



KONSUM: BEWUSST GEKAUFT ODER GESCHICKT GEINFLUENCED?

Nina blickt auf Ishaks neue Schuhe und meint zu ihm:

„Da hast du dich aber von der Werbung bei TikTok beeinflussen lassen.“ „So ein Quatsch“, antwortet Ishak, „ich wollte mir zwar eine Weile nichts mehr kaufen, aber die hab' ich mir geholt, weil sie einfach wirklich cool sind.“

Habt ihr euch schon mal gefragt, warum ihr bestimmte Produkte kauft, obwohl sie euren eigentlichen Bedarfen und/oder Überzeugungen entgegenlaufen? Wie kommt es zu solchen Widersprüchen?



Das sind eure Aufgaben:

- 1 **Sprecht in der Klasse** über das Beispiel und die Fragen im Einleitungstext. **Bringt Beispiele aus eurem Alltag ein**, die zeigen, warum, wo, wie und wann ihr Dinge kauft und welche Rolle dabei Social Media spielt. **Diskutiert** dazu auch die Leitfrage der Aufgabe und **positioniert euch**.
- 2
 - a Führt eine **Umfrage** auf dem Schulhof durch und fragt eure Mitschülerinnen und Mitschüler, wofür sie ihr Geld ausgeben, was sie davon haben und was ihre Kaufentscheidungen beeinflusst.
 - b **Wertet eure Umfrage aus** und tauscht euch in der Klasse darüber aus, welche Ergebnisse euch bei der Beantwortung der Leitfrage helfen und **welche Fragen noch zu klären sind**.
- 3
 - a **Recherchiert** nun arbeitsteilig zu euren offenen sowie zu folgenden Fragen:
 - Warum werden viele und neue Dinge gekauft, obwohl diese gegebenenfalls unnötig sind?
 - Welche positiven und negativen Folgen können Kaufen und Konsumieren für die einzelne Person, das soziale Miteinander, die Umwelt, die Hersteller, Käuferinnen und Käufer haben?
 - Inwieweit beeinflussen Apps, Social Media-Plattformen, Influencerinnen und Influencer oder andere Personen das Kaufverhalten?
 - Was bedeutet bewusster und nachhaltiger Konsum?
 - b **Stellt eure Rechercheergebnisse in der Klasse vor** und **tauscht euch** darüber **aus, welche Erkenntnisse** euch besonders **wichtig** und **welche Fragen noch zu klären** sind.
- 4
 - a Bereitet auf dieser Grundlage **Gespräche