

46 11429



Didaktische FWU-DVD

Traumjob Influencer?!

Deutsch

 Klasse 8–13

Ethik

 Klasse 8–13

Religion

 Klasse 8–13

Medienpädagogik

 Klasse 8–13



Trailer ansehen

Das Medieninstitut
der Länder



Traumjob Influencer?!

Traumjob Influencer?! Film 25 min

Sequenzen

Was sind Influencer?	1:20 min
Influencer-Lifestyle	7:10 min
Influencer in der Gesellschaft	3:30 min
Beauty und Gaming – Rollenklischees	4:50 min
Werbung – Die Einfluss-Reichen	7:00 min
Influencer: Daten und Fakten	7 Grafiken
Arbeitsmaterial	



Schlagwörter

Beauty; Blog; Comedy; Facebook; Follower; Gaming; Image; Influencer; Instagram; Inszenierung; Internet; Like; Produktplatzierung; Reichweite; Rezo; Rollenklischees; Rollenstereotype; Schönheit; Smartphone; Snapchat; Social Media; Soziale Medien; Tiktok; Trends; Twitter; View; Werbung; YouTube

Systematik

Medienpädagogik	› Grundlagen › Mediennutzung, Medienwirkung › Grundlagen › Medien im gesellschaftlichen System › Kompetenzen in der digitalen Welt › Analysieren und Reflektieren
Deutsch	› Kommunikation › Kommunikationsanregung
Ethik	› Werte und Normen
Religion	› Religiöse Lebensgestaltung › Persönlichkeitsbilder

Zum Inhalt

Traumjob Influencer?!

(Film 25 min)

Der Film beleuchtet das Phänomen Influencer aus verschiedenen Blickwinkeln. Zunächst geben die Influencer Annika von „Annikazion“ und Justus von „Ju LeX“ einen Einblick in ihre Motivation, ihren Tagesablauf und ihre Beziehung zu ihren Followern. Des Weiteren wird kritisch hinterfragt, welche Rollenbilder durch Influencer in den sozialen Medien besonders vertreten werden und wie dies Jugendliche beeinflusst. Schließlich wird auch auf die symbiotische Beziehung zwischen Werbung und Influencern eingegangen. Dabei werden die verschiedenen Werbearten auf YouTube und Instagram vorgestellt und auf die rechtlichen Hintergründe Bezug genommen.

Filmsequenzen

Was sind Influencer? (1:20 min)

Influencer, Follower, Reichweite? Die Sequenz führt thematisch in den Film ein und klärt die Wortherkunft des Begriffs „Influencer“. Sie regt dazu an, sich mit der Frage nach der täglichen Beeinflussung durch den Konsum der sozialen Medien auseinanderzusetzen.

Influencer-Lifestyle (7:10 min)

Moderatorin Yvonne trifft Justus von „Ju LeX“ und Annika von „Annikazion“ und befragt sie zu ihrem Leben als Influencer. Wie sieht ein typischer Arbeitstag für sie aus? Ist Influencer überhaupt ein richtiger Beruf? Wie stellen sie sich dar? Während Justus auf seinem YouTube-Kanal täglich Videos zu Spielen rund um GTA (Grand Theft Auto) hochlädt, macht Annika Videos im Bereich Comedy.

Influencer in der Gesellschaft

(3:30 min)

Junge Menschen sind im Durchschnitt fünf Stunden täglich online und damit die wichtigste Zielgruppe der Influencer. Die Bereiche, die Influencer mit ihren Posts und Videos abdecken, sind groß. Ob neueste Style-, Food- oder Reisetrends, Gaming, Musik und Politik: Nichts ist unmöglich. Auch Randgruppen finden in den sozialen Medien ein großes Publikum. Besonders für die Werbeindustrie spielen die Influencer eine große Rolle, denn sie können mit ihren Empfehlungen ihre Community stark beeinflussen.



Beauty und Gaming – Rollenklischees (4:50 min)

Mädchen machen nur Beauty, Jungs nur Technik und Spiele. Was ist tatsächlich dran an den Klischees über Influencer? Das fragen wir zunächst Annika und Justus. Aber auch die Wissenschaft interessiert sich für das Image, welches YouTube- und Instagram-Stars von sich kreieren. Eine Studie der MaLisa Stiftung hat herausgefunden, dass von den 100 bekanntesten YouTube-Stars nur ein Drittel weiblich ist. Zudem agieren diese thematisch eher eingeschränkt: Make-up, Mode und Do-it-yourself. Warum das so ist und wie das die Follower beeinflusst, erklärt die Medienwissenschaftlerin Dr. Maya Götz.

