

# Die Welt der Influencerinnen und Influencer



10 – 11 Jahre

## Handreichung für Lehrkräfte

- Informationen
- Arbeitsblätter
- Lösungen

DURCHBLICKT! [www.durch-blickt.de](http://www.durch-blickt.de)

© Luiza - stock.adobe.com

# Die Welt der Influencerinnen und Influencer

Handreichung für Lehrkräfte

 **10 – 11** Jahre  
 **Dauer:** 90 min



Die verwendeten Online Materialien/Tools sind DSGVO-konform.

## Allgemeine Kurzbeschreibung des Themas

In dieser fächerübergreifenden Unterrichtseinheit erhalten die Lernenden einen Blick hinter die Kulissen von Influencerinnen und Influencern oder von Creatorinnen und Creatoren auf TikTok. Unter beiden Begriffen versteht man Personen, die auf sozialen Medien und Videoplattformen Inhalte posten und für einzelne Inhalte Geld von Werbepartnerinnen und -partnern erhalten. Für Schülerinnen und Schüler ist es oft schwer zu erkennen, dass sie von Influencerinnen und Influencern oft eine konstruierte Wirklichkeit sehen. Sie sollen erkennen, dass es sich bei empfohlenen Produkten oder Gesundheitstipps oft um Werbung handelt. Im Rahmen der Auseinandersetzung mit dem Thema sollen die Lernenden auch aktiv in die Medienproduktion einsteigen und einen kurzen Audiobeitrag über eine Influencerin oder einen Influencer ihrer Wahl erstellen. Es werden auch die für Influencerinnen und Influencer typischen Inhalte analysiert, die unter anderem das Empfehlen von Produkten und Verhaltensweisen für ein gesundes Leben beinhalten. Diese Auseinandersetzung stärkt die Kompetenz der Lernenden, die Qualität von Gesundheitsinformationen einzuschätzen und die Alltagsrelevanz für sie selbst zu verstehen.

### Ziel dieser Einheit ist es,

- die Arbeitsbedingungen einer Influencerin oder eines Influencers kennenzulernen.
- bezahlte Inhalte erkennen zu lernen.
- den Umgang mit einfachen Audioaufnahme- und Audioschnittprogrammen zu lernen.
- Informationen zu analysieren und kritisch zu bewerten.
- Aussagen von Influencerinnen und Influencern zu Gesundheits- und Alltagsthemen richtig einschätzen zu können.

### SCHULFÄCHER

### BEZUG ZUM BILDUNGSPLAN

Sozialkunde

- Leben in der Mediengesellschaft
- Konstruktion von Wirklichkeit in den Medien

Deutsch

- Lese- und Schreibkompetenz

Religion/Ethik

- Menschenbild
- Menschenwürde

Biologie

- gesundes Leben
- Gesundheitsförderung und -fürsorge
- Schutz- und Vorbeugemaßnahmen zum Erhalt der Gesundheit
- Förderung der Gesundheitskompetenz



## KMK-Kompetenzen

- Informationsquellen analysieren und kritisch bewerten
- Eine Produktion planen und in verschiedenen Formaten gestalten, präsentieren, veröffentlichen oder teilen
- Wirkungen von Medien in der digitalen Welt (z. B. mediale Konstrukte, Stars, Idole, Computerspiele, mediale Gewaltdarstellungen) analysieren und konstruktiv damit umgehen
- Chancen und Risiken des Mediengebrauchs in unterschiedlichen Lebensbereichen erkennen, eigenen Mediengebrauch reflektieren und ggf. modifizieren
- Interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen erkennen und beurteilen

## Schwerpunkt der Einheit nach den 7 Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz:

**Bewertung der Qualität von Gesundheitsinformationen:** verstanden als die Fähigkeit, die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der ermittelten gesundheitsbezogenen Informationen zu bewerten (z. B. kritische Einschätzung, ob die gefundenen Informationen kommerziellen Charakter haben)

**Bestimmen der Alltagsrelevanz:** verstanden als die Fähigkeit zu entscheiden, ob die gefundenen Informationen für die eigene Lebenslage und das eigene gesundheitsbezogene Anliegen nützlich sind

Weitere Informationen zu den 7 Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz finden Sie im Exkurs und unter [www.durch-blickt.de](http://www.durch-blickt.de)



