

IN DIESEM HEFT GEHT ES UM

SOCIAL MEDIA UND WERBUNG

Seiten 7-9

INTERESSANTE FAKTEN RUND UM SOCIAL MEDIA

Seiten 4-6 | 7-9 | 12-15 | 23-24

SOCIAL MEDIA UND DEINE DATEN

Seiten 16-17

CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN VON SOCIAL MEDIA

Seiten 12-15

DEINE EIGENE MEINUNG ZU SOCIAL MEDIA

Seiten 10-11 | 17 | 18-21



Wie wirkt das Titelbild auf dich?

Was verbindest du mit Social Media?

Um beim Schreiben alle Geschlechter zu berücksichtigen, nutzen wir in diesem Heft den Unterstrich „_“ und schreiben zum Beispiel: Freund_innen.



Alle wollen meine Make Up-Tipps sehen (...). Also will ich einfach Tutorials machen und zeigen, was ich benutze, weil ich das Gefühl habe, dass die Leute daran wirklich interessiert sind.

← Kylie Jenner

ist Reality-TV-Star und Influencerin. Auf Instagram hat sie über 350 Millionen Follower.

Das Zitat stammt aus diesem Artikel:



Viele Influencer haben komischerweise jeden Tag ein neues Lieblingsprodukt, das sie empfehlen möchten.

Marvin Wildhage →



ist ein erfolgreicher YouTuber und Moderator. Er möchte Nutzer_innen dafür sensibilisieren, kritisch zu betrachten, was sie im Internet sehen.

Das Zitat stammt aus diesem Interview:



Weißt du Bescheid?

WELCHE ANTWORTEN SIND RICHTIG? DIE AUFLÖSUNG FINDEST DU AM ENDE DES HEFTS.

Kreuze die richtigen Antworten in den Kreisen an.

1



WELCHES ZIEL VERFOLGEN SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN?

- A Du sollst so viel Zeit wie möglich auf der Plattform verbringen
- B Du sollst ein_e erfolgreiche_r Influencer_in werden
- C Du sollst mindestens 5 Produkte kaufen, von denen du Werbung bekommst

2

AB WELCHEM ALTER DARF MAN TIKTOK UND INSTAGRAM NUTZEN?

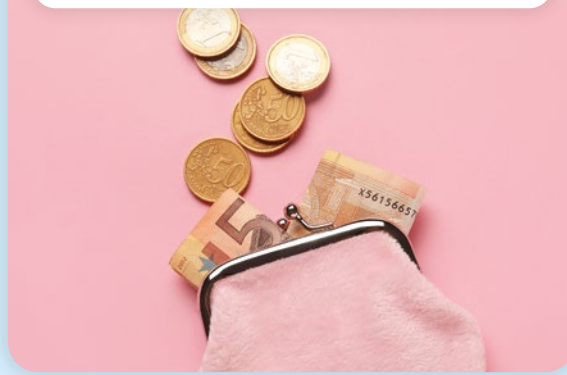
- A 6 Jahre
- B 13 Jahre
- C 16 Jahre



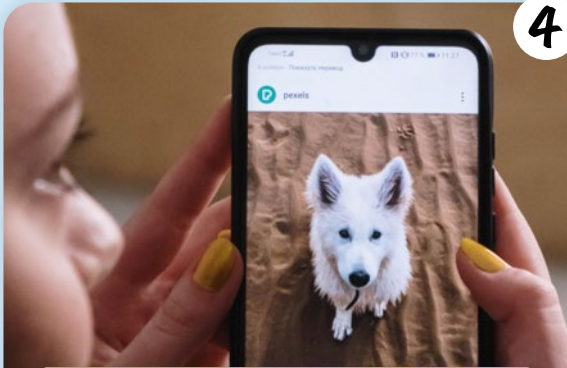
3

INFLUENCER_INNEN VERDIENEN IHR GELD AUF SOCIAL MEDIA MEISTENS DURCH ...

- A Produktplatzierungen
- B Spenden
- C Gewinnspiele



4



WIE VIELE BEITRÄGE GIBT ES BIS HEUTE AUF INSTAGRAM MIT DEM HASHTAG #HUND?

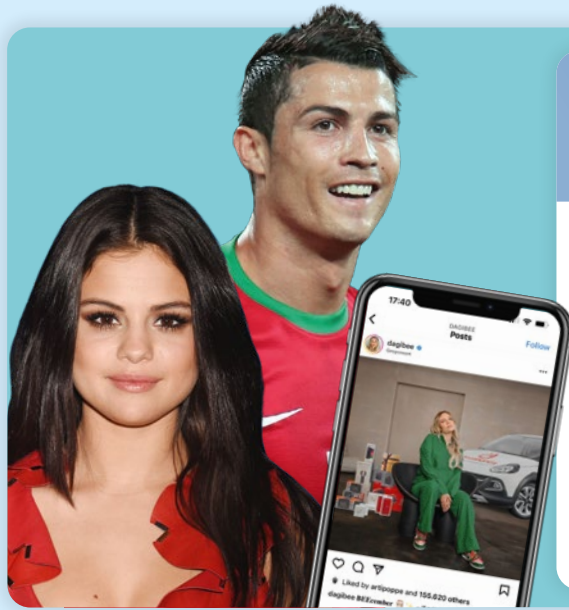
- A 4,7 Millionen Beiträge
- B 11,2 Millionen Beiträge
- C 14,9 Millionen Beiträge

5



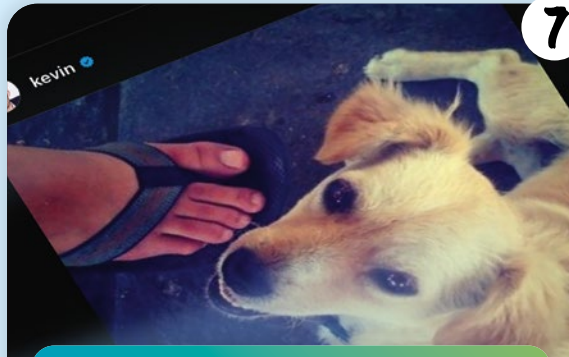
WAS IST „META“?