Werbung – Die Einfluss-Reichen (7:00 min)

Auch wenn man es häufig nicht auf den ersten Blick erkennt: Werbung spielt auf YouTube und Co. eine enorme Rolle. Dabei existieren ganz unterschiedliche Formen der Werbung. Welche Arten es gibt und wie diese gekennzeichnet werden müssen, wird in dieser Sequenz von der Rechtsexpertin Dr. Christina-Maria Leeb erklärt. Die Schülerinnen und Schüler sollen dadurch in ihrer täglichen Mediennutzung sensibilisiert werden und erkennen, wann es sich bei den konsumierten Beiträgen eigentlich um Werbebotschaften handelt und wann nicht.



Grafiken: Influencer – Daten und Fakten

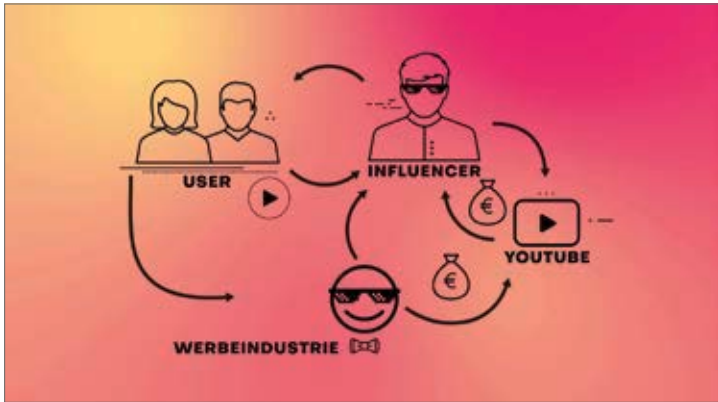
Sieben Grafiken geben Hintergrundinformationen zu Influencern und deren Wirkmächtigkeit. Dabei werden u. a. Zahlen zur thematischen Ausrichtung, Werbung und dem sozialen Hintergrund der Betreiber der Top-100-YouTube-Kanäle in Deutschland sowie zur Beeinflussung von Geschlechterstereotypen durch Influencer geliefert.

Bezug zu Lehrplänen und Bildungsstandards

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen den Begriff und das Arbeitsfeld eines Influencers;

- nehmen die Einflussnahme der Influencer auf Entscheidungen der Mediennutzer in verschiedenen Bereichen (z. B. Mode, Beauty, Reise, Gaming, DIY, Unterhaltung) wahr;
- erkennen die Eingebundenheit der Influencer in den Kontext des Medienrechts, der Medienunternehmen und der Werbeindustrie, erkennen die Arbeit als Erwerbsarbeit und leiten daraus Folgen für die Authentizität eines Postings ab;
- hinterfragen die vorherrschenden Stereotypen in der Themenwahl von männlichen und weiblichen Influencern;
- beschreiben den Alltag eines Influencers und seine Herausforderungen und Chancen.



Didaktische Hinweise

Der Film beleuchtet das Phänomen Influencer von verschiedenen Blickwinkeln in fünf abgeschlossenen Sequenzen. Er kann in seiner gesamten Länge, aber auch nur in Einzelsequenzen gezeigt werden. Die Arbeit mit dem Gesamtfilm bietet sich insbesondere für einen Überblick über das Phänomen der Influencer und den Versuch einer Einordnung in die heutige Gesellschaft an, da es dazu nötig ist, alle Akteure der Medienszene zu Wort kommen zu lassen.

Die Arbeit mit einzelnen Sequenzen dient dagegen der Vertiefung einzelner Themen. So liefert die Sequenz „Influencer-Lifestyle“ Informationen zu Herausforderungen und Chancen der Alltagswelt

der Influencer und kann zur Vertiefung des Themas dienen. Die Sequenz „Influencer in der Gesellschaft“ bietet einen Überblick über die Rolle der Influencer für ihre jugendlichen Follower sowie für die Medienindustrie. „Beauty und Gaming – Rollenklischees“ thematisiert die immer noch häufig stereotypen Zuschreibungen der Themen der Influencer. Diese Sequenz kann zur Reflexion eigener Rollenbilder anregen. Die letzte Sequenz „Werbung – Die Einfluss-Reichen“ ermöglicht einen Überblick über verschiedene Werbeformen und bietet Gesprächsanregungen zur Sensibilisierung der Schülerinnen und Schüler für die Unterscheidung von Werbung und Realität in ihrer eigenen täglichen Mediennutzung. Den einzelnen Sequenzen ist mindestens



