

# Alles eine Frage des Filters?!

Schönheitsidealen im Netz  
mit eigenen Erklärfilmen  
kritisch begegnen



**#RespektBW**

LMZ  LANDESMEDIENZENTRUM  
BADEN-WÜRTTEMBERG

# Inhaltsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| 1. Kurzbeschreibung  | 3  |
| 2. Bildungsplanbezug   | 4  |
| 3. So gelingt die (Erklär-)Filmproduktion mit Kindern und Jugendlichen | 5  |
| 4. Diese Technik wird benötigt   | 5  |
| 5. Workshopverlauf   | 6  |
| 6. Didaktisch-methodische Hinweise                                     | 13 |
| 7. Wiedereinstieg nach einer Pause                                     | 13 |
| 8. Weiterführende Materialien  | 14 |
| 9. Impressum   | 15 |
| 10. Quellenverzeichnis   | 15 |
| 11. Hinweis  | 16 |
| 12. BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass – Die Kampagne             | 16 |

**Thema:** Schönheitsideale: Entstehung und Wirkung

**Medienprodukt:** Erklärfilme

**Klassenstufe:** vorrangig 7/8, mit Niveau-Anpassung auch 5/6 und 9/10

**Fächer:** Bildende Kunst, Deutsch, Ethik, Evangelische Religionslehre, Gemeinschaftskunde

**Umfang:** ca. 6 Schulstunden

**Technik:** 1–2 Tablets mit Internetzugang pro Kleingruppe, Schnittprogramm (z.B. iMovie), Beamer oder interaktives Whiteboard

# 1. Kurzbeschreibung

Smartphones und soziale Medien sind ein wichtiger Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen und aus ihrem Leben nicht mehr wegzudenken. Neben den vielen Erleichterungen und Vorteilen im Alltag bringen Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube jedoch auch einige Risiken mit sich.

Eines davon ist die Macht der Schönheitsideale, die im Netz transportiert werden. Dabei ist besonders gefährlich, dass Influencer/-innen und Prominente häufig Bilder posten, die mit Filtern und Fotoeffekten perfektioniert wurden und kaum mehr der Realität entsprechen.

Diese Realitätsverzerrung führt zu einem erhöhten sozialen Druck, den Schönheitsidealen zu entsprechen und kann zu einem beeinträchtigten Selbstbild führen. Denn Studien zeigen, dass Umwelteinflüsse, insbesondere Medien, eine entscheidende Wirkung auf unser Schönheitsempfinden haben<sup>1</sup>. Dies gilt insbesondere für Kinder und Jugendliche, die sich auf der Suche nach der eigenen Identität befinden.

Es ist daher von entscheidender Wichtigkeit, dass Jugendliche sich der Wirkung dieser Einflüsse, wie zum Beispiel Werbung in Filmen oder durch Influencer/-innen, auf ihr eigenes Schönheitsempfinden bewusst werden und dieses kritisch beleuchten.

Dies geschieht im Rahmen dieses Workshops, indem die Jugendlichen sich mit dem Gegensatz „Bodyshaming vs. Bodypositivity“, der Frage „Fake or Real?“ und der „Entstehung und Beeinflussung von Schönheitsidealen“ beschäftigen. Nach einer theoretischen Auseinandersetzung mit den Themen erstellen sie in Gruppen eigene Erklärfilme zur jeweiligen Leitfrage.

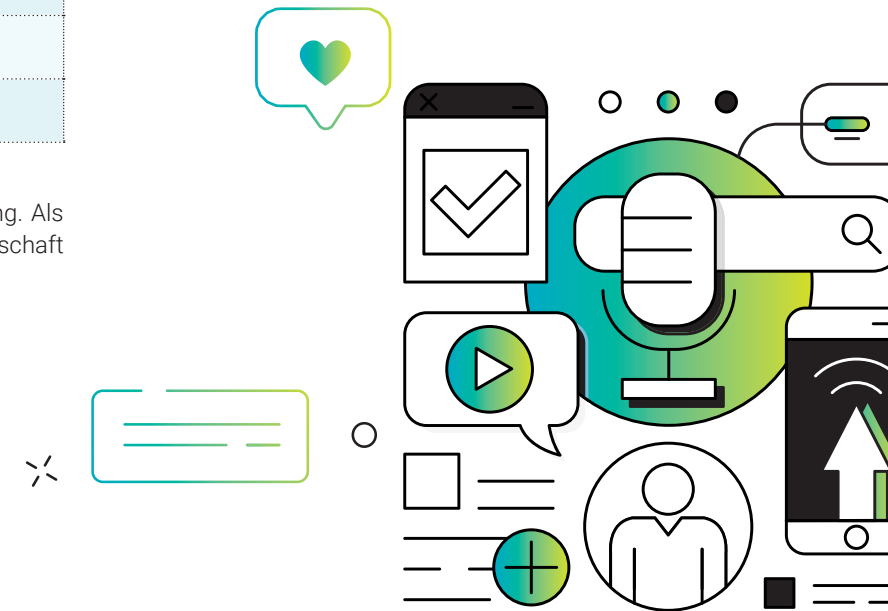
## Ziele des Workshops:

