeprägte Mimik/Gestik
- ▶ legere Kleidung

AB 5 – Nachricht und YouTube-Kommentar selbst erstellen

Aufgabe 10:

Pro Zoo

- ▶ neue Besucher/-innen für die Stadt
- ▶ steigende Einnahmen
- ▶ Beitrag zum Artenschutz

Kontra Zoo

- ▶ teuer (fünf Millionen Euro)
- ▶ eventuell Tierquälerei
- ▶ Geld besser für andere Dinge ausgeben (Schule, Bibliotheken, Museen)
- ▶ Teil des Münchhausener Waldes wird abgeholzt

Aufgabe 11: individuelle Lösungen

Teil 2: Die Kommerzialisierung von YouTube

AB 6/7 – Begriffe zum Thema Werbung

Aufgaben 12/13:

1. **Mid-Roll:** Werbeunterbrechung während eines Videos
2. **Affiliate-Link:** Link zum Vertragspartner der YouTuberin/des YouTubers
3. **Productplacement:** Platzieren von Produkten im Video für Werbezwecke
4. **Post-Roll:** Werbung nach einem Video
5. **Multi-Channel-Netzwerke:** Unternehmen, die YouTuber/-innen unter Vertrag nehmen und unterstützen
6. **Cross-Promotion:** YouTuber/-innen machen gegenseitig füreinander Werbung
7. **Merchandise:** Produkte wie Parfum und Kleidung, die die YouTuberin/der YouTuber unter eigenem Namen verkauft
8. **Pre-Roll:** Werbung vor einem Video

Aufgabe 14:

Folgende Produkte werden im Video beworben: Mittelerde-Tasse, Kabelhalter, Fußhängematte, Nackenkissen, Lego Architecture, Wochenplaner, Gymnastikball und eine Powerbank. Des Weiteren werden andere soziale Netzwerke eingeblendet: Snapchat, Twitter und Instagram. Zumindest zum Zeitpunkt der Modul-Erstellung wurde auch eine Mid- und Pre-Roll gesendet. Auch die „Glocke“ sollte mit den Schülerinnen und Schülern besprochen werden: Wenn User/-innen die Glocke aktivieren, erhalten sie immer eine Nachricht, sobald die YouTuberin oder der YouTuber ein neues Video veröffentlicht. So lassen sich die Klick-Zahlen rasch erhöhen. Als „Belohnung“ besteht die Chance, von der YouTuberin oder vom YouTuber begrüßt zu werden.

Zusatzmaterial 1: Traumberuf YouTuber/-in?

Interview mit Oğuz Yılmaz

Aufgabe 15/16/17:

Folgende Aspekte werden von Oğuz Yılmaz angeführt: Spaß an der Sache, Bereitschaft zu lernen, Kreativität, Umgang mit der Kamera, Umgang mit einem Schnittprogramm, pünktliches Abliefern von Videos, bei Erfolg Teamleitungs- und Führungskompetenz.

Zusatzmaterial 2: Eine Erörterung schreiben oder einen kurzen Video-Blog erstellen

Aufgabe 18: individuelle Lösungen

Zusatzmaterial 3: Dürfen sich YouTuber/-innen politisch äußern?

Aufgabe 19: individuelle Lösungen

#RespektBW ist eine Kampagne der Landesregierung für eine respektvolle Diskussionskultur in den Sozialen Medien. Sie soll Kinder und Jugendliche aktivieren, für die Werte unserer Demokratie und ein gutes gesellschaftliches Miteinander einzutreten. Die Kampagne ist Teil des Impulsprogramms der Landesregierung zum gesellschaftlichen Zusammenhalt. Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg führt die Kampagne im Auftrag des Staatsministeriums, in enger Abstimmung mit dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport, durch.

#RespektBW

LMZ  LANDESMEDIENZENTRUM
BADEN-WÜRTTEMBERG


Na klar,
zusammen
halt...
Impulsprogramm
der Landesregierung


Baden-Württemberg