ein Arbeitsblatt zugeordnet, um den jeweiligen Themenschwerpunkt fokussiert aufgreifen zu können. Die Aufträge orientieren sich teils an den Inhalten des Films, führen aber auch darüber hinaus. Mehrfach ist dabei die Bearbeitung sowohl in Einzel- als auch in Partner- oder Gruppenarbeit möglich. Dabei sind die Arbeitsblätter teilweise auch unabhängig von den Filmsequenzen verwendbar.



Die Produktion kann im Rahmen der folgenden Themenschwerpunkte eingesetzt werden:

- Beeinflussung in den sozialen Medien
- Arbeitsweise und Alltag der Influencer
- Influencer und ihre Rolle für die Gesellschaft
- Vorbildfunktion von Influencern
- Rollen- und Geschlechterstereotype in den sozialen Medien
- Werbung und Werbearten in den sozialen Medien

Arbeitsblatt

46 / 55 11429 Traumjob Influencer?!

Arbeitsblatt 3

Name:

Klasse:

Steckbrief „Influencer“



1. Ergänze den Steckbrief:

a) Bedeutung der Bezeichnung „Influencer“:

b) Ziele:

c) Arten von Influencern:

d) Typische soziale Netzwerke, in denen Influencer unterwegs sind:

e) Bevorzugte Zielgruppe:

f) Beispiele für Influencer in Deutschland:

g) So verdienen Influencer Geld:



Bilder: © FWU Institut für Film und Bild



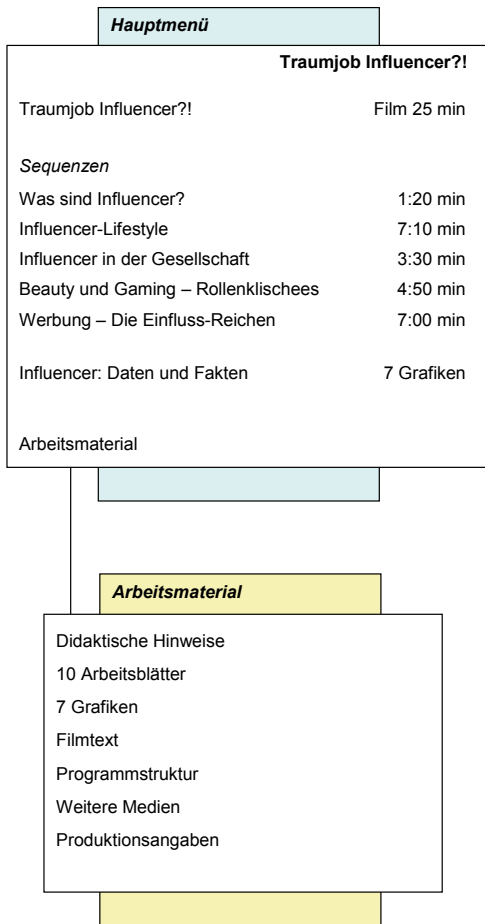
Arbeitsmaterial

Als Arbeitsmaterial steht Ihnen im ROM-Teil ein umfangreiches Angebot an ergänzenden Materialien zur Verfügung (siehe Tabelle). Die Arbeitsblätter liegen als PDF- und Word-Dateien vor.

Die **Word-Dateien** können bearbeitet und so individuell an die Unterrichtssituation angepasst werden.

Ordner	Materialien
Didaktische Hinweise	Hinweise zum Einsatz des Films, der Filmsequenzen und zu den ergänzenden Arbeitsmaterialien
Arbeitsblätter (mit Lösungen)	<ol style="list-style-type: none">1) Influencer – Traumjob oder Flop?2) „Speeddating“: Expertentipps3) Steckbrief „Influencer“4) Traumjob Influencer?5) Das perfekte Foto?6) Zwei Welten?7) Fakten – Fakten – Fakten8) Rollenbilder9) Auf geheimer Mission? – Wie YouTuber Geld verdienen10) Werbung – zwischen Fakt und Fiktion
7 Grafiken	Influencer: Daten und Fakten
Filmtext	Filmtext als PDF-Dokument
Programmstruktur	Übersicht über den Aufbau der DVD
Weitere Medien	Informationen zu ergänzenden FWU-Medien
Produktionsangaben	Produktionsangaben zur DVD und zum Film