- Die Lernenden eignen sich interessante Fakten über Schönheitsideale im Netz an.
- Sie reflektieren die Wirkung von Filtern.
- Sie bereiten das Gelernte in Form von Erklärfilmen auf.
- Sie stärken und vertiefen nachhaltig ihr Bewusstsein für die Problematik, indem sie sich theoretisch und kreativ mit den Inhalten auseinandersetzen.
- Die Lernenden stärken ihre praktische Medienkompetenz im Erstellen von Erklärfilmen und im Umgang mit Tablets.

## 2. Bildungsplanbezug

| Fach                        | Klasse   | Bildungsplanbezug (BW 2016)   |
|-----------------------------|----------|---|
| Bildende Kunst              | 7/8/9/10 | 3.2.4.1 <sup>2</sup> bzw. 3.3.4.1 Medien <sup>3</sup>   |
| Deutsch                     | 8/9/10   | 3.2.1.2 <sup>4</sup> bzw. 3.3.1.2 Sach- und Gebrauchstexte <sup>5</sup>   |
| Ethik                       | 5/6      | 3.0.2.3 Wahrhaftigkeit und Lüge <sup>6</sup> und 3.0.3.1 (Selbst-) Darstellung in Medien <sup>7</sup>                                   |
| Ethik                       | 7/8/9/10 | 3.1.3.1 Handeln in der medial vermittelten Welt <sup>8</sup> bzw. 3.2.3.1 Werte und Normen in der medial vermittelten Welt <sup>9</sup> |
| Evangelische Religionslehre | 7/8/9    | 3.2.1 Mensch <sup>10</sup>  |
| Gemeinschaftskunde          | 7/8/9    | 3.1.1.2 Leben in der Medienwelt <sup>11</sup>   |

Fächerunabhängig eignet sich das vorliegende Material auch für die Umsetzung der Leitperspektive Medienbildung. Als Ziele werden in dieser Leitperspektive der Erwerb der notwendigen Fähigkeiten zur Teilhabe an unserer Mediengesellschaft sowie die überlegte und verantwortungsbewusste Nutzung von Medien genannt.<sup>12</sup>



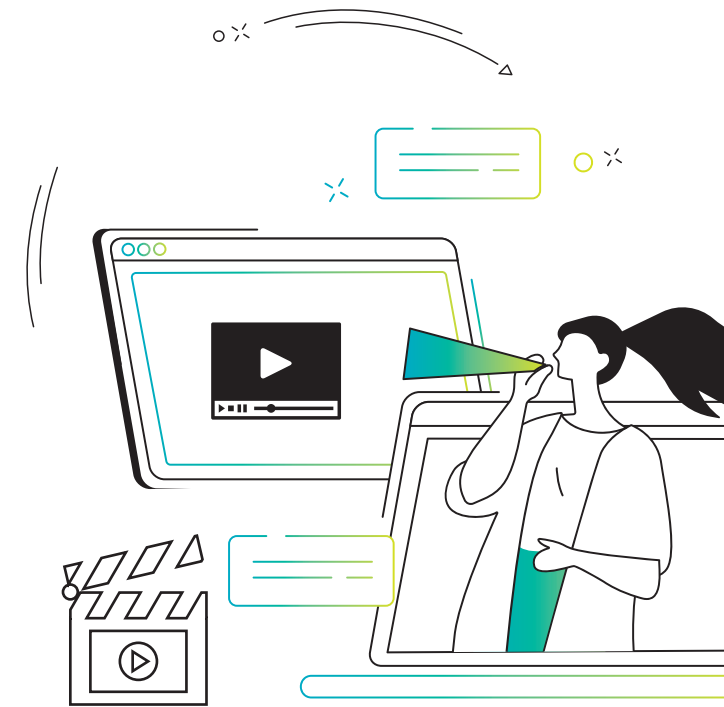
# 3. So gelingt die (Erklär-) Filmproduktion mit Kindern und Jugendlichen