- A Ein neues Computerspiel
- B Eine neue Social-Media-Plattform
- C Ein amerikanisches Technologieunternehmen



6
WER HAT DIE MEISTEN FOLLOWER_ INNEN AUF INSTAGRAM?

- A Cristiano Ronaldo
- B Instagram (selbst)
- C Selena Gomez



7

WANN WURDE AUF INSTAGRAM DAS ERSTE FOTO HOCHGELADEN?

- A 2010
- B 2011
- C 2008

8
IST WHATSAPP EINE SOCIAL-MEDIA-PLATTFORM?

- A Ja, denn man kann sich vernetzen und austauschen
- B Nein, denn es gibt keine Kommentarfunktion und keine öffentlichen Profile (wie z. B. bei Instagram und TikTok)

Die Lösungen findest du ganz hinten im Heft!

WERBEKENNZEICHNUNG

SUCHBILD

WARUM WERBUNG?

Social-Media-Plattformen sind für viele Influencer_innen wie Arbeitsplätze. Durch die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Firmen verdienen Influencer_innen ihr Geld auf diesen Plattformen. Meistens bewerben sie Produkte, damit Follower_innen davon überzeugt werden, diese Produkte zu kaufen.

WAS MUSS GEKENNZEICHNET WERDEN?

Grundsätzlich gilt: Besteht eine Zusammenarbeit mit einer Firma oder einem Produkt, muss dies gekennzeichnet werden. Dabei ist es egal, ob Influencer_innen ein Produkt kostenlos zur Verfügung gestellt bekommen oder für die Werbung direkt bezahlt werden.

WIE WIRD GEKENNZEICHNET?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten eine Werbung zu kennzeichnen. Vielleicht ist dir schon einmal auf Instagram, Facebook oder TikTok das Wort „Gesponsert“ oberhalb eines Posts oder einer Story begegnet? Oder die Hashtags #Werbung oder #Anzeige? Manche Influencer_innen haben in der Vergangenheit die Hashtags zwischen vielen anderen Hashtags versteckt, um die Werbung nicht direkt erkenntlich zu machen. Das ist rechtlich problematisch, denn Werbung jeglicher Art muss sofort ersichtlich sein.

Du hast bestimmt mal den Hashtag #unbezahlteWerbung gelesen. Der Name verrät es schon: Diesen verwenden Influencer_innen meist, wenn sie für ein Produkt werben, aber dafür nicht direkt bezahlt werden. Entweder haben sie sich das Produkt selbst gekauft oder es wurde ihnen kostenlos zugeschickt. In jedem Fall ist eine Kennzeichnung notwendig, weil es sich auch um eine Art von Werbung handelt.



* Hast du's erkannt? Hier kannst du Elemente notieren, die in diesem Instagram-Post mit Werbung zusammenhängen.

GESPONSERT

GESPONSERT: Die Kennzeichnung „Gesponsert“ unterhalb des Profilnamens weist darauf hin, dass der oder die Influencer_in für diesen Beitrag mit einer Firma zusammenarbeitet und dafür Geld oder eine Gegenleistung erhält. Die Entlohnung hängt von der Reichweite des Accounts und des Bekanntheitsgrades ab.



BIST DU ECHT?

BLAUER HAKEN: Diese besondere Kennzeichnung bekommen Profile von Persönlichkeiten, die in der Öffentlichkeit stehen oder eine hohe Reichweite haben. Der Account wurde durch die Plattform geprüft. Das Symbol kann hilfreich sein, um zu überprüfen, ob die Informationen, die du auf Social Media liest, von vertrauenswürdigen Quellen stammen.

PRODUKTE, PRODUKTE, PRODUKTE

ART DER PRODUKTE: Bei einer Werbekooperation stehen die Produkte, die beworben werden, im Vordergrund. Meistens sind sie zentral im Bild positioniert. Produkte müssen aber nicht immer auf den ersten Blick sichtbar sein. Es gibt zum Beispiel auch Kooperationen mit Reiseunternehmen, Restaurantketten oder Freizeitaktivitäten.

ACHTUNG, WERBUNG!

KENNZEICHNUNGSPFLICHT: Influencer_innen sind verpflichtet, ihre Posts und Stories zu kennzeichnen, wenn sie Produkte zugeschickt bekommen haben oder dafür bezahlt werden.

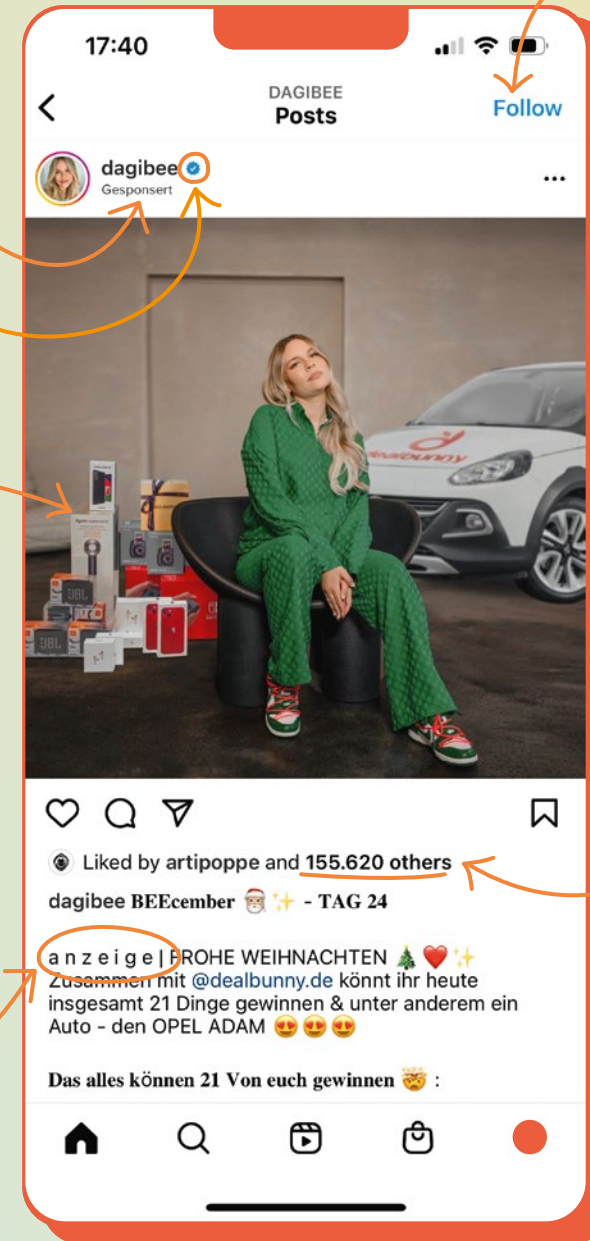
Wusstest du schon, dass viele Social-Media-Plattformen klare Verhaltensregeln auf ihren Plattformen haben?