Programmstruktur



Produktionsangaben

Traumjob Influencer?! (DVD)

Produktion

FWU Institut für Film und Bild, 2019

DVD-Konzept

Dr. Anja Schöbel

DVD-Authoring und Design

TV Werk GmbH
im Auftrag des FWU Institut für Film und Bild,
2019

Bildnachweis

© FWU Institut für Film und Bild
© Adobe Stock

Arbeitsmaterial

Dr. Elisabeth Lorenz

Pädagogische Referentin im FWU

Dr. Anja Schöbel

Produktionsangaben zum Film

„Traumjob Influencer?!“

Produktion

Enrico Pallazzo Medienmanufaktur UG

im Auftrag des

FWU Institut für Film und Bild, 2019

Buch

Anika Tietze

Kamera

Adam Beyer
Ralf Schweinböck
Sandra Schmidt

Ton

Paul Kuchler
Moritz Kilgenstein

Schnitt

Igor
Jan Keller

Animationen

Maurice van Brast

Protagonisten

Yvonne Holzwart
Ju LeX
Annikazion
Maxi Pichlmeier
Dr. Maya Götz
Dr. Christina-Maria Leeb

Redaktion FWU

Dr. Anja Schöbel

Nur Bildstellen/Medienzentren:
öV zulässig

© 2019

FWU Institut für Film und Bild
in Wissenschaft und Unterricht
gemeinnützige GmbH
Geiseltalsteig
Bavariafilmplatz 3
D-82031 Grünwald
Telefon (089) 6497-1
Telefax (089) 6497-240
E-Mail info@fwu.de
vertrieb@fwu.de
Internet www.fwu.de

Traumjob Influencer?!

Täglich umspülen uns die Medien mit Bildern von scheinbar makellosen Menschen. Gerade Jugendliche sind davon in ihrer Identitätsbildung nachhaltig beeinflusst. Was man zu tragen, zu essen hat und wohin man in den Urlaub fährt, definieren für die Generation Z mittlerweile maßgeblich Influencer und ihre YouTube-Kanäle bzw. Instastories. Die Produktion zeigt, was Influencer eigentlich sind, wie sie ihr Geld verdienen und wie sie ihre Follower beeinflussen. Auch die verschiedenen Arten der Werbung, die durch YouTube-Stars und Co. in den sozialen Medien vertrieben werden und die nicht gleich als solche zu erkennen sind, werden vorgestellt.

	Laufzeit	25 min
	Klasse	8–13
	Sprache	DE
	Film	1
	Filmsequenzen	5
	Arbeitsblätter	10
	Grafiken	7

Kompetenzerwerb:

Die Schülerinnen und Schüler

- › kennen den Begriff und das Arbeitsfeld eines Influencers;
- › nehmen die Einflussnahme der Influencer auf Entscheidungen der Mediennutzer in verschiedenen Bereichen (z. B. Mode, Beauty, Reise, Gaming, DIY, Unterhaltung) wahr;
- › erkennen die Eingebundenheit der Influencer in den Kontext des Medienrechts, der Medienunternehmen und der Werbeindustrie;
- › hinterfragen die vorherrschenden Stereotypen in der Themenwahl von männlichen und weiblichen Influencern.

Ausführliche didaktische Hinweise finden Sie im Arbeitsmaterial.

Themen	Klasse 8–13
Beeinflussung in den sozialen Medien	✓
Arbeitsweise und Alltag der Influencer	✓
Influencer und ihre Rolle für die Gesellschaft	✓
Rollen- und Geschlechterstereotype in den sozialen Medien	✓
Werbung und Werbearten in den sozialen Medien	✓

Lehrprogramm
gemäß
§ 14 JuSchG und
§ 60b UrhG

GEMAFREI



FWU Institut für Film und Bild
in Wissenschaft und Unterricht gGmbH

Bavariafilmplatz 3 | 82031 Grünwald | Telefon +49 (0)89-6497-1
Telefax +49 (0)89-6497-240 | info@fwu.de | www.fwu.de

www.fwu-shop.de
Bestell-Hotline: +49 (0)89-6497-444
vertrieb@fwu.de

Das Medieninstitut
der Länder