Heutzutage gibt es zahlreiche einfache und kostengünstige Möglichkeiten, Filme zu produzieren. Lernende können mittels eines klassischen Videos mit Aufnahmen von Personen oder Objekten schnell beeindruckende Ergebnisse erzielen. Eine nachträgliche Vertonung in ruhiger Umgebung sorgt für eine gute Tonqualität. Bei vorhandenen Erfahrungen in der Videoproduktion bieten sich auch kreative Techniken wie die Legetechnik an. Ein kurzer Vorstellungsfilm verschiedener Video-Arten findet sich auf dem YouTube-Kanal [Erklärvideos erklären](#)<sup>13</sup>. Hilfreiche Methodensteckbriefe gibt es zudem in der [Ideenbörse #ZeichenSetzen – mit Bewegtbildern](#)<sup>14</sup>. Wenn Sie als Lehrkraft sich zunächst selbst die Basics der Videoproduktion mit dem Tablet aneignen möchten, so empfiehlt sich der kostenlose Selbstlernkurs [Videoproduktion – Filme mit dem Tablet erstellen](#)<sup>15</sup> vom Landesmedienzentrum Baden-Württemberg.

# 4. Diese Technik wird benötigt

Um den Workshop umzusetzen, wird die folgende Technik benötigt:

- ausreichend Tablets, um jeder Gruppe 1–2 Tablets mit Internetverbindung und QR-Code-Scanner zur Verfügung zu stellen
- ein Videoproduktions- und Schnittprogramm für Tablets, wie z.B. iMovie
- ein Beamer oder interaktives Whiteboard




# 5. Workshopverlauf

Die im Verlauf erwähnten Arbeitsblätter sowie die Präsentation finden Sie auf der [Webseite von BITTE WAS?!<sup>16</sup>](#) zum Download.



| Phase/Zeit                        | Inhalt   | Sozialform                 | Material   | Didaktisch-methodischer Hinweis                                       | Differenzierungsmöglichkeiten  |
|-----------------------------------|--|----------------------------|--|---|--|
| <b>Begrüßung</b><br>ca. 5 min     | Begrüßung durch die Lehrkraft, Ablauf und Ziel des Workshops werden vorgestellt.<br>Ziel: Erstellung eines Erklärfilms, mit dem du deine Mitschüler/-innen über Schönheitsideale im Netz aufklären kannst.   | Plenum                     | ✔ Präsentation (Folie 1–2)   |   |  |
| <b>Einstieg</b><br>ca. 20 Minuten | Selbstreflexion zu der Frage: „Was findest du an einer Person schön?“<br><br>Anschließend tauschen sich die Lernenden mit einem Partner/ einer Partnerin anhand ihrer Erkenntnisse durch die Reflexionsaufgabe über das Thema Schönheit aus. Leitfrage: „Was bedeutet für dich der Begriff Schönheit?“ | Einzelarbeit<br><br>Tandem | ✔ Präsentation (Folie 3)<br>✔ AB 1: Was findest du an einer Person schön?<br>✔ ggf. Tablet | Das Arbeitsblatt kann entweder digital oder analog bearbeitet werden. | Alternativ kann auch ein digitales oder analoges Brainstorming zum Thema Schönheit erfolgen.<br><br>Der Austausch kann im Plenum zusammengeführt werden oder direkt dort stattfinden, wenn eine vertraute Atmosphäre in der Klasse herrscht. |

| Phase/Zeit  | Inhalt   | Methode/<br>Sozialform                               | Material  | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis  | Differenzierungsmöglichkeiten   |
|---|--|--|---|--|---|
| <b>Gruppenbildung</b><br><br>ca. 15 Minuten         | Gruppenbildung für die weitere Arbeit in Teams zu je max. vier Personen  | Gruppenarbeit  | ✔ M 1: Aussagen über Schönheitsideale zur Gruppeneinteilung (DIN A 5)   | Für die Gruppeneinteilung erhält jede/-r Lernende eine Aussage und muss jene Lernenden finden, die dieselbe Aussage erhalten haben. Anschließend diskutieren sie über diese Aussage. Die Ergebnisse der Diskussion werden auf M 1 notiert. Während des weiteren Workshopverlaufs werden die Aussagen nach und nach im Plenum besprochen. | Soll die Gruppeneinteilung freiwillig erfolgen, so können die Aussagen gemeinsam im Plenum oder in Kleingruppen diskutiert werden.  |
| <b>Umfrage und Diskussion</b><br><br>ca. 15 Minuten | Im Rahmen einer Umfrage werden Bilder von Personen, die mit und ohne Filterfunktionen aufgenommen wurden, gezeigt. Die Lernenden bewerten, welche Darstellung der Personen sie am schönsten finden. Die Ergebnisse der Umfrage werden gemeinsam diskutiert.<br><br>Die Aussage: „Es gibt eine eindeutige und allgemeingültige Definition von Schönheit.“ wird gezeigt. Zunächst präsentiert die zugeweilte Gruppe ihre Ergebnisse, anschließend wird die Diskussion für die gesamte Klasse geöffnet. | Plenum<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>Plenum | ✔ Präsentation (Folie 4–6)<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>✔ Präsentation (Folie 7) oder andere Visualisierung der Aussage | Beispiel für Bilder einer Person mit und ohne Filter:<br><br><br><br>Das Bild der Frau wurde mit einem <b>KI-Tool</b> <sup>17</sup> erzeugt. Für die Aufnahme von Bild 1 und Bild 2 wurde das Bild mit einem TikTok-Filter nachträglich verändert.    | Die Umfrage kann auch anonym mit einem digitalen Umfrage-Tool wie beispielsweise <b>minnit</b> <sup>18</sup> durchgeführt werden. Diese muss dann vorab von der Lehrkraft eingerichtet werden und es müssen Tablets oder Smartphones mit QR-Code-Scanner und Internetverbindung verfügbar sein. Alternativ kann die Wirkung eines TikTok-Filters auch live im Klassenzimmer, beispielsweise anhand des <b>„Bold Glamour“-Effekts</b> <sup>19</sup> , verdeutlicht werden. |