## Sozialform

- Plenum
- Gruppenarbeit
- 2er Gruppen
- Einzelarbeit



## Link zur Einheit

- Startervideo, TaskCards und weitere Informationen unter [www.durch-blickt.de](http://www.durch-blickt.de)



## Kursmaterial (Lehrkraft)

- Tablet oder Laptop zur Ergebnissammlung (idealerweise an Beamer angeschlossen), falls nicht vorhanden: Tafel oder Flipchart
- Arbeitsblätter
- Erwartungshorizont
- Möglichkeit Video zu zeigen



## Kursmaterial (Lernende)

- Smartphone, Tablet oder PC für Audioaufnahme
- Arbeitsblätter
- Schulheft für Notizen



## Klasse(n) Meditationen und Achtsamkeitsübungen

7Mind@School bietet viele Übungen. Reinschauen und entspannen! Weitere Informationen unter [www.durch-blickt.de](http://www.durch-blickt.de)



## Online Material und Werkzeuge in der Einheit

–



## Unterrichtsvorbereitung

- Video testen
- Arbeitsblätter ausdrucken
- mit Arbeitsform Think-Pair-Square-Share vertraut machen – siehe Erwartungshorizont
- evtl. Schulgeräte besorgen
- auf die Funktionalität der Geräte achten: Sprachrekorder (Windows), Diktiergerät (Android), Audio-Recorder (iOS)



**Ablauf**

- Einstieg in das Thema**
- Erarbeitung 1**
- Vertiefung**
- Produktion**
- Erarbeitung 2**
- Transfer**
- Reflexion**

- Startervideo zur Einheit
- Welche Influencerinnen und Influencer kennt ihr?
- Die Welt einer Influencerin oder eines Influencers analysieren
- Einen Audiobeitrag erstellen
- Wie echt ist die Welt der Influencerinnen und Influencer?
- Eigene Erfahrungen austauschen und analysieren
- Abschlussrunde



**ZIEL UND FRAGESTELLUNG**



**METHODIK**



**MEDIUM**

 <p><b>Einstieg</b> Was hast du im Video gesehen?</p>	<p>Sammeln der Antworten im Plenum (Fragen und offene Antworten)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Video</li> <li>▪ Arbeitsblatt 1</li> </ul>
 <p><b>Erarbeitung 1</b> 1. Welche Influencerinnen und Influencer kennt ihr? 2. Welche Art von Inhalten posten eure Influencerinnen und Influencer?</p>	<p>zuerst Einzelarbeit (Arbeitsblatt), danach Austausch in 2er Gruppen</p> <p>Plenum: Ergebnisse besprechen und Diskussion (Frage 2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arbeitsblatt 2</li> <li>▪ je nach Möglichkeit: Tafel, Whiteboard oder Flipchart</li> </ul>
 <p><b>Vertiefung</b> Analyse der Inhalte einer Influencerin oder eines Influencers und Alltagsrelevanz der Welt der Influencerinnen und Influencer: Welche Influencerin oder welchen Influencer möchtet ihr genauer vorstellen?</p>	<p>Plenumsgespräch, danach 2er Gruppen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tafel</li> <li>▪ Arbeitsblatt 3</li> <li>▪ evtl. Tablets oder Notebooks</li> </ul>
 <p><b>Produktion</b> Für eine Radiosendung für Kinder und Jugendliche sollt ihr eure Influencerin oder euren Influencer vorstellen. Erstellt eine 45–90 Sekunden lange Audiodatei.</p>	<p>3er Gruppen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerät für Audioaufnahme (z. B. Tablets, Smartphones oder Laptops)</li> </ul>
<p>Alternative, wenn keine Möglichkeit zur Audioaufnahme besteht: Für ein Jugendmagazin sollt ihr eine Vorstellung eurer Influencerin oder eures Influencers schreiben. Schreibt mindestens 150 Wörter.</p>	<p>2er Gruppen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Notizblatt</li> </ul>