Instagram-Gemeinschaftsrichtlinien:

Hilf uns dabei, dass Instagram frei von Spam bleibt: Versuche nicht, künstlich „Gefällt mir“-Angaben, Abonnenten oder geteilte Inhalte zu sammeln, poste nicht wiederholt dieselben Kommentare oder Inhalte und kontaktiere Menschen nicht ohne ihre Einwilligung wiederholt für kommerzielle Zwecke. Biete kein Geld oder keine geldwerten Geschenke als Gegenleistung für „Gefällt mir“-Angaben, Abonnenten, Kommentare oder sonstige Interaktionen an. ①

TikTok-Gemeinschaftsrichtlinien:

Wir untersagen jegliche Versuche, die Mechanismen der Plattform zu manipulieren, um die Interaktionszahlen zu steigern. ②



GEWINNE, GEWINNE, GEWINNE

GEWINNSPIELE/VERLOSUNGEN: Gewinnspiele sind sehr beliebt bei Influencer_innen. Dabei verlosen sie vor allem Markenprodukte (zum Beispiel von Apple, Nintendo, Gucci...). Um teilzunehmen, musst du aber meistens bestimmte Bedingungen erfüllen, wie zum Beispiel dem Account folgen, den Beitrag liken oder kommentieren. Dadurch erhöhen die Influencer_innen massiv ihre Kennzahlen (Follower_innen, Interaktion, Likes-Zahlen) und dadurch wieder ihren Wert bei zukünftigen Kooperationen mit Firmen. Gewinnspiele unter diesen Voraussetzungen sind laut den Richtlinien von Instagram aber nicht gern gesehen. Influencer_innen bewegen sich hier in einer Grauzone.

JE MEHR, DESTO BESSER

LIKES, KOMMENTARE, SHARES: Interaktionen sind die Währung für Influencer_innen. Dadurch bestimmt sich ihr Wert für Firmen und Kooperationen. Jegliche Art von Interaktion (Likes, Kommentare, Follower_innen, Shares) ist für den Wert von Influencer_innen von Bedeutung. Diese Kennzahl nennt man übrigens Engagementrate.

③

Findest du es gut, dass Werbung auf Social-Media-Plattformen gekennzeichnet werden muss? Hast du dich bei deinen Kaufentscheidungen schon einmal von Influencer_innen beeinflussen lassen? An welchen Influencer_innen orientierst du dich besonders und an welchen weniger? Warum ist das so?

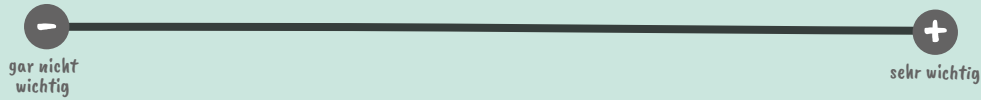


EMOJI BAROMETER

WIE NUTZT DU SOCIAL MEDIA? WAS IST DIR WICHTIG, WORAUF KANNST DU AUCH MAL VERZICHTEN? KANNST DU DICH IN DIE UNTERSCHIEDLICHEN SITUATIONEN HINEINVERSETZEN?

Auf der Skala kannst du mithilfe der beigelegten Emoji-Sticker bewerten, wie du zu den Aussagen stehst. Suche einfach ein für dich passendes Emoji zur Frage aus und klebe es auf die Skala. Hier gibt es kein Richtig und kein Falsch! Wenn du unsicher bist oder ganz andere Gedanken dazu hast, kannst du auch das Kommentarfeld nutzen.

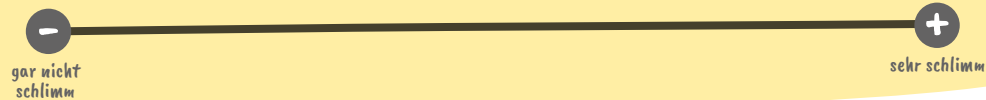
1 Ich habe nichts zu verbergen, mein Insta-Profil* ist öffentlich.
Wie wichtig ist dir deine Privatsphäre im Netz?



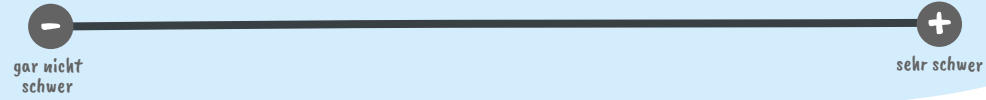
2 Mein letzter Post auf Facebook* hat nicht so viele Likes bekommen, wie ich gehofft habe.
Wie sehr lässt du dich von Likes beeinflussen?



3 Mein TikTok-Profil* ist plötzlich offline!
Wie schlimm wäre es, wenn deine Social-Media-Profile plötzlich gesperrt wären?



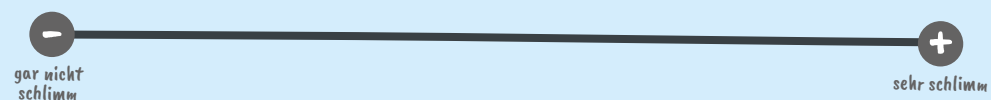
4 Mein Datenpaket ist leer und ich muss eine Woche auf Social Media verzichten.
Wie schwer würde dir eine Social-Media-Pause fallen?