| Phase/Zeit                               | Inhalt  | Methode/<br>Sozialform | Material                                    | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis | Differenzierungsmöglichkeiten   |
|--|---|------------------------|---|-------------------------------------|---|
|  | Mögliches Diskussionsergebnis:<br>Es gibt zwar (u. a. kulturell geprägte) Kriterien, die mehrheitlich als schön empfunden werden, die Definition von Schönheit ist jedoch trotzdem individuell.   |                        |   |                                     |   |
| <b>Erarbeitung</b><br><br>ca. 10 Minuten | <p>Anschließend werden die Bilder aus der Umfrage noch einmal gezeigt. Jetzt sollen die Lernenden bewerten, welches Bild die Person ohne Filterfunktionen und welches mit Filterfunktionen zeigt.</p> <p>Gemeinsam werden im Plenum Kriterien herausgearbeitet, mit denen erkannt werden kann, dass vielleicht ein Filter eingesetzt wurde.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sehr ebene Haut und keine Unreinheiten wie Pickel oder Pigmentflecken</li> <li>• sehr weiße Zähne</li> <li>• sehr rosige Haut</li> <li>• unnatürlich große Augen und/oder Lippen</li> <li>• unnatürliche Gesichtsform</li> </ul> | Plenum                 | ✔ Präsentation mit den Bildern (Folie 8–10) |                                     | <p>Die Sammlung der Kriterien kann auch in einem Brainstorming erfolgen.</p> <p>Ergänzend zur Kriterien-sammlung kann der Film <b>„Manipulierte Fotos erkennen“</b><sup>20</sup> von funk (Präsentation Folie 11) gezeigt werden.</p> |





| Phase/Zeit                                     | Inhalt   | Methode/<br>Sozialform | Material  | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis | Differenzierungsmöglichkeiten   |
|--|--|------------------------|---|-------------------------------------|---|
| <p><b>Diskussion</b></p> <p>ca. 25 Minuten</p> | <p>Die Aussage: „Bilder und Videos von Personen in den sozialen Medien und in der Werbung beeinflussen mein Schönheitsempfinden.“ wird gezeigt. Zunächst präsentiert die zugeteilte Gruppe ihre Ergebnisse, dann wird die Diskussion für die gesamte Klasse geöffnet. Anschließend wird die Aussage „Was man als schön empfindet, ist angeboren.“ auf dieselbe Weise diskutiert.</p> <p>Mögliches Diskussionsergebnis: Schönheitsempfinden wird zu 50 % genetisch vererbt und entsteht zu 50 % durch Umwelteinflüsse<sup>21</sup>. Schönheitsideale bleiben dabei aber nicht starr. Sie verändern sich fortwährend.</p> <p>Anschließend wird die Aussage: „Sehen wir häufiger Personen mit langen Haaren als mit kurzen Haaren, kann das dazu führen, dass wir Personen mit langen Haaren als schöner empfinden.“ auf die oben beschriebene Weise diskutiert.<sup>22</sup></p> | Plenum                 | <p>✔ Präsentation (Folie 12–14) oder andere Visualisierung der Aussagen</p> <p>✔ Präsentation (Folie 17–18) oder andere Visualisierung der Aussagen</p> |                                     | <p>Als Beispiele können die folgenden YouTube-Filme (Präsentation Folie 15–16) gezeigt werden (dann muss für diese Phase entsprechend mehr Zeit eingeplant werden):</p> <p><b>Entwicklung von Schönheit über die Epochen hinweg<sup>23</sup></b></p> <p><b>Schönheitsideale in unterschiedlichen Ländern<sup>24</sup></b></p> <p>Gemeinsam werden die Inhalte der Filme besprochen.</p> |