**ZIEL UND FRAGESTELLUNG**

**METHODIK**

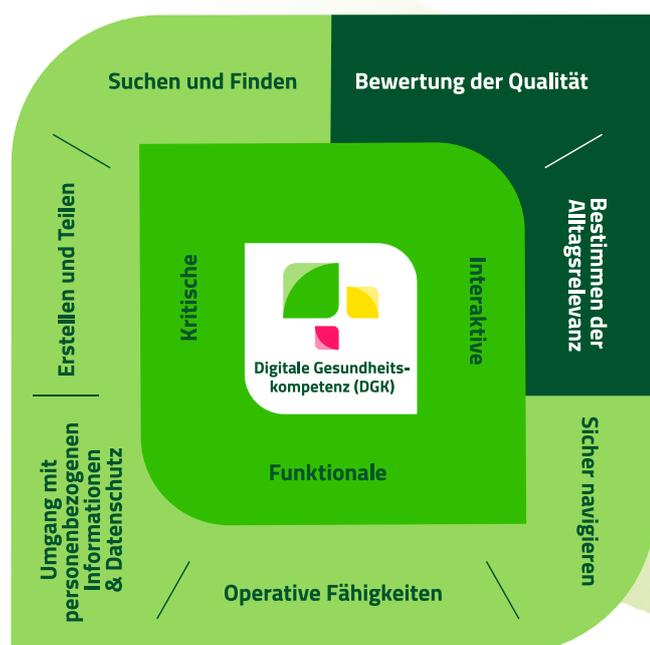
**MEDIUM**

<p> <b>Erarbeitung 2</b> Bewertung der Inhalte: Welche Tipps würdet ihr euren Freundinnen und Freunden in den beiden Situation geben?</p>	<p>Einzelarbeit  Plenum: Ergebnisse besprechen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arbeitsblatt 4</li> </ul>
<p> <b>Transfer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wie sieht es bei euren Lieblingsinfluencerinnen und -influencern aus, machen sie auch Werbung oder haben sie einen Einfluss darauf, wie ihr euch findet bzw. fühlt? Tauscht euch aus.</li> <li>▪ Wie kannst du besser aufpassen, dass Influencerinnen und Influencer dich nicht zu stark beeinflussen?</li> </ul>	<p>Think-Pair-Square-Share</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Notizblatt</li> </ul>
<p> <b>Reflexion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Was hast du in dieser Einheit gelernt?</li> <li>▪ Wirst du Videos von Influencerinnen und Influencern in Zukunft anders schauen?</li> <li>▪ Willst du Influencerin oder Influencer werden?</li> <li>▪ Wie kannst du erkennen, ob eine Werbung hinter einem Video steckt?</li> <li>▪ Was nimmst du aus dieser Einheit mit, um Gesundheitstipps von den Influencerinnen und Influencern besser zuzuordnen?</li> </ul>	<p>Diskussion im Plenum</p>	<p>–</p>

## Über digitale Gesundheitskompetenz

### Definition von digitaler Gesundheitskompetenz angelehnt an die HLS-Definition (2012):

Digitale Gesundheitskompetenz basiert auf dem allgemeinen Konzept von Gesundheitskompetenz und umfasst, neben dem Wissen, die Motivation und die Fähigkeiten auch die digitale und Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen, relevante Informationen und Dienstleistungen für die Gesundheit in digitaler Form zu finden, zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden. Sie versetzt sie in die Lage, im Alltag in den Bereichen der Krankheitsbewältigung, Krankheitsprävention und Gesundheitsförderung Urteile fällen und Entscheidungen treffen zu können, die ihre Lebensqualität während des gesamten Lebensverlaufs erhalten oder verbessern. Während „Digitalkompetenz“ als die Fähigkeit der angemessenen Nutzung von Medien- und Kommunikationstechnologien beschrieben wird, kann unter „digitaler Gesundheitskompetenz“ die Fähigkeit der angemessenen Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Erschließung und Verarbeitung gesundheitsbezogener Informationen verstanden werden.



Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz

Stufen der Gesundheitskompetenz nach Nutbeam

### Sieben Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz angelehnt an van der Vaart und Drossaert (2017):

- **Operative Fähigkeiten:** verstanden als die Fähigkeit, mit digitalen Endgeräten und digitale Medien umgehen zu können (z. B. einen PC, ein Tablet oder eine Suchmaschine zu bedienen)
- **Suchen und Finden von Gesundheitsinformationen:** verstanden als die Fähigkeit, den gesundheitsbezogenen Informationsbedarf in eine geeignete Suchstrategie zu überführen (z. B. eine Frage zu formulieren, Suchanfragen entsprechend des Informationsbedarfs zu stellen) und die ermittelten Informationen auch zu verstehen
- **Bewertung der Qualität von Gesundheitsinformationen:** verstanden als die Fähigkeit, die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der ermittelten gesundheitsbezogenen Informationen zu bewerten (z. B. kritische Einschätzung, ob die gefundenen Informationen kommerziellen Charakter haben)
- **Bestimmen der Alltagsrelevanz:** verstanden als die Fähigkeit zu entscheiden, ob die gefundenen Informationen für die eigene Lebenslage und das eigene gesundheitsbezogene Anliegen nützlich sind
- **Sicher im Internet navigieren:** gemeint ist die Fähigkeit, sich im Internet und in digitalen Medien gut zu orientieren (z. B. den Überblick auf einer Website zu behalten)
- **Erstellen und Teilen von Gesundheitsinformationen:** hierunter wird die Fähigkeit verstanden, eigene gesundheitsbezogene Anliegen mittels digitaler Medien (z. B. E-Mail) verständlich und klar zu formulieren
- **Umgang mit personenbezogenen Informationen und Datenschutz:** verstanden als die Fähigkeit, Informationen über sich und andere Personen in digitalen Medien nicht zu teilen und zu entscheiden, wer Zugriff auf die persönlichen Daten und Informationen hat



### Einstieg.

Individuelle Antworten der Lernenden

Die Schülerinnen und Schüler können mit Arbeitsblatt 1 arbeiten.

---

### Erarbeitung 1.

Das Thema „Influencerinnen und Influencer“ ist für die Lernenden i. d. R. sehr interessant und alle möchten von den Lieblingsinfluencerinnen oder -influencern erzählen. An dieser Stelle wird zunächst dem Mitteilungsdrang der Schülerinnen und Schüler Platz gelassen.

Zunächst sollen die Lernenden Namen von Influencerinnen und Influencern aufschreiben, die sie kennen. Zur besseren Strukturierung sind auf dem Arbeitsblatt 2 Themen vorgegeben. Dabei sollte die Lehrkraft darauf achten, dass in dieser Phase wirklich in Einzelarbeit gearbeitet wird. Im Anschluss können sich die Schülerinnen und Schüler mit ihren Partnerinnen und Partnern austauschen. Danach werden die Namen der Influencerinnen und Influencer im Plenum gesammelt und aufgeschrieben.

### Arbeitsblatt 2:

Individuelle Antworten der Lernenden

#### Welche Art von Inhalten wird gepostet? – Vorschläge:

Gaming, Beauty, Vlogs, Tutorials, Tanz, Fashion, Reactions, Pranks (Streiche), Musik, Meinungen, Gesundheitstipps usw.

---

### Vertiefung.

Ziel dieser Aufgabe ist, die Bedeutung und die Alltagsrelevanz der Welt der Influencerinnen und Influencer zu erkennen und zu verstehen, um mit diesen Inhalten im Alltag gezielter umzugehen.

Als nächstes sollen die Lernenden sich eine Influencerin oder einen Influencer aussuchen und deren oder dessen Inhalte genauer analysieren. Damit nicht jede bzw. jeder die gleiche Influencerin oder den gleichen Influencer wählt, ist es sinnvoll, dass im Vorfeld im Plenum abgesprochen wird, wer wen analysiert. Die Analyse selbst findet mit Hilfe des Arbeitsblattes statt. Es ist davon auszugehen, dass die Lernenden die Inhalte der Influencerinnen und Influencer bereits gut kennen und das Arbeitsblatt ohne weitere Hilfe ausfüllen können. Es kann aber durchaus sinnvoll sein, den Schülerinnen und Schülern auch Tablets oder Notebooks zur Verfügung zu stellen, sodass sie einzelne Videos auf den Plattformen anschauen können.

### Arbeitsblatt 3:

Individuelle Antworten der Lernenden

#### Erkläre, warum viele Nutzerinnen und Nutzer ihre oder seine Videos/Fotos gut finden. – Vorschläge:

Zu erwarten ist, dass die Schülerinnen und Schüler unter anderem erwähnen, dass sie die Inhalte der Videos interessant finden, da Themen behandelt werden, die für sie aktuell relevant sind:

- Tipps zu bestimmten Video-/Onlinespielen
- Informationen über Modetrends oder Sport
- Es werden oft auch Gesundheitsthemen besprochen, die für die Altersstufe wichtig sind: Gesichtscremes, Gewicht, Haare, Periode, Sexualität usw.
- Die Lernenden erfahren von Influencerinnen und Influencern auch viel über deren Alltag und entwickeln so eine emotionale Nähe zu diesen. Das kann so weit gehen, dass sie das Gefühl haben, dass Influencerinnen und Influencer Teil ihres Freundeskreises sind. Oft zeigen Influencerinnen und Influencer ein Leben, das Schülerinnen und Schüler sich ebenfalls wünschen: Es werden teure Marken getragen, beeindruckende Ausflüge und Reisen getätigt und viele Partys besucht.