5 Infos aus meinem Twitch-Account* sind plötzlich öffentlich im Netz zu finden.
Wie wichtig ist es dir, Kontrolle über deine Daten zu haben?



6 Ich komme in der Schule an und ich stelle fest: Handy zu Hause vergessen!
Wie schlimm wäre ein Tag ohne Handy für dich?



7 Ich bekomme über Tiktok* ein richtig cooles Video, das ich am liebsten sofort weiterleiten würde. Ich habe aber gar keine Ahnung, wer dahintersteckt.
Achtest du bei Nachrichten, Videos oder Bildern, die dich über Social Media erreichen, auf die Quelle und den oder die Urheber_in?



*Kein Twitch-Profil? Kein Insta? Kein Facebook? Kein Problem, die genannten Plattformen sind nur Beispiele und beliebig austauschbar.

WEITERE KOMMENTARE?

HIER ÖFFNEN ...

CHANCEN, HERAUSFORDERUNGEN ODER DOCH NUR NACHTEILE?

In vielen Situationen hilft Social Media enorm, in anderen kann Social Media auch ganz schön nerven!

CYBERMOBBING

Das war doch nicht so gemeint!

Wusstest du, dass Cybermobbing seit 2016 strafrechtlich verfolgt werden kann? Unter Cybermobbing versteht man beleidigendes und aggressives Verhalten gegenüber einer Person im Netz. Das können zum Beispiel beleidigende Textnachrichten sein, Anrufe oder erniedrigende Bilder oder Videos.

Du willst wissen, was man gegen Cybermobbing tun kann?

Jasmin von Juuport e.V., einer Organisation, die sich gegen Cybermobbing einsetzt, gibt in diesem Interview Tipps:

Juuport e.V. gibt Tipps und bietet Betroffenen Beratungsmöglichkeiten: www.juuport.de/beratung

Es gibt auch andere Beratungsstellen, an die du dich wenden kannst. Eine davon ist die Nummer gegen Kummer. Expert_innen beraten dich online und am Telefon, wenn du dich mit deinen Problemen alleine fühlst: www.nummer-gegenkummer.de



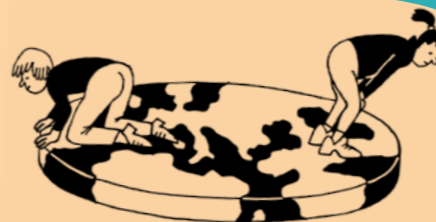
DESINFORMATION / FAKE NEWS

Fake oder Real?

Corona gibt es gar nicht! Die Erde ist eine Scheibe! Vielleicht hast du diese Sätze schon einmal gehört? Diese seltsamen Theorien findet man tatsächlich auf Social Media. Das Problem dabei: Einige Nutzer_innen glauben den Accounts, obwohl die Informationen erlogen oder in einen falschen Zusammenhang gesetzt sind.

Manchmal ist es gar nicht so leicht zwischen echt und fake zu unterscheiden. Kannst du das? Dann probiere mal den Faktenchecker aus:

Darf ich eigentlich alles posten? Meinungsfreiheit - ja klar! Beleidigungen oder sogar Hassrede im Netz - nein! Dazwischen liegt manchmal ein schmaler Grat. Hier ist verantwortungsvolles Handeln gefragt. Nicht nur von jedem selbst, sondern auch von den Plattformbetreiber_innen (z. B. Beiträge zu entfernen oder Accounts zu löschen) und der Politik, rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen.



FILTERBLASEN

Du hast das Katzenbild deiner Freundin gelikt und bekommst nun immer häufiger Katzenbilder angezeigt? Das ist ein klassischer Fall von einer sogenannten Filterblase.

Die Algorithmen auf Instagram und Co. merken sich, was du likest, wie lange du ein Bild anschaust, welche Story du mit deinen Freund_innen teilst und wem du folgst.

So bildet sich deine eigene kleine Informationsblase mit deinen Interessen und Vorlieben. Jetzt denkst du vielleicht:

Hey, super, ich sehe nur noch das, was mich interessiert! An sich alles kein Problem, aber hier lauern auch Gefahren. Denn Filterblasen zeigen dir immer wieder dieselben oder ähnliche Inhalte und es besteht die Gefahr, dass du andere Inhalte aus den Augen verlierst.

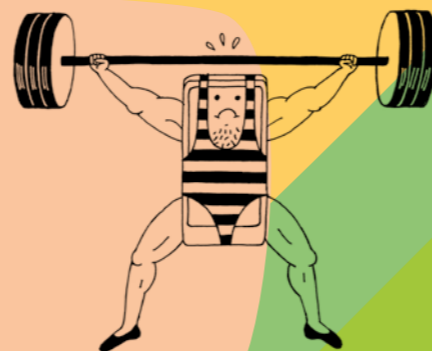
Bei niedlichen Katzenbildern mag dies lustig und harmlos sein. Handelt es sich aber um politische und gesellschaftliche Themen, kann dies zu einer sehr einseitigen Sicht führen. Das Problem hierbei ist die Parallelwelt, die man sich durch sein Handeln auf Social Media erschaffen kann. Also sei dir deiner Filterblase bewusst.



KÖRPERBILD

My body, my rules // #nofilter

Auf Insta und Co. wirst du ständig mit verschiedenen Körperbildern und -idealen konfrontiert. Filter glätten die Haut, lassen die Augen strahlen und gleichen Nasen- und Wangenknochen an. **Dadurch tragen Social-Media-Plattformen dazu bei, dass sich unsere Körperbilder verändern.** Es gibt aber auch eine Gegenbewegung zu dem idealisierten Körperkult. Unter Hashtags wie #nomakeup, #teambodylove oder #fürmehrrealität auf Instagram werden Bilder hochgeladen, die bewusst echte Körperbilder zeigen.