| Phase/Zeit   | Inhalt  | Methode/<br>Sozialform             | Material   | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis  | Differenzierungsmöglichkeiten  |
|--|---|------------------------------------|--|--|--|
|  | <p>Mögliches Diskussionsergebnis:<br/>Die Häufigkeit, in der wir ein Merkmal wahrnehmen, kann dazu führen, dass wir etwas als schöner wahrnehmen. Das nennt man den Mere-Exposure-Effekt. Damit kann dieser Aussage zugestimmt werden.</p>  |                                    |  |  |  |
| <p><b>Erarbeitung</b><br/>ca. 15 Minuten</p>                 | <p>Brainstorming zum Thema <i>Schönheit im Alltag</i></p> <p>Hilfsfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo wirst du im Alltag mit dem Thema Schönheit konfrontiert?</li> <li>• Wer gibt Schönheitsideale vor?</li> </ul> <p>→ Besprechung im Plenum.<br/>Herausarbeiten, dass die sozialen Medien und Influencer/-innen einen großen Einfluss haben.</p> | <p>Gruppenarbeit</p> <p>Plenum</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Präsentation (Folie 19)</li> <li>✓ ggf. Tablets</li> </ul>  | <p>Für das Brainstorming können analoge oder digitale Tools, wie z.B. TaskCards oder Miro, verwendet werden. Diese müssen jedoch vorher eingerichtet werden. Die Notizen-App auf Tablets kann sofort verwendet werden, verfügt aber über weniger Funktionen.</p> | <p>Unterstützend können auch Bilder aus der Werbung, Serien, Modellsendungen, Social Media etc. gezeigt werden, mit denen die Wirkung auf unser Schönheitsempfinden verdeutlicht wird.</p> |
| <p><b>Filmproduktion:<br/>Theorie</b><br/>ca. 15 Minuten</p> | <p>Einstieg Film:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfahrungen mit Videoproduktion werden abgefragt</li> <li>• Vorstellung Planungsseite und Storyboard und wichtige Hinweise zur Videoproduktion</li> </ul>  | <p>Plenum</p>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Präsentation (Folie 20–24)</li> <li>✓ Tablets mit Internetverbindung und QR-Code-Scanner</li> </ul> | <p>Der Erklärfilm soll im Stil des „klassischen Videos“ aufgenommen werden. Dafür nehmen die Lernenden Bilder oder Videos von sich auf und vertonen diese nachträglich.</p>  | <p>Für die Erklärfilmproduktion können auch andere Arten von Video, z.B. mit der Legetechnik, erstellt werden, wenn diese vorher eingeführt wurden.</p>                                    |

| Phase/Zeit  | Inhalt   | Methode/<br>Sozialform | Material                  | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis   | Differenzierungsmöglichkeiten   |
|---|--|------------------------|---------------------------|---|---|
|   | <p>Optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutorials zum Videoschnitt mit iMovie können bei Bedarf selbstständig angesehen werden. Hierfür müsste ggf. entsprechend mehr Zeit eingeplant werden.</li> <li>• Wer tiefer in die verschiedenen Gestaltungsmittel wie Einstellungsgrößen, Kameraperspektiven, Beleuchtung, Ton und Schnitt einsteigen möchte, kann hierzu beispielsweise <a href="#">dieses Video von Planet Schule<sup>25</sup></a> nutzen.</li> </ul> | Tandem                 | ✔ Tutorials AB 2          | Je nach Bedarf der Gruppe können die Aufgaben im Plenum oder in einer Teilgruppe angeleitet werden. | In den Tutorials wird die Videoerstellung mit iMovie gezeigt. Es können jedoch auch andere Schnittprogramme verwendet und durch die Lehrkraft vorgestellt werden. |
| <p><b>Filmproduktion:<br/>Planung</b></p> <p>ca. 40 Minuten</p> | <p>Die Teams wählen eine Leitfrage für den Erklärfilm aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entstehung und Beeinflussung von Schönheitsidealen</li> <li>• Bodyshaming vs. Bodypositivity: Du bist schön, so wie du bist!</li> <li>• Fake or Real? Einsatz von Filtern im Netz</li> </ul>   | Gruppenarbeit          | ✔ Präsentation (Folie 25) |   | Die Teams können auch eine eigene Leitfrage zum Thema Schönheitsideale formulieren.   |