## **Produktion.**

Individuelle Vorschläge der Lernenden

Ziel der Audioproduktion ist sowohl die Kompetenz der Lernenden im Bereich Audioaufnahme zu stärken, als auch die im Vorfeld gesammelten Informationen über die Influencerinnen und Influencer umzuwälzen. Erst im nächsten Schritt werden die Inhalte analysiert und kritisch hinterfragt. Hier soll aber der Raum bestehen, sich frei zu äußern, ohne dass ein pädagogischer Zeigefinger sichtbar ist. Dies stärkt das Selbstbewusstsein in der Gruppe.

Die Lernenden haben vermutlich bereits Erfahrungen mit der Aufnahmefunktion von Tablets, Smartphones und Notebooks gemacht. An dieser Stelle sollen sie nun ihre vorherige Analyse nutzen und die Informationen im Rahmen eines fiktiven Radiobeitrages präsentieren.

Die Schülerinnen und Schüler sollen dabei ihre Aufnahme planen und nicht einfach los reden. Als erstes sammeln sie in Gruppen Stichpunkte zu den Aspekten, die sie unterbringen wollen. In einem zweiten Schritt schreiben sie ein Skript. Dies kann auch arbeitsteilig durchgeführt werden. Erst nach einer Überarbeitung des Skriptes durch alle Gruppenmitglieder, wird mit der Audioaufnahme begonnen.

Das Schneiden der Datei ist an dieser Stelle nicht nötig und wäre erfahrungsgemäß mit einem großen zeitlichen Aufwand verbunden. Vielmehr reicht es, wenn die Lernenden ihre Aufnahme zwischendurch pausieren. Es ist zu erwarten, dass die Schülerinnen und Schüler mehrere Versuche brauchen. Die Lehrkraft sollte darauf hinweisen, die einzelnen Versuche nicht direkt zu löschen, wenn man nicht ganz zufrieden ist. Sollte es nicht gelingen, bessere Versionen zu erstellen, kann man auf diese zurückgreifen.

**Alternativ:** Wenn keine Technik für die Aufnahme zur Verfügung steht, können die Lernenden stattdessen einen Artikel über ihre Influencerin oder ihren Influencer schreiben und dort die in der Analyse gesammelten Informationen verwenden.

---

## **Erarbeitung 2.**

In dieser Aufgabe üben die Lernenden, Inhalte mithilfe von Tipps kritisch zu bewerten.

Nachdem die Schülerinnen und Schüler Zeit hatten, sich relativ offen über ihnen bekannte Influencerinnen und Influencer auszutauschen, geht es jetzt darum, den Fokus darauf zu lenken, dass das Bild, das Influencerinnen und Influencer von sich und ihrem Alltag inszenieren, oftmals konstruiert ist. In den Videos sieht man bewusst ausgewählte Momente in den Inhalten der Influencerinnen und Influencer, die z. T. nur für die Fotos oder Videos geschaffen wurden. Auch sollen die Schülerinnen und Schüler lernen zu erkennen, wann ein Inhalt klar Werbung ist, inwieweit man ihren Tipps zu gesundheitlichen Themen vertrauen kann und welchen Einfluss Influencerinnen und Influencer auf das eigene Körperbild und Modetrends haben.

### **Arbeitsblatt 4:**

Die Lernenden lesen sich dazu die zwei vorgegebenen Situationen durch und ordnen die Tipps den Situationen zu.

#### **Lösung:**

- Situation 1: Tipp 1 und Tipp 3
- Situation 2: Tipp 2 und Tipp 4

Die Schülerinnen und Schüler kennen vermutlich ähnliche Situationen, daher sind die Tipps in der Regel für sie im Alltag relevant.

