merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Kira Thiel: #werbung

Beitrag aus Heft »2019/04 Making und Medienpädagogik«

Niedersächsisches Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung (2019). Influencer-Werkstatt. Interaktive Lernbausteine. https://apps.medienberatung.online/influencer, kostenfrei.

Auf ihren Social Media-Kanälen präsentieren sie sich im Fitnessstudio, beim Essen oder Schminken, mit den neuesten Sneakers, einem Kaffeebecher in der Hand oder im Flugzeug auf dem Weg in den Traumurlaub: Influencerinnen und Influencer. Zu den Fans der Internet-Stars zählen mehrheitlich Kinder und Jugendliche, die BibisBeautyPalace und Co. als Stars zum Anfassen erleben. Diese wahrgenommene Authentizität machen sich immer mehr Werbetreibende zunutze: Im Rahmen des sogenannten Influencer-Marketings (siehe stichwort in dieser Ausgabe, S. 4) binden sie Influencerinnen und Influencer gezielt in ihre Kampagnen ein, um die junge Zielgruppe mit ihren Werbebotschaften zu erreichen. Dabei integrieren die Internet-Testimonials die Produkte oft so geschickt in ihren Feed, dass es schwierig ist, entsprechende Inhalte als Werbung zu erkennen – insbesondere wenn eine eindeutige Kennzeichnung fehlt.

Vor diesem Hintergrund hat das Niedersächsische Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung in Zusammenarbeit mit der AMMMa AG die Influencer-Werkstatt erstellt, eine Lernplattform zum Thema „Influencerinnen, Influencer und Werbung". Die digitalen Unterrichtsmaterialien ermöglichen Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufen I und II, ihren Internet-Idolen auf den Zahn zu fühlen. In sechs interaktiven Lernbausteinen, die jeweils mehrere Aufgaben umfassen, wird das Phänomen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet: von einer ausführlichen Begriffsdefinition über die Betrachtung der wichtigsten Social Media-Plattformen und Marketingstrategien bis hin zu einer beispielhaften YouTube-Videoanalyse. Doch nicht nur die Meinungsmacherinnen und -macher stehen auf dem Prüfstand. Auch eine kritische Reflektion des eigenen Online- und Konsumverhaltens wird durch eine Selbsteinschätzung angeregt. Neben den sechs Basis-Bausteinen bietet die Website außerdem zwei praxisorientierte Module, die sich der selbstständigen und vergleichenden Filmanalyse sowie der Produktion eines eigenen Videos im Influencerinnen- bzw. Influencer-Stil widmen.

Der Aufbau der Lernplattform ist übersichtlich und verständlich. Die enthaltenen Arbeitsaufträge sind didaktisch bunt gemischt. Je nach Themenschwerpunkt sollen von den Schülerinnen und Schülern unter anderem Schaubilder und Steckbriefe erstellt und Texte sowie Praxisbeispiele in Form von Fotos und Videos analysiert werden. Letztere entstammen mehrheitlich den Plattformen YouTube und Instagram, die – wie die Leserinnen und Leser erfahren – im Influencerinnen- und Influencer-Business die größte Rolle spielen. Die Arbeitsaufträge sind dabei stets präzise formuliert. Sollten dennoch Verständnisschwierigkeiten auftreten, wird die Aufgabenstellung über verlinkte Schlüsselwörter noch einmal spezifiziert. Ebenso benutzerfreundlich ist die Bedienung der Plattform. Die Website kann ohne vorherige Anmeldung über jeden modernen Browser aufgerufen werden. Bei der Nutzung über ein mobiles Endgerät sollte für die Texteingabe allerdings eine externe Tastatur verwendet werden, da die virtuelle Tastatur am Tablet oder Smartphone einen großen Teil des Bildschirms verdeckt und somit die Bearbeitung erschwert. Ansonsten ist die Handhabung grundsätzlich selbsterklärend. Für den Fall, dass doch einmal technische Fragen auftreten sollten, gibt es im „Hilfe"-Bereich der Website ausführliche Erklärungen zur Nutzung der einzelnen Tools, die teilweise eigens für die Influencer-Werkstatt entwickelt wurden. Für die

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Videoanalysen beispielsweise steht den Schülerinnen und Schülern ein Auswertungswerkzeug zur Verfügung, mithilfe dessen Bildschirmfotos in ein Schaubild integriert werden können. Auf der virtuellen Arbeitsfläche sind zudem erklärende Elemente wie Textfelder, Pfeile und andere Symbole verfügbar, die einfach per Mausklick hinzugefügt und im Anschluss beliebig platziert werden können. Alternativ kann im Analyse-Modul das externe Tool Lichtblick verwendet werden. Praktischerweise besteht bereits eine Verknüpfung mit besagtem Programm, sodass ein Klick auf die verfügbaren Videos genügt, um den gewünschten Clip in diesem zu öffnen.

In einigen Modulen finden sich zudem aufklappbare Materialien-Texte, die grundlegende Informationen zur Bearbeitung des jeweiligen Themenschwerpunkts liefern. Bei der Zusammenstellung der Informationen wurde auf eine übersichtliche Textmenge geachtet. An manchen Stellen entsteht durch diese schülerfreundliche Komprimierung allerdings der Eindruck, dass komplexe Themen wie Schleichwerbung und Influencer-Marketing etwas zu oberflächlich behandelt werden. Hier wären weiterführende Informationen und Begriffsklärungen, beispielsweise in Form einer Linksammlung, wünschenswert.

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die inhaltliche Zusammensetzung einzelner Bausteine. So folgt auf die Beantwortung der Frage „Was ist ein Influencer?“ im gleichnamigen Modul unvermittelt die Auseinandersetzung mit Schleichwerbung, ohne im Vorfeld den Aspekt der Werbung thematisiert zu haben.

Nichtsdestotrotz stellt das Webangebot eine gute Möglichkeit dar, das komplexe Thema „Influencerinnen, Influencer und Werbung“ im Unterricht aufzugreifen und multiperspektivisch zu bearbeiten. Durch die intensive Auseinandersetzung mit der Thematik werden die Schülerinnen und Schüler für persuasive Werbebotschaften im Netz sensibilisiert und ihre Medien- und Werbekompetenz gefördert. Zudem dürften sie sich über den Lebensweltbezug der Unterrichtseinheit freuen. Die Influencer-Werkstatt eignet sich insbesondere für den Einsatz in den Fächern Deutsch, Werte und Normen, Sozialkunde sowie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Auch wenn sich die Plattform offiziell an alle Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufen I und II richtet, scheint eine Bearbeitung vor allem in der Unter- und Mittelstufe lohnenswert. Doch nicht nur Lehrkräfte können das umfangreiche Webangebot nutzen. Einige Lehrbausteine sind auch für (medien-)pädagogische Fachkräfte von Interesse. So kann unter anderem das Modul „Produktionsplanung“, das auf die Konzeption und Umsetzung eines eigenen Influencerinnen- bzw. Influencer-Videos abzielt, auch in der außerschulischen Jugendarbeit eingesetzt werden. Während einige Bausteine klassisch didaktische Aufgabentypen umfassen und entsprechend stark auf den Einsatz im Unterricht ausgerichtet sind, ermöglicht das beschriebene Praxismodul eine gemeinschaftliche kreative Auseinandersetzung mit den Social Media-Stars – auch fernab der Schule.