AKTIVISMUS

Ich setze ein Zeichen!

Sagt dir der Begriff Black Lives Matter (#BLM) etwas? Dies ist ein Beispiel für eine Bewegung, die durch Social Media enorm bekannt geworden ist.

Durch Likes, Teilen und Kommentare erreichte der Hashtag #BLM eine enorme Reichweite. Sehr schnell erfuhren sehr viele Menschen von George Floyd, der im Mai 2020 an den Folgen von Gewalt durch weiße Polizisten starb. Daraufhin vernetzten sich weltweit Menschen unter dem Hashtag #BLM oder #Blacklivesmatter und brachten die online gestartete Bewegung zum Beispiel in Form von Demonstrationen auf die Straße. Kaum denkbar, dass dies auch ohne Social Media möglich gewesen wäre!

Willst du mehr über Black Lives Matter erfahren?

Social Media macht politische Beteiligung sehr einfach möglich. Ohne weiteres Engagement führt Liken oder Teilen aber selten zu Veränderungen im echten politischen Geschehen. Für dieses Phänomen gibt es sogar einen Begriff - Klickivismus. ☹️

Achtung! Auch extremistische Bewegungen benutzen Social-Media-Plattformen, um ihre eigenen Ideale oder auch Fake News zu verbreiten. Und die sind oft gar nicht so leicht zu erkennen.



BILDSCHIRMZEIT

Ich wollte doch nur kurz auf TikTok ...

Eigentlich wolltest du nur kurz an dein Handy, aber plötzlich sind ein paar Stunden vorbei? Das größte Ziel einer Plattform ist es, dich so lange wie möglich zu unterhalten. Denn je länger du wischst, likst und scrollst, desto mehr Daten erzeugst du - und die sind für die Unternehmen hinter den Social-Media-Plattformen sehr wertvoll.

Aber warum verfallst du in einen regelrechten Rausch? Dafür sorgen die Plattformanbieter_innen mit verschiedenen psychologischen Tricks, wie die endlose Timeline, bunte Farben, Push-Benachrichtigungen und Videoschleifen. Einige Wissenschaftler_innen vermuten, dass durch diese psychologischen Tricks dein Belohnungszentrum im Gehirn angeregt wird und Glückshormone ausgeschüttet werden. Eindeutig wissenschaftlich bewiesen ist dies bis heute jedoch nicht.



ZUGANG ZU INFORMATIONEN

Ich frag das Internet!

Auf Social-Media-Plattformen kommen Informationen direkt zu dir. Es gibt unglaublich viele Kanäle, in denen Zusammenhänge verständlich erklärt werden - über deine Schulfächer, Politik oder andere Themen.

Kennst du zum Beispiel den TikTok-Kanal von



VERNETZUNG

Ich schreib dir nachher.

Schnell noch ein Treffen ausmachen? Ein Bild deiner neuen Schuhe rüberschicken? Ein lustiges GIF in der Gruppe teilen? Social Media ermöglicht dir unabhängig von Zeit und Raum mit deinen Freund_innen im Kontakt zu sein. Aber nicht nur mit deinen Freund_innen - sondern auch mit Menschen aus der ganzen Welt.



Was denkst du: Überwiegen eher die Chancen und der Nutzen von Social Media - oder die Probleme und Herausforderungen?

Was kann man tun, um sich vor schlechten Vibes durch Social Media zu schützen? Wie kann man Social Media nutzen, um sich für Themen einzusetzen, die man wichtig findet?

WAS PASSIERT IM INTERNET IN EINER MINUTE?

WAS IST BIG DATA?

Viele unserer täglichen Handlungen im Netz hinterlassen Spuren und werden als Daten verarbeitet und gespeichert. Auf der rechten Seite siehst du, wie unglaublich viele Daten pro Minute im Internet ausgetauscht werden. Wenn wir von solchen großen Datenmengen reden, die gespeichert, verarbeitet und analysiert werden, sprechen wir von Big Data.

WOFÜR WIRD BIG DATA GENUTZT?

Big Data ist für Technologieunternehmen eine wichtige Ressource. Durch deine und andere Daten kann dir zum Beispiel personalisierte Werbung angezeigt werden. Die Unternehmen können durch die Auswertung der Daten nachvollziehen, ob und wie dich ein Produkt angesprochen

hat und sogar voraussagen, ob dich neue Produkte ansprechen werden. Es geht also darum, Daten so zu verarbeiten und zu ordnen, dass deine Interessen und Vorlieben für Unternehmen erkennbar werden, um dann passgenaue Produkte und Verkaufsstrategien zu entwickeln.

WELCHE RISIKEN GIBT ES?

Weißt du, welche Daten von dir im Netz zu finden sind? Es geht nicht nur um deinen Namen bei Instagram oder TikTok. Es reichen schon Metadaten eines Bildes, mit denen Systeme lesen können, wann, wo und mit welcher Art Handy das Bild entstand. Damit kann es auch leicht zu einem Datenmissbrauch kommen. Betrüger_innen könnten deine Identität im Netz stehlen und in deinem Namen Sachen bestellen oder Verträge abschließen.

WIE SCHÜTZE ICH MICH?

Achte in jedem Fall darauf, dass du sorgfältig mit deinen Daten umgehst. Veröffentliche am besten nie deine Adresse und teile nicht ständig deinen Standort. Überprüfe doch mal deine Sicherheitseinstellungen:

Sicherheitseinstellungen (iOS):



Sicherheitseinstellungen (Android):



Ist dein TikTok Account geschützt? Check es mal:

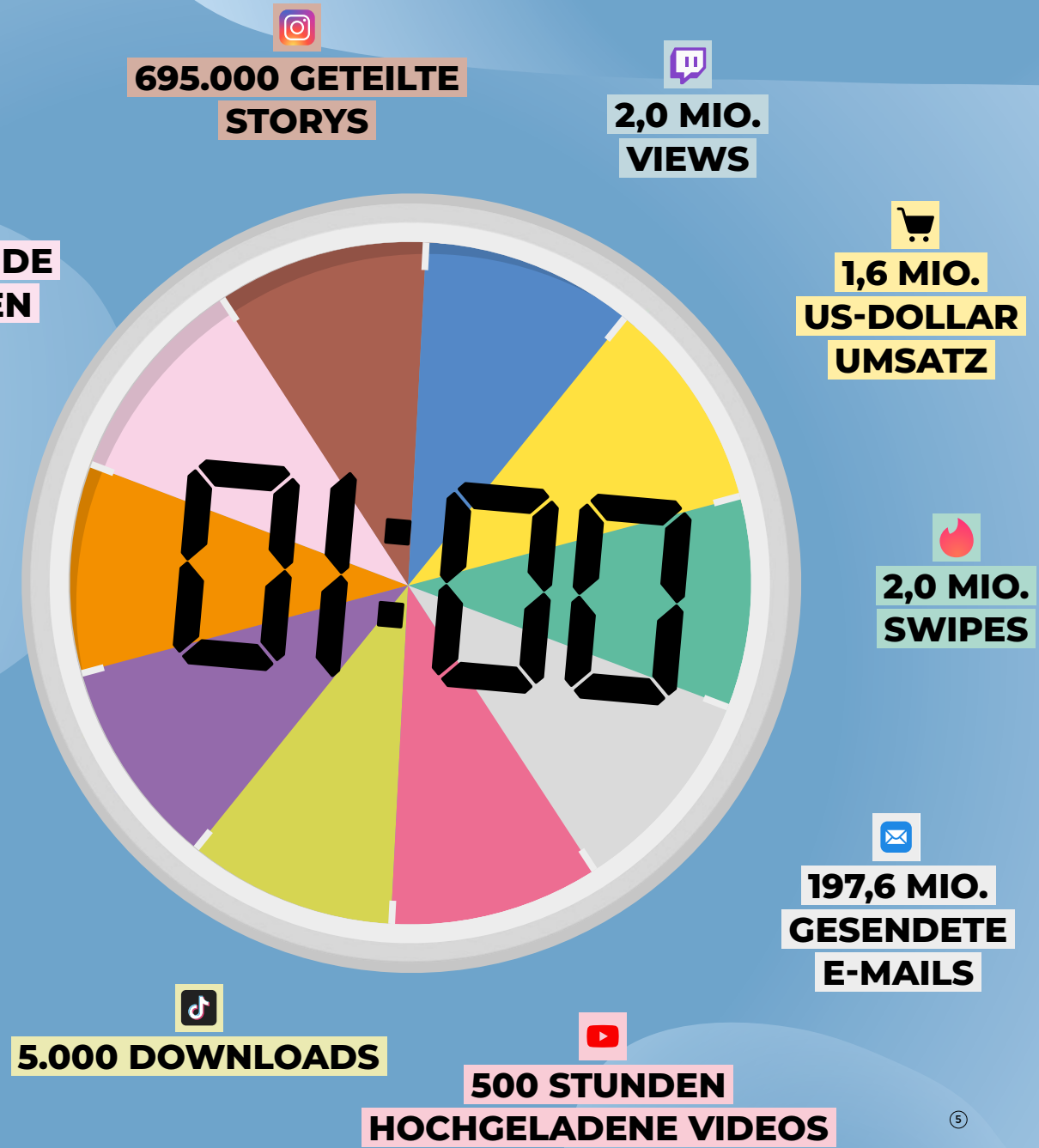


Wusstest du, dass du schon mit einer Suchanfrage bei Google viele Daten preisgibst? **Es gibt übrigens alternative Suchmaschinen, die deine Daten besser schützen!**

28.000 STREAMENDE ABONNENT_INNEN

9.132 VERNETZTE MENSCHEN

69 MIO. VERSENDETE NACHRICHTEN



? Hast du dir schon einmal Gedanken über deinen Datenverbrauch gemacht? Hast du das Gefühl, dass du darüber Bescheid weißt, welche Daten du (auch ungewollt) preisgibst?

Challenge #whoisstrongerwithoutsocialmedia



2. TAG





Luca: Ich habe die ganze Zeit das Gefühl was zu verpassen! 😞 Ich weiß nicht mal, wo wir am Wochenende feiern gehen können!

Faris: Ich auch. Ich bekomme nicht mit was in der Welt passiert und das fehlt mir! Ich checke auf Social Media eigentlich jeden Tag, was gerade in Syrien los ist.

Luca: Ach stimmt! Auf TikTok und Insta gibt es ja auch voll viele Nachrichten über Politik und so.

Luca: @Mika Und bei dir so?

Luca: ????

4 Stunden später

Mika: Sorry Leute, ich hab's nicht mehr ausgehalten und mich eingeloggt. 😞

Ich schaffe es einfach nicht ohne Social Media. Das ist mein Sicherheitsnetz. Ich habe so viele tolle Vorbilder gefunden, ohne die ich heute nicht so mutig zu mir stehen würde. Ich brauche Social Media einfach!



Ging es dir vielleicht schon mal wie Luca oder Mika? Für dieses Gefühl gibt es sogar eine Bezeichnung. **FOMO ist die Abkürzung für Fear of Missing Out – die Angst, etwas zu verpassen.** Das ist eigentlich sehr sinnvoll und urmenschlich und trägt dazu bei, dass unsere Bedürfnisse nach sozialem Anschluss, Sicherheit und Austausch erfüllt werden. Schwierig wird es aber, wenn wir uns von der Angst überwältigt fühlen.

Warum FOMO Körper und Psyche belasten kann?

Es gibt Studien, die darauf hinweisen, dass FOMO durch Social Media verstärkt wird. Der andauernde Stream von Fotos und Videos auf Social Media kann dazu führen, dass wir vom anscheinend per-

fekten Leben der anderen den Eindruck gewinnen, ein weniger schönes Leben zu führen. Dabei müssen die geteilten Beiträge nichts mit der Wirklichkeit zu tun haben! Die Angst, etwas zu verpassen und die ständige Erreichbarkeit können Stress verursachen, den wir nicht unbedingt direkt bemerken. Zu den Folgen von FOMO zählen Müdigkeit, Schlafmangel, innere Unruhe und sogar Depressionen.

In diesem Video erfährst du mehr über FOMO:

Du hast Online-Stress und weißt gerade nicht weiter? Auf www.ins-netz-gehen.de/tips erfährst du, wo du Unterstützung bekommen kannst:

Übrigens: Das Gegenteil von FOMO ist **JOMO (Joy Of Missing Out)**, also die Freude am Verpassen. Hier geht's zum Video mit Minush Afonso:



? Würdest du bei #whoisstrongerwithoutsocialmedia mitmachen? Wenn ja, wie lange würdest du durchhalten?
Auf welche Social-Media-Plattform könntest du auf keinen Fall verzichten?

Herausgeberin:



Redaktion: Eva Beckmann (bpb), Samini Mahendran (bpb), Saskia Nauck (bpb)

Begutachtung: Prof. Dr. Kai-Uwe Hugger (Universität Köln)

Gestaltung: Cee Cee Creative, Charlottenstraße 1, Berlin 10969 www.ceeceecreative.com

Produktion: MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern

Redaktionsschluss: 25.04.2023

Veröffentlichung: 1. Ausgabe 2023, Mai 2023

Verantwortlich (bpb): Saskia Nauck
Konzept und Text: Lisa Mutschke (JFF), Dr. Guido Bröckling (JFF)

Bilder:
S. 3: IMAGO/NurPhoto; S. 3: IMAGO/Future Image; S. 4: mdphoto16/iStock; S. 4 & Umschlag innen: shutterstock/Ruth Black; S. 5 & Umschlag innen: Pixel-Shot – stock.adobe.com; S. 5: pexels/cottonbro-studio; S. 5: shutterstock/TPYXA_ILLUSTRATION; S. 6 & Umschlag innen: Pictorial Press Ltd/Alamy Stock Foto; S. 6 & Umschlag innen: Alstar Picture Library Ltd/Alamy Stock Foto; S. 6 & Umschlag innen: https://www.instagram.com/p/C/?utm_source=ig_embed&ig_rid=f6db4c7f-a196-4218-87d9-e6645f81ffe; S. 6: pumpkinie/Alamy Stock Foto; S. 7 & S. 9: https://www.instagram.com/p/CX3hehgSsF/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBlNWFlZA==

- Quellen:
- 1 https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=uf_share
 - 2 <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=de>
 - 3 <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/soziale-netzwerke/influencerin-oder-nicht-wann-ein-beitrag-in-social-media-werbung-ist-39954>
 - 4 Vgl. <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/258645/klickivismus-reichweitenstark-aber-unreflektiert/>
 - 5 Abbildung in Anlehnung an Statista (2021): Das passiert im Internet in einer Minute <https://de.statista.com/infografik/2425/das-passiert-in-einer-minute-im-internet>
 - 6 <https://www.schau-hin.info/grundlagen/ab-welchem-alter-instagram-youtube-und-co>
 - 7 <https://www.zdf.de/kinder/logo/influencer-geld-verdienen-100.html>

Internetquellen zuletzt abgerufen: 08.03.2023

Alle Ausgaben der **WAS GEHT?** finden Sie zum Download oder zur Bestellung unter www.bpb.de/shop/lernen/was-geht

Über Feedback unter umfrage.bpb.de/366566 freuen wir uns. Für weitere Anliegen oder wenn Sie alle neuen Ausgaben automatisch gedruckt erhalten möchten, melden Sie sich unter edu@bpb.de.

Lizensierung: Soweit nicht durch ein © gekennzeichnet, stehen die Inhalte unter der Lizenz CC BY-SA 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.de>) und können frei genutzt werden. Weiterverbreitungen kennzeichnen Sie bitte mit:



Diese Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb dar. Für die inhaltlichen Aussagen tragen die Autor_innen die Verantwortung. Die bpb und die Autor_innen sind für den Inhalt der aufgeführten Internetseiten nicht verantwortlich. Beachten Sie bitte auch unser weiteres Print- sowie unser Online- und Veranstaltungsangebot. Dort finden Sie weiterführende, ergänzende wie kontroverse Standpunkte zum Thema dieser Ausgabe.

Bestellnummer: 9.679

Zur Quiz-Auflösung

Hier öffnen



1 WELCHES ZIEL VERFOLGEN SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN?

ANTWORT: A

Die Unternehmen, die Social-Media-Plattformen betreiben, wollen in erster Linie **Geld verdienen**. Das tun sie mit allen Daten, die du auf der Plattform hinterlässt. Dabei gilt: Je mehr Interaktion, zum Beispiel Likes und Kommentare, desto individueller der sogenannte Algorithmus. Der Algorithmus will dich mit deinen Interessen quasi kennenlernen. Je mehr du also likest, teilst und scrollst, desto besser fürst du deinen Algorithmus und desto mehr Daten erhält die Plattform von dir.

2 AB WELCHEM ALTER DARF MAN TIKTOK UND INSTAGRAM NUTZEN?

ANTWORT: B

Beide Plattformen setzen ein **Mindestalter von 13 Jahren** voraus, das bei der Anmeldung auch abgefragt wird. Wenn bekannt wird, dass Nutzer_innen unter 13 Jahren Inhalte auf TikTok oder/und Instagram verwenden oder veröffentlichen, können deren Profile auch entfernt werden. Hintergrund ist, dass die persönlichen Daten von Kindern in Deutschland besonders geschützt werden.



3 INFLUENCER_INNEN VERDIENEN IHR GELD AUF SOCIAL MEDIA MEISTENS DURCH...

ANTWORT: A

Influencer_innen erreichen mit ihren Beiträgen viele Menschen und haben einen großen Einfluss auf ihre Community. Firmen sind deshalb daran interessiert, dass ihre **Produkte in den Profilen von Influencer_innen beworben werden**. Influencer_innen arbeiten mit den Firmen zusammen und verdienen dadurch einen großen Teil ihres Geldes.