| Phase/Zeit  | Inhalt   | Methode/<br>Sozialform                       | Material  | Didaktisch-<br>methodischer Hinweis   | Differenzierungsmöglichkeiten   |
|---|--|--|---|---|---|
|   | Erstellung des Storyboards<br><br>Es ist zu empfehlen, dass die Lehrkraft die Storyboards gegenliest und den Lernenden Rückmeldung gibt, bevor die Filmproduktion beginnt. | Gruppenarbeit                                | ✔ Planungsseite und vorstrukturiertes Storyboard AB 3         | Die Storyboards können digital oder analog erstellt werden.   |   |
| <b>Filmproduktion:<br/>Erstellung</b><br><br>ca. 70 Minuten | Erstellung der Erklärfilme   | Gruppenarbeit                                | ✔ fertiges Storyboard AB 3<br>✔ Tablets für die Videoaufnahme |   | Die Ergebnisse der Teams können entweder jeweils einzeln für sich stehen oder zu einer Sammlung zusammengefügt werden. In diesem Fall kann beispielsweise das Video von Folie 24 der Präsentation als Einleitung für den gemeinsamen Film verwendet werden – oder eine Gruppe erstellt einen solchen Einleitungsteil. |
| <b>Präsentation</b><br><br>ca. 30 Minuten                   | <b>Gallery Walk<sup>26</sup></b> : Ergebnisse werden ausgestellt und Rückmeldung gegeben.<br><br>Rückmeldungen werden eingearbeitet.                                       | Plenum:<br>Gallery Walk<br><br>Gruppenarbeit | ✔ Tablets, ggf. Feedbackkarten                                | Besprechung der <b>Feedbackregeln<sup>27</sup></b>  |   |
| <b>Abschluss</b><br><br>ca. 10 Minuten                      | Rückmeldung und Reflexion des Workshops  | Einzelarbeit/<br>Plenum                      | ✔ Feedbacktool nach Wahl (ggf. in Präsentation einbinden)     | Verschiedene Feedback-Tools bzw. digitale Feedbackmethoden stellen sowohl der <b>Wiener Bildungsserver<sup>28</sup></b> als auch <b>KMS-Bildung<sup>29</sup></b> vor. |   |

## 6. Didaktisch-methodische Hinweise

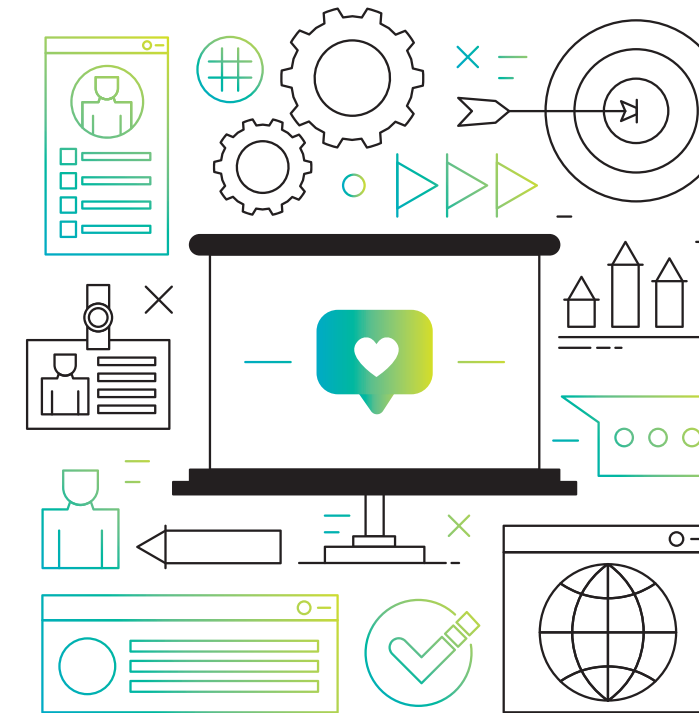
Die Planung des Erklärfilms mit Hilfe des Storyboards ist wichtig, da es ohne Planung häufig zu ziellosen Aufnahmen von Bildern und Videos kommt, die schlussendlich kein inhaltvolles Produkt ergeben. Für die Filmproduktion wurde deshalb ein Storyboard vorstrukturiert. Es ist zu empfehlen, dass die Lehrkraft die Storyboards gegenliest und den Lernenden Rückmeldung gibt, bevor die eigentliche Filmproduktion beginnt.

