

Schülermaterial 1: Meinungsführer Influencer?! – Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?

Arbeitsauftrag: Analysiere das youtube-Video „Ich werde Bundespolizist“ hinsichtlich der folgenden Fragen: <https://www.youtube.com/watch?v=SB2DsvqtqM4>

1. Akteur: Wer ist zu sehen? Wer spricht zu euch?

Antwort: Im youtube-Video sind der Influencer _____
sowie _____ zu sehen.

2. Interesse: Welches Ziel hat er? Welches Interesse steckt dahinter?

Antwort: Er möchte _____.

3. Welches Thema wird vermittelt? Worüber wird gesprochen?

Antwort: Dieses Thema wird vermittelt: _____

4. Welche politische Botschaft wird vermittelt?

Antwort: Diese politische Botschaft wird vermittelt: _____

5. Spricht dich das Video inhaltlich an? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?

Antwort: Mich spricht das Video an/nicht an, weil _____

6. Findest du das Video hinsichtlich der medialen Umsetzung gelungen (Schnitt, Ton, Musik, Sprechweise)?

Antwort: Ich finde das Video gelungen/nicht gelungen, weil _____

7. Was würdest du anders machen?

Antwort: Das würde ich anders machen: _____

Schülermaterial 2: Zusammenarbeit von Influencern und Politik – Chance oder Gefahr?

Arbeitsauftrag:

1. Zeige mit Hilfe des Materials **drei Beispiele** für die Zusammenarbeit von Influencern und der Politik auf.
2. Nenne jeweils **zwei mögliche Chancen und zwei mögliche Gefahren**, die die Zusammenarbeit von Influencern und der Politik bieten. Erstelle dazu eine Tabelle.
3. Nimm Stellung: Bietet die Zusammenarbeit von Influencern und der Politik eher Chancen oder eher Gefahren? Nutze dazu **mind. ein Argument** (siehe Aufgabe 2) und **mind. ein Beispiel**.

Material: Geplante Gesetzgebung zu Influencern: Manchmal Werbung, manchmal nicht

Auf der Konferenz der Medienanstalten wird über Werbung von und mit Influencer:innen diskutiert. Die aktuelle Rechtslage ist uneindeutig, doch die Bundesregierung arbeitet an einem Influencer-Gesetz.

Von Christopher Hamich (am 21.11.2019 verfasst)

Das Thema Werbung durch Influencer:innen stand ganz oben auf dem Programm. Der Dachverband der Landesmedienanstalten hat zu einer Tagung gerufen. Zu Gast waren unter anderem der YouTuber Rezo und die Influencerin Diana zur Löwen. Und wie auch in den letzten Jahren drehte sich alles um das Thema Influencer:innen und die Frage, wie diese für Marken oder politische Botschaften werben dürfen. [...]

Auch politische Werbung wird relevanter

Wenig Beachtung hat bisher der Bereich politischer Werbung bekommen. Im letzten Jahr hat eine Recherche des Lifestyle-Magazins Vice gezeigt, wie verschiedene Bundesministerien in den Jahren 2014 bis 2017 Influencer:innen eingesetzt haben. Das Entwicklungsministerium zum Beispiel gab 2017 knapp 84.000 Euro für eine Kampagne zu fairer Mode aus, das Innenministerium in den Jahren 2016 und 2017 knapp 71.000 Euro für Werbung, um Nachwuchs zur Bundespolizei zu locken. Zu Letzterem gehört ein Video des YouTubers Felix von der Laden, der im November 2017 auf Einladung einen VLog bei der Bundespolizei produzierte.

Auch an anderen Beispielen lässt sich beobachten, wie sich Politik und Influencertum annähern. Zum Beispiel beim „Comedy-Format“ „Jihadifool“ des NRW-Verfassungsschutzes auf YouTube, dem spektakulär peinlichen CSU-Format „CSYOU“ oder Podcasts wie von Christian Lindner (FDP-Vorsitzender) und Timo Wölken (SPD; Mitglied des Europäischen Parlaments).

Influencer:innen können einen enormen Einfluss auf die politische Meinungsbildung haben. Deshalb schließen sich einige Fragen an. Zum Beispiel: Sollen Influencer:innen für Parteien und Ministerien werben dürfen? Wo ist die Grenze zwischen Meinungsäußerung und Werbung? Wie versteckt dürfen Parteien und Ministerien mit Influencer:innen werben? Was ist Werbung, was bezahlte Propaganda?