**Zu Tipp 1:** Vielen Kindern und Jugendlichen fällt es nicht leicht, Werbung zu erkennen. Dies ist selbst dann der Fall, wenn Begriffe wie Werbung oder Anzeige eingeblendet werden. Manchmal ist die Schrift in den Postings so klein und farblich so gewählt, dass es nicht direkt auffällt.

Wenn möglich, zeigt die Lehrkraft den Lernenden auf TikTok oder Instagram Stories von ihren Influencerinnen und Influencern und weist auf die Einblendungen hin.



**Zu Tipp 2:** Viele große Modeversandhändler wie z. B. Zalando oder AboutYou arbeiten eng mit Influencerinnen und Influencern zusammen. Sie dürfen sich aus dem Sortiment Kleidung in großen Mengen auswählen.

**Zu Tipp 3:** Es gibt Influencerinnen und Influencer, die für Zahnaufhellungsprodukte, Anti-Pickelcremes oder fragwürdige Diätprodukte werben. Die Schülerinnen und Schüler müssen unbedingt lernen, diese Informationen zu hinterfragen. Fragen Sie im Plenumsgespräch gezielt nach diesen Inhalten, lassen Sie sich die Inhalte der Videos wiedergeben und erklären Sie, dass man bei gesundheitlichen Themen besonders vorsichtig sein muss.

**Zu Tipp 4:** Das Bearbeiten von Fotos ist bei vielen Posts die Regel. Es ist inzwischen einfach, mit einem Klick einen Filter anzuwenden, der z. B. Hautunreinheiten ausbessert, einen anderen Teint gibt oder auch Augen größer erscheinen lässt. Es gibt auch Software, mit der man das Gesicht oder den Bauch schmaler erscheinen lassen kann. Wenn möglich zeigen Sie Beispielbilder. Suchen Sie dazu in einer Suchmaschine bei Fotosuche nach „Filter Vor- und Nachher“.

Zur Sicherung werden die Antworten im Plenum besprochen.

---

### **Transfer.**

In diesem Arbeitsschritt sollen die Lernenden anhand der erworbenen Erkenntnisse ihre eigene Lebenslage reflektieren.

- Think-Pair-Square-Share (mit ungefähren Zeitangaben)
- Think: Einzelarbeit mit Notizen (3 min)
- Pair: Notizen werden in 2er Gruppen ausgetauscht und ergänzt (3 min)
- Square: In 4er Gruppen wird ebenso verfahren (5 min)
- Share: Eine Vertreterin oder ein Vertreter der 4er Gruppe liest das Gruppenergebnis vor (pro Gruppe 1–2 Minuten)

### **Individuelle Antworten der Lernenden**

Zu erwarten ist, dass die von den Schülerinnen und Schülern analysierten Influencerinnen und Influencer ebenfalls Werbung machen und auch Einfluss auf die Selbstwahrnehmung von Schülerinnen und Schülern haben.

### **Wie kannst du besser aufpassen, dass Influencerinnen und Influencer dich nicht zu stark beeinflussen? – Vorschläge:**

- Man sollte sich immer bewusst sein, dass Influencerinnen und Influencer manche Dinge sagen, weil sie dafür bezahlt werden.
- auf Einblendungen im Bild achten: Zeigen sie Produkte oder Marken?
- auf die Worte und die Wortwahl der Influencerin oder des Influencers achten: Spricht sie oder er immer über die gleichen Produkte oder Marken? Werden sie nur gelobt?
- mit den Eltern über die Produkte reden
- bei gesundheitlichen Themen: Eltern, Lehrkräfte oder andere Vertrauenspersonen fragen
- evtl. in einer Apotheke oder bei einer Ärztin oder einem Arzt nachfragen
- im Internet nach diesem Produkt weiter recherchieren: Preise vergleichen, andere Kundenmeinungen (Rezensionen) lesen bzw. erklären lassen

---

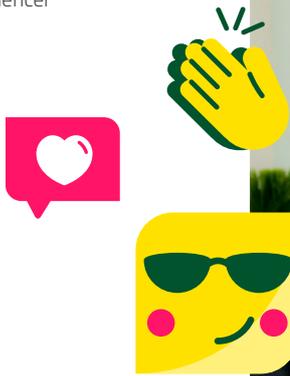
### **Reflexion.**

Individuelle Vorschläge der Lernenden

---

## Arbeitsblatt 1

Die Welt der Influencerinnen und Influencer



© AntonioDiaz - stock.adobe.com



### Lies dir die folgenden Aussagen durch. Welche sind richtig? Kreuze an.

Der Begriff „Influencerin bzw. Influencer“ stammt von dem englischen Wort „to influence“ (dt. beeinflussen). Der Name „Influencerin oder Influencer“ wird verwendet, da sie Leute beeinflussen, etwas Bestimmtes zu tun oder zu kaufen.

Als Influencerin oder Influencer kann man sehr kreativ sein.

Influencerinnen und Influencer verdienen kein Geld, wenn Sie z. B. ein Handyspiel bewerben.

Influencerinnen und Influencer bekommen manchmal Geld pro verkauftes Produkt.

Influencerinnen und Influencer finden die Produkte, die sie bewerben immer gut.

Viele Influencerinnen und Influencer werden lieber Content Creator (dt. Inhalt-Erstellerinnen bzw. -Ersteller) genannt, weil es nicht so wirkt, als ob ihre Hauptaufgabe ist, die Nutzerinnen und Nutzer zu beeinflussen.

Manche Influencerinnen und Influencer sind sehr gestresst, da sie immer überlegen, welches Video oder welches Foto sie als nächstes posten und regelmäßig mit ihren Followerinnen und Followern in den Kommentaren in Kontakt bleiben.

Als Influencerin oder Influencer hat man die Möglichkeit, viele Menschen für Themen zu begeistern.

Influencerin oder Influencer ist für alle ein Traumberuf.



## Welche Influencerinnen und Influencer kennst du?



Lies dir die folgenden Aussagen durch und kreuze an, wie häufig du die Videos oder Fotos anschaust. Bei Aussage 5 und 6 kannst du jeweils ein Thema eintragen, dass du interessant findest.

1. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die sich mit dem Thema Computerspiele (z. B. Minecraft) beschäftigen.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.

2. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die sich mit dem Thema Fashion/Mode beschäftigen.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.

3. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die sich mit dem Thema Sport beschäftigen.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.

4. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die über ihren Alltag sprechen und z. B. Videotagebücher führen.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.

5. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die sich mit dem Thema  beschäftigen an.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.

6. Ich schaue mir Videos oder Fotos von Influencerinnen und Influencern an, die sich mit dem Thema  beschäftigen an.

nie            manchmal            mehrmals die Woche            z. B.



Name:

Was für Videos oder Fotos postet die Influencerin oder der Influencer?

Gaming	Beauty
Vlogs	Tutorials
Tanzvideos	Fashion
Reactions	Pranks (Streiche)
Gesundheitstipps	Meinungen

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Auf welchen Plattformen ist sie oder er aktiv und wie viele Followerinnen und Follower hat sie oder er?

TikTok	Instagram
Anzahl der Followerinnen und Follower:	Anzahl der Followerinnen und Follower:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

YouTube	Andere Plattform, nämlich
Anzahl der Followerinnen und Follower:	

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Anzahl der Followerinnen und Follower:

\_\_\_\_\_

Beschreibung eines der letzten Videos oder Fotos:

Beschreibung des Videos oder Fotos mit den meisten Likes und Views:

Erkläre, warum viele Nutzerinnen und Nutzer ihre oder seine Videos und Fotos gut finden:



## Kennst du diese Situation?

### Situation 1

Eure Freundin Vicky schaut gerne die Videos der YouTuberin „Dabbie“. Fast jeden Tag gibt es ein neues Video von ihr, in dem sie aus ihrem Alltag erzählt, Schminktipps gibt oder erzählt, was sie gerade beschäftigt. In ihrem letzten Video hat sie erzählt, dass sie jetzt eine neue Zahnpasta benutzt, die gut schmeckt und besonders gut für ihre Zähne ist. Oben rechts in ihrem Video stand das Wort „Anzeige“. Vicky will die Zahnpasta unbedingt kaufen.

Lies dir die Tipps unten durch. Welche Tipps würdest du Vicky geben? Warum? Schreibe die Nummern auf:

---

### Situation 2

Cem folgt auf TikTok einem sechzehnjährigen Nutzer, der jeden Morgen sein „Outfit of the day“ (OOTD) postet. Es sieht immer top aus und er hat auch jeden Tag ein komplett anderes Outfit. Er hat einen Onlineversandhandel als Werbepartner, für den er manchmal auch Stories aufnimmt. Außerdem postet er täglich, was er gegessen hat und wie viel Sport er gemacht hat. Er redet häufig über sein Gewicht und es ist ihm sehr wichtig nicht zuzunehmen.