Die folgenden Kriterien für einen Erklärfilm sollten vor der Produktion besprochen werden:

- Länge: ca. 3 Minuten
- Aufbau:
  - Einführung, Hauptteil und Schluss
  - verständlich und sinnvoll → roter Faden muss ersichtlich sein
- Vertonung: gerne selbst vornehmen oder Text-zu-Sprache-Programme nutzen
- Grundlage: Storyboard

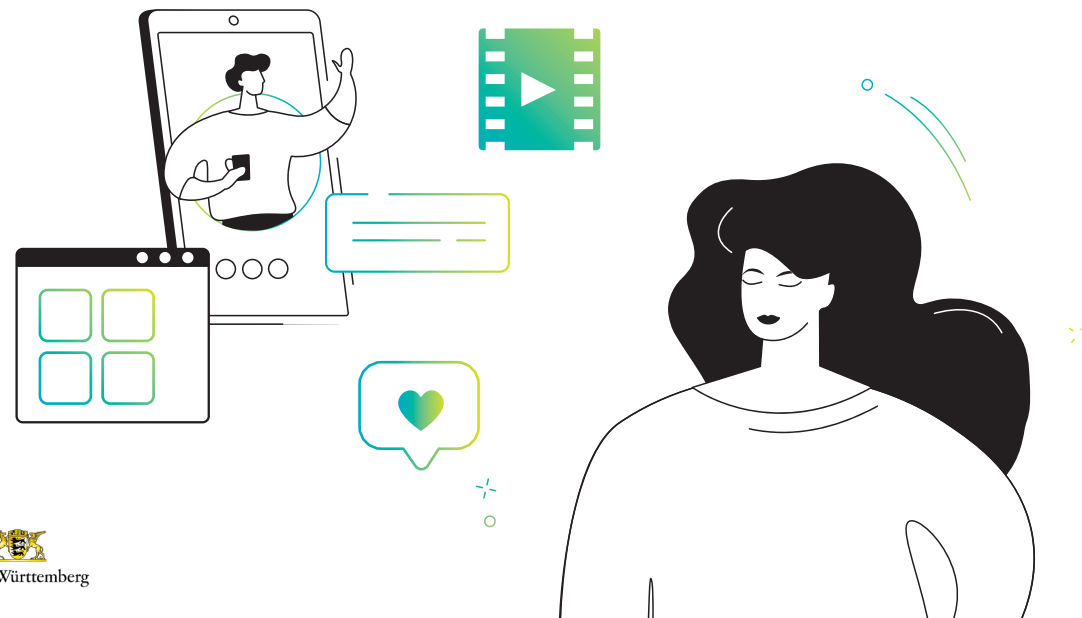
## 7. Wiedereinstieg nach einer Pause

Wird im Workshop eine Pause gemacht, so könnte nach der Pause je nach Lerngruppe beispielsweise die folgende Frage im Tandem bearbeitet werden: Was findet dein/-e Teampartner/-in an dir schön? Nennt drei Merkmale und schreibt sie für eure/-n Teampartner/-in auf einen Zettel.



## 8. Weiterführende Materialien

- Im YouTube-Video [LMZ erklärt... BEAUTYFILTER – Wie manipulieren sie uns und unser Selbstbild?](#)<sup>30</sup> erhalten Lehrkräfte und Eltern Hintergrundinformationen zu den Wirkmechanismen von Beautyfiltern sowie hilfreiche Tipps zur Unterstützung der Kinder und Jugendlichen im Umgang mit diesen Filtern.
- Mehr Informationen und weiterführende Ideen zum Thema Schönheitsideale stellt diese [Broschüre vom Landesmedienzentrum Baden-Württemberg](#)<sup>31</sup> bereit.
- Auf der Seite von Klicksafe gibt es eine Zusammenfassung der [Ergebnisse einer neuen Jugendstudie](#)<sup>32</sup> (02/2024) zum Thema „Schönheitsideale im Internet“.
- Juuport bietet einen [Ratgeber zum Thema Schönheitsideale](#)<sup>33</sup> und dem Einfluss von Influencerinnen und Influencern.
- Im kostenlosen Online Escape Game [Es war einmal im Netz...](#)<sup>34</sup> der Kampagne BITTE WAS?! geht es neben Datenschutz und Fake News in Kapitel 2 auch um Cybermobbing aufgrund geltender Schönheitsideale. Lehrkräfte finden auf der Webseite eine Handreichung sowie begleitende Materialien für den Einsatz im Unterricht.
- Wenn Sie Ihrer Lerngruppe die Möglichkeit geben möchten, sich selbstständig Fachwissen zum Thema anzueignen, so bietet sich der kostenlose Selbstlernkurs [Schönheitsideale – Grundlagen & Einfluss der Medien](#)<sup>35</sup> vom Landesmedienzentrum Baden-Württemberg an.



# 9. Impressum

## Herausgeber

Landesmedienzentrum Baden-Württemberg  
Vertreten durch Direktor Michael Zieher  
Rotenbergstraße 111  
70190 Stuttgart  
Telefon: +49 (0)711 4909-6399  
E-Mail: [lmz@lmz-bw.de](mailto:lmz@lmz-bw.de)

Dieses Materialpaket ist Teil der Kampagne #RespektBW.

