

## Handreichung

### Teil 2: Werbefinanzierte Plattformen: Wie hängen das Geschäftsmodell, Funktionen und die Interessen der Nutzer/-innen zusammen?

#### Medienkompetenzen

- Medienerfahrungen weitergeben und in kommunikative Prozesse einbringen,
- Inhalte in verschiedenen Formaten bearbeiten, zusammenführen, präsentieren und veröffentlichen oder teilen (z.B. Konzeptschaubild, Mockups),
- Anforderungen an digitale Werkzeuge formulieren,
- Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten kennen und bewerten,
- Vielfalt der digitalen Medienlandschaft kennen,
- eigenen Mediengebrauch reflektieren,
- Vorteile und Risiken von Services im Internet analysieren und beurteilen.

Nach: Kultusministerkonferenz (2017), Kompetenzen in der digitalen Welt<sup>1</sup>

#### Bezüge zu Fächern und Inhaltsfeldern

##### Politik & Gesellschaft

- Unterschiedliche Bedürfnisse, Interessen und Ziele von Akteuren erkennen,
- Gesellschaftliche, politische und ökonomische Strukturen und ihre Wirkungen analysieren,
- Konflikte: Ursachen und Lösungsmöglichkeiten,
- Die Rolle von Medien und ihre Auswirkungen auf Politik und Gesellschaft untersuchen,
- Chancen und Risiken durch digitale Plattformen und soziale Netzwerke abwägen.

<sup>1</sup> Kompetenzen in der digitalen Welt: Kompetenzbereiche. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8. Dezember 2016. Online unter:

[https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/PresseUndAktuelles/2017/KMK\\_Kompetenzen\\_-\\_Bildung\\_in\\_der\\_digitalen\\_Welt\\_Web.html](https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/PresseUndAktuelles/2017/KMK_Kompetenzen_-_Bildung_in_der_digitalen_Welt_Web.html) (Stand: 15.06.2022)

## Wirtschaft

- Differenzierte Urteilsbildung anhand von wirtschaftlichen Kriterien wie Kosten, Nutzen, Interessen aus verschiedenen Perspektiven (Konsumenten/Produzenten, politische Akteure),<sup>1</sup>
- Funktionsweisen von Märkten und Monopolen.

## Deutsch<sup>2</sup>

- In verschiedenen Medien recherchieren und wesentliche Ergebnisse festhalten

## Voraussetzungen

Lernniveau / Altersgruppe: empfohlen ab Klassenstufe 9/10

### Technische Ausstattung

- Mobile Geräte für alle Gruppen / Partner; eigene Geräte nutzbar (BYOD)
- Präsentationstechnik (Beamer o.Ä.)
- Internet für alle Gruppen / Partner

---

<sup>1</sup> Vgl. z.B. Niedersachsen: [Niedersächsisches Landesinstitut für Qualitätsentwicklung \(2020\): Curriculare Vorgaben für allgemein bildende Schulen und berufliche Gymnasien. Gesellschaftslehre](#)

<sup>2</sup> [Niedersächsisches Landesinstitut für Qualitätsentwicklung \(2020\): Curriculare Vorgaben für allgemein bildende Schulen und berufliche Gymnasien. Deutsch](#)

## Unterrichtsverlauf

Einstieg	Plenum, Brainstorming, Diskussion
<p><b><u>Ergebnis:</u></b> Funktionen von Social Media &amp; Suchmaschinen</p> <p><b><u>Materialien:</u></b> Zitate, Beamer, Whiteboard, Pinnwand o. Ä.</p>	<p>Die Lehrkraft stellt die Leitfrage für den Unterricht vor: Warum ist es wichtig, wie digitale Plattformen ihr Geld verdienen?</p> <p>Sie stellt die Frage: „Wofür sind soziale Netzwerke und Suchmaschinen gut? (Was sind ihre Funktionen?)“ Sie fordert die SuS auf, in einem kurzen Brainstorming Vorschläge zu nennen.</p> <p>Die Beiträge werden in Form einer Mindmap für alle sichtbar gesammelt (Stichworte), getrennt in zwei Bereichen: „Soziale Netzwerke (z.B. Instagram)“ und „Suchmaschinen (z.B. Google)“.</p>
<p><b>s.o.</b></p>	<p>Dann stellt die Lehrkraft Zitate vor, welche die Rolle dieser Plattformen aus verschiedenen Perspektiven beschreiben. Geeignete Zitate sind in den <a href="#">Materialien</a> enthalten. Beispiele zu Google:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Unsere Mission: Die Informationen dieser Welt organisieren und allgemein zugänglich und nutzbar machen.“ (Google)</li> <li>• „Nutzer suchen auf Google, wenn sie etwas unternehmen, einkaufen oder sich orientieren möchten. (...) Eine Anzeige im richtigen Moment kann aus Nutzern Kunden machen.“ (Google)</li> <li>• "Das Geschäftsmodell (...) ist, uns Werbeanzeigen zu zeigen. Die großartige Möglichkeit, uns zu vernetzen, wird dadurch gemindert, dass die Social-Media-Konzerne Geld verdienen, indem sie uns überwachen und gigantische Datenmengen über uns sammeln. Sie verkaufen unsere Aufmerksamkeit an jeden, der dafür bezahlt. Vor allem auf Facebook priorisiert der Algorithmus die Beiträge so, dass wir länger in der App bleiben. Das bedeutet oft, dass Dinge bevorzugt werden, die</li> </ul>