Der Begriff Influencer_in leitet sich übrigens vom englischen Begriff influence ab und bedeutet so viel wie beeinflussen.



4 WIE VIELE BEITRÄGE GIBT ES AUF INSTAGRAM MIT DEM HASHTAG #HUND?

ANTWORT: C

Hundefans werden sich freuen – Im Vergleich zu **#Katze** (11,7 Millionen Beiträge) hat **#Hund** bis heute (März 2023) **14,9 Millionen** Beiträge auf Instagram – und es werden täglich mehr.

5 WAS IST „META“?

ANTWORT: C

Der Facebook-Konzern als **großes amerikanisches Technologie-Unternehmen** unter der Leitung von Marc Zuckerberg wurde 2021 in Meta (eigentlich Meta Platforms, Inc.) umbenannt. Der Meta-Konzern umfasst unter anderem die bisher dem Facebook-Konzern zugehörigen Social-Media-Plattformen Instagram und Facebook sowie den Messenger-Dienst WhatsApp. Viele dieser Plattformen gibt es aber schon viel länger. Facebook gibt es zum Beispiel seit 2004 und wurde von Marc Zuckerberg gegründet.

6 WER HAT DIE MEISTEN FOLLOWER_INNEN AUF INSTAGRAM?

ANTWORT: B

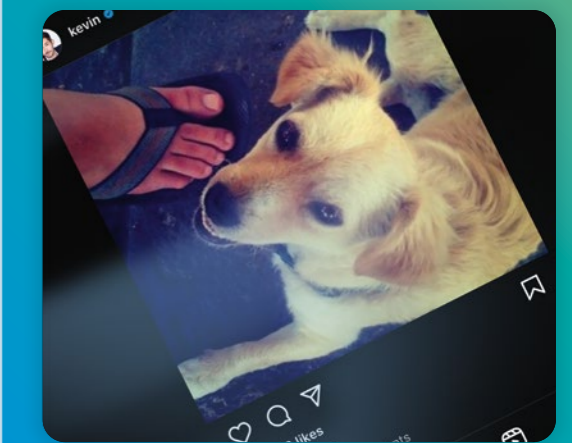
Kaum zu glauben, aber **Instagram hat einen eigenen Account mit unglaublichen 545 Millionen Follower_innen**. Dort werden neue Funktionen und verschiedene Instagrammer_innen präsentiert. Danach folgt Cristiano Ronaldo mit 474 Millionen Follower_innen (Stand: August 2022).



7 WANN WURDE AUF INSTAGRAM DAS ERSTE FOTO HOCHGELADEN?

ANTWORT: A

Das erste Instagram-Foto wurde **am 16. Juli 2010** hochgeladen. Dabei handelt es sich um ein Hundefoto von dem Instagram-Mitbegründer und Chef Kevin Systrom.



8 IST WHATSAPP EINE SOCIAL-MEDIA-PLATTFORM?

ANTWORT: JEIN

Diese Frage ist nicht eindeutig mit Ja oder Nein zu beantworten – deswegen ein **Jein**.

WhatsApp, Signal, Threema und Co. sind Messenger-Dienste und **keine klassischen Social-Media-Plattformen** wie zum Beispiel Instagram, Facebook oder Snapchat. Sie haben aber **viele Merkmale, die ähnlich sind**: Nutzer_innen können sich vernetzen, austauschen und neben Text- oder Sprachnachrichten auch Fotos und Videos mit Freund_innen oder Gruppen teilen. Die Interaktionsmöglichkeiten sind im Vergleich zu den „klassischen“ Plattformen aber viel geringer.

WAS GEHT NOCH?



bpb.de/shop

Wenn du alle neuen Was geht?-Ausgaben automatisch per Post erhalten möchtest, schreib uns eine Mail an edu@bpb.de!



eins | 21
Das Heft über
Geschlechter, Liebe und Grenzen
Bestellnummer 9.665



eins | 20
Geht gar nicht!
Das Heft gegen
Rechtsextremismus
Bestellnummer 9.625



zwei | 19
Glaube und Freiheit
Das Heft über
Religionen im Staat
Bestellnummer 9.621



eins | 19
Was geht für dich?
Das Heft über die
Europäische Union
Bestellnummer 9.623



zwei | 18
Wie sieht's aus?
Das Heft über Fashion
und Style
Bestellnummer 9.617



eins | 18
**1 Zuhause, 2 Zuhause,
3 Zuhause**
Das Heft über Identitäten,
Sprachen & Grenzen
Bestellnummer 9.615



zwei | 17
Auf geht's!
Das Heft über Mitbestimmung
Bestellnummer 9.613



eins | 17
**Menschenwürde
& Co**
Das Heft über Grundrechte
Bestellnummer 9.611



zwei | 16
Volle Power?
Das Heft über Energie
Bestellnummer 9.609



eins | 16
Das Heft zu
Flucht und Asyl
Bestellnummer 9.607



eins | 15
Was ging?
Das Heft über Geschichte
Bestellnummer 9.605



zwei | 14
Prima Klima!
Das Heft zum Umweltschutz
Bestellnummer 9.603



eins | 22
Das Heft über
Tiere, Menschen und Umwelt
Bestellnummer 9.677



zwei | 21
Das Heft über
Geld und seine Verteilung in Deutschland
Bestellnummer 9.670

O-TON

Gronkh

ist ein erfolgreicher Webvideoproduzent und Computerspielentwickler, bekannt geworden durch seine Let's Plays.

Wir wollen cool wirken, wollen hip sein, wollen so sein wie die anderen, die jeden Tag ihre tollen Fotos in sozialen Medien präsentieren. Alle sind auf Reisen, alle sehen gut aus, alle essen fantastisches Essen. Gestern habe ich gekotzt. Davon mache ich kein Foto.

Das Zitat stammt aus diesem Facebook-Posting:



WAS GEHT?

Das Heft für dich und deine Themen!
Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung 2023

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung



GIB'S UNS!

Fragen? Meinungen? Kritik?
edu@bpb.de
umfrage.bpb.de/366566