Von daher ist es ein wichtiger Schritt der Medienanstalten, das Thema auf die Tagesordnung zu setzen und damit Druck aufzubauen, diesen Aspekt beim Influencing nicht zu vernachlässigen.

Quelle: Hamich, Christoph (21.11.2019): Manchmal Werbung, manchmal nicht.

<<https://netzpolitik.org/2019/influencer-gesetz-manchmal-werbung-marketing-medienanstalten/>> [didaktisch reduziert und bearbeitet; Zugriff: 25.04.2020]

Schülermaterial 3: Aufgabenstellungen zur Sequenz „Meinungsführer Influencer?!“

Überleitung zur Phase Generalisierung:

- **Arbeitsauftrag:** Nimm Stellung zu folgender Aussage: Es ist richtig, dass die Bundespolizei einen bekannten YouTuber einlädt, um für die Ausbildung zum Bundespolizisten Werbung zu machen. **ODER** Verfasse einen Kommentar zum YouTube-Video „Ich werde Bundespolizist“. Begründe darin, ob du es richtig findest, dass die Bundespolizei einen bekannten YouTuber einlädt, um für die Ausbildung zum Bundespolizisten Werbung zu machen.
- **Optional:** Nach der Videoanalyse bietet es sich an mit ausgewählten Kommentaren unter dem Video auseinanderzusetzen.
- **Arbeitsauftrag:** Suche dir einen Kommentar aus. Verfasse eine Antwort, in der du begründest, ob du dem Kommentator/der Kommentatorin zustimmst oder nicht.
- drei Original-Kommentare zum Youtube-Video „Ich werde Bundespolizist“:
 1. shanice: „Ich würde mir noch mehr Videos wünschen, es wirklich so Informativ und gut gefilmt das man einfach ein Interesse entwickelt. Grad für die Leute wie ich, die noch nicht Recht wissen was sie machen sollen. Sehr cooles Video 👍“
 2. Raffy: „Finde es ziemlich fortschrittlich von der Polizei einen bekannten Youtuber zu sich einzuladen, um so auf deren Ausbildung aufmerksam zu machen. Props dafür! ^^“
 3. Antwort an Raffy von NOhOOm: „Nö, ist nur gute Propaganda“
[Anmerkung: Rechtschreibung, Grammatik und Interpunktion im Original]

Produktion des Video-Blogs (Vlogs) zum Thema/zur Streitfrage: *Dürfen Influencer für staatliche Organisationen werben?*

Arbeitsauftrag für die Gruppenarbeit: Produziert einen Video-Blog (Vlog), in dem ihr eure Position zu der vorgegebenen Streitfrage darstellt. Geht dabei folgendermaßen vor:

1. Sammelt erste Ideen, indem ihr ein Brainstorming durchführt.
2. Analysiert weitere Materialien zum Thema. Recherchiert dazu auch im Internet, um weitere Argumente und Beispiele für eure Position zu suchen.
3. Strukturiert eure Argumente und Beispiele.
4. Erstellt einen Drehplan für den Video-Blog.
5. Sucht ein Tool zur Produktion des Video-Blogs (z. B. lightworks, OpenShot Video Editor). Setzt euch mit der Funktionsweise des Tools auseinander.
6. Dreht den Video-Blog.
7. Stellt den Video-Blog mit Hilfe des Tools fertig.

Abschluss der Sequenz: Einen Kommentar verfassen

- **Arbeitsauftrag:** Verfasse einen Kommentar, in welchem du dich zur Streitfrage positionierst. Beachte dabei die folgenden Kriterien:
 - Zeige deine Position deutlich auf.
 - Nutze Pro-Argumente, um deine Position zu unterstützen. (Hinweis: Du kannst z. B. konkrete Chancen aufzeigen, die eine Zusammenarbeit von Influencern und Politik bieten.)
 - Nutze aber auch Kontra-Argumente, um auch Gegenpositionen darzustellen (Hinweis: Du kannst z. B. konkrete Gefahren aufzeigen, die eine Zusammenarbeit von Influencern und Politik bieten.)
 - Verwende Beispiele, um deine Argumentation zu belegen.
 - Schreibe einen zusammenhängenden und sprachlich angemessenen Text.