	<p>empörend sind, manchmal auch Dinge, die süß sind. Und nicht die Dinge, die wir bewusst wählen würden.“ (Zeynep Tufekci, Soziologin)<sup>3</sup></p> <p>SuS werden aufgefordert, folgende Fragen zu diskutieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Um welche Funktionen geht es in den Zitaten?</li> <li>• Von wem stammen die Äußerungen?</li> <li>• Wie unterscheidet sich die Perspektive davon, wie ihr (wie Nutzer/-innen) die Plattform seht und worin stimmen sie mit Eurer Sicht überein?</li> </ul> <p>Die Beiträge werden in die Mindmap eingetragen (Stichworte) und geclustert nach den verschiedenen Perspektiven (Nutzer/-innen, Werbekunden, Politik/Gesellschaft).</p>
<b>Arbeitsphase / Versuch</b>	<b>Partner- / Gruppenarbeit im Unterricht</b>
<p><u>Ergebnis:</u> (digitale) Doku</p> <p><u>Materialien:</u> Checkliste Endgeräte für SuS, Netzzugang</p>	<p>Die SuS untersuchen ausgewählte digitale Plattformen. Sie erhalten den Auftrag, eine Konzeptskizze zum Zusammenhang zwischen Design/Funktion, Interessen der Nutzer/-innen und Interessen der Plattform-Anbieter zu erstellen.</p> <p>Untersucht werden sollten die Suchmaschine Google und ggf. Bing sowie Social Networking-Plattformen und Apps, welche die SuS selbst nutzen (z.B. Instagram, Games).</p> <p>Arbeitsaufträge für die SuS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentiert, wie sich Werbung auf Gestaltung und Funktionen auswirkt. Fertigt z.B. Screenshots von Werbung oder Sponsored Posts an. (Beispiele siehe <a href="#">Beispiele in der Bildergalerie im Hintergrundtext</a>)</li> <li>• Überlegt, welche Interessen es bei der Gestaltung der</li> </ul>

<sup>3</sup> [Niedersächsisches Landesinstitut für Qualitätsentwicklung \(2020\): Curriculare Vorgaben für allgemein bildende Schulen und berufliche Gymnasien. Deutsch](#)

	<p>App/Plattform und ihrer Funktionen gibt. Stellt zu einem der Beispiele dar, wie die folgenden Gruppen es bewerten: Nutzer/-innen, Werbekunden, Plattform-Anbieter, Politik/Gesellschaft.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellt die Konzeptskizze unter Verwendung eurer Notizen und Screenshots.</li> </ul>
<p><b>Bewertung / Abschluss</b></p>	<p><b>Plenum, Präsentation, Diskussion</b></p>
	<p>Die SuS stellen ihre Ergebnisse vor.</p> <p>Die Lehrkraft verweist auf die zu Beginn der Einheit gesammelten Beiträge zu Funktionen und Erwartungen der Nutzer/-innen.</p> <p>Sie fordert die Schüler/-innen zu einem Gedankenexperiment auf: Überlegt, wie die Plattformen aussehen könnten, wenn die Anbieter nur ihre Einnahmen maximieren wollten, aber nicht mehr an die Interessen der Nutzer/-innen denken würden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschreibt, wie die Anbieter ihre Plattform gestalten und Werbung präsentieren könnten.</li> <li>• Vergleicht diese Möglichkeit mit den Interessen der Nutzer/-innen.</li> <li>• Benennt mögliche Widersprüche.</li> </ul> <p>Zum Abschluss wird die gesellschaftliche Dimension diskutiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellt dar, was die geschäftlichen Interessen von werbefinanzierten Plattformen für die Gesellschaft insgesamt bedeuten könnten.</li> <li>• Erläutert Möglichkeiten, die widersprüchlichen Interessen zu vereinbaren.</li> <li>• Bewertet Alternativen zu Werbung als Geschäftsmodell, zum Beispiel das Erheben von Gebühren für die Nutzung. Berücksichtigt dabei Vor- und Nachteile aus Sicht der Nutzer/-</li> </ul>

	innen und der anderen Interessengruppen.
<b>Optional</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Digitales Projekt: Die „ideale“ Plattform entwerfen (Mockups)</li><li>• SuS untersuchen im Anschluss Plattformen / Dienste mit alternativen Geschäftsmodellen, z.B. DuckDuckGo, und vergleichen sie mit den werbefinanzierten Plattformen.</li></ul>