Cem ist traurig, weil er nicht so viele verschiedene Outfits hat. Er will jetzt unbedingt ein paar neue Outfits haben, die gerade angesagt sind. Er findet sich auch nicht so gutaussehend wie den TikToker und will jetzt unbedingt abnehmen, obwohl er nicht zu dick ist.

Lies dir die Tipps unten durch. Welche Tipps würdest du Cem geben? Warum? Schreibe die Nummern auf:

---

**1.** Wenn in einem Video oder einem Foto irgendwo der Begriff „Werbung“, „Anzeige“ oder „sponsored“ erscheint, dann bekommt die Influencerin oder der Influencer Geld für diesen Post. Ein Unternehmen gibt ihr oder ihm Geld, damit z. B. ein bestimmtes Produkt häufiger gekauft wird.

**2.** Influencerinnen und Influencer haben großen Einfluss darauf, welche Mode angesagt ist. Sie bekommen daher häufig Klamotten geschenkt, die sie dann für Posts tragen. Die Modeindustrie versucht so, dich dazu zu bringen mehr Klamotten zu kaufen.

**3.** Manchmal klingen Aussagen von Influencerinnen und Influencern, als ob ein Produkt besonders gut für die Gesundheit ist. Sie sagen dann z. B. „Ich fühle mich dann immer richtig gut“ oder „Ich habe auch das Gefühl, dass meine Zähne weißer sind“. Hol dir Informationen zur Gesundheit lieber bei deiner Ärztin oder deinem Arzt oder auf geprüften Gesundheitsseiten online.

**4.** Man sollte sich nicht mit den Bildern von Influencerinnen und Influencern vergleichen! Sie bearbeiten meistens ihre Fotos mit Bildbearbeitungsprogrammen und Filtern. In Wirklichkeit sehen sie meistens nicht so perfekt und dünn aus. Wenn du deine Figur nicht akzeptierst, spreche mit deinen Eltern oder auch mit einer Ärztin oder einem Arzt darüber.



### Interessante Links zum Thema „Die Welt der Influencerinnen und Influencer“

- Kinder-Influencerinnen und -Influencer unter [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info), [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de) und [www.weser-kurier.de](http://www.weser-kurier.de)
- Werbung in der Welt der Influencerinnen und Influencer unter [www.verbraucherservice-bayern.de](http://www.verbraucherservice-bayern.de)
- Plattformen der Influencerinnen und Influencer unter [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) und [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)



# DURCHBLICKT!

Digital in eine gesunde Zukunft.

## Impressum

1. Auflage Oktober 2022. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis §52a UrhG: Weder das Werk, noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt. Fotomechanische oder andere Wiedergabeverfahren nur mit Genehmigung des Verlages.

Auf verschiedenen Seiten dieses Heftes befinden sich Verweise (Links) auf Internetadressen. In diesem Werk sind nach dem MarkenG geschützte Marken und sonstige Kennzeichen für eine bessere Lesbarkeit nicht besonders kenntlich gemacht. Es kann also aus dem Fehlen eines entsprechenden Hinweises nicht geschlossen werden, dass es sich um einen freien Warennamen handelt. Haftungsnotiz: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich die Betreiberinnen und Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Seiten treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail (r.franz@klett-mint.de) davon in Kenntnis zu setzen, damit bei Nachdruck der Nachweis gelöscht wird.

**Autor:** Florian Nuxoll

**Redaktion und Autorenkoordination:** Fabienne Schmaus

**Projektkoordination:** Ronja Franz, Klett MINT GmbH

**Layout und Satz:** We are Family GmbH & Co. KG, Stuttgart

Eine Zusammenarbeit der BARMER und der Klett MINT GmbH

© BARMER, Berlin, und Klett MINT GmbH, Stuttgart

## Digital in eine gesunde Zukunft.

Wir wollen die Chancen und Potenziale der Digitalisierung für unsere Gesundheit nutzen, indem wir digitale Kompetenz für selbstbestimmte Entscheidungen in allen Gesundheitsfragen vermitteln.