## Bereichsleitung

Christian Heneka  
[bitte-was@lmz-bw.de](mailto:bitte-was@lmz-bw.de)

## Autorin

Soraya Cornelius

## Redaktion

Angela Klein

## Gestaltung

Superherodesign

Stuttgart, September 2024

## Urheberrecht

Die Inhalte (Layout, Grafiken, Bilder etc.) sind urheberrechtlich geschützt. 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 sind erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Webseite [www.lmz-bw.de](http://www.lmz-bw.de). Urheberrechte Dritter sind zu beachten. Sie sind als solche kenntlich gemacht.

## Bilder und Grafiken

### FREEPIK:

- Black and yellow multimedia icon set / user: ibrandify
- Fomo fear of missing out concept / user: pikisuperstar
- A person addicted to social media illustration / user: pikisuperstar
- Professional makeup artist. Beauty salon, visage service, cosmetics expert. Beauty industry worker applying eyeshadows, blush powder with brush. Vector isolated concept metaphor illustration / user: vectorjuice
- Woman with pink hair ar instagram filter / freepik
- Hand drawn cybersickness illustration / user: pikisuperstar
- Social media day concept illustration / user: storyset
- Professional makeup abstract concept vector illustration Professional cosmetics beauty salon movie makeup artist filmmaking crew bridal makeup service skin treatment abstract metaphor / user: vectorjuice
- Linear icons for business and social networks / user: artmonkey
- Linear web search icons / user: artmonkey
- Social media news and tips abstract concept vector illustration Social media marketing algorithm news promote profile engagement tips latest updates content advice abstract metaphor / user: vectorjuice

## Internetseiten dritter Anbieter/Links

Soweit Inhalte dieses Materials auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ auf den Inhalt dieser Seiten keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. 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. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

# 10. Quellenverzeichnis



**BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass ist Bestandteil von #RespektBW, einer Kampagne der Landesregierung zum gesellschaftlichen Zusammenhalt und für eine respektvolle Diskussionskultur in den sozialen Medien. Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg führt die Kampagne im Auftrag des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg durch.**

# 11. Hinweis

Bei der Nutzung externer Tools und Angebote (ob KI-basiert oder nicht) ist es grundsätzlich wichtig, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zu prüfen und datenschutzrechtliche Bestimmungen einzuhalten. Zu diesem Zweck sollten Lehrkräfte sich vor der Nutzung dieser Anwendungen über die Datenschutzbestimmungen informieren und sicherstellen, dass sie die jeweiligen Anforderungen erfüllen. Dafür sollten auch die Lernenden grundsätzlich sensibilisiert werden. Insbesondere sensible Daten wie Name oder Kontaktdaten sollten nicht preisgegeben werden, weshalb die Nutzung von Anwendungen ohne Anmeldung zu bevorzugen ist.

In unseren Unterrichtsmaterialien verweisen wir auf ausgewählte YouTube-Videos. Bitte beachten Sie, dass YouTube werbefinanziert arbeitet, sodass Ihnen (und Ihrer Lerngruppe) vor Beginn eines Videos Werbeanzeigen gezeigt werden können. Diese Anzeigen können derzeit auf unterschiedlichen Wegen umgangen werden:

1. Wenn Sie der URL des entsprechenden YouTube-Links einen Bindestrich zwischen „yout“ und „ube“, also „yout-ube“ hinzufügen, öffnet sich das gewünschte Video direkt im Vollbildmodus ohne YouTube-Umgebung und Werbung.
2. Alternativ können Sie einen sogenannten Adblocker installieren, der ungewünschte Werbung blockiert. Hier gibt es zahlreiche verschiedene Anbieter.
3. Durch die Nutzung des quelloffenen Browsers Brave werden automatisch Anzeigen und Tracker blockiert.

In den Nutzungsbedingungen von YouTube steht allerdings, dass man Funktionen der Plattform nicht umgehen oder beeinträchtigen darf. YouTube weist außerdem darauf hin, dass die Nutzung von Adblockern auf ihrer Seite nicht erlaubt ist und empfiehlt eine werbefreie Nutzung der Inhalte mithilfe des kostenpflichtigen Abonnements von YouTube Premium. Ob der Einsatz der beschriebenen Tools damit tatsächlich verboten ist, ist jedoch nicht endgültig geklärt.



# 12. BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass – Die Kampagne

Wir wollen nicht zusehen, wie sich Hass, Fake News und Intoleranz im Netz ausbreiten. Mit BITTE WAS?! kontern wir gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen gegen Fake und Hass. Wir klären auf und schaffen ein Bewusstsein für Fairness, für Echtheit und gegen Hass. Dazu bieten wir eine Informationskampagne auf Social Media, Workshops und Events für Lernende, Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte sowie regelmäßige Challenges an. Unser Ziel ist dabei stets ein respektvolles Miteinander – online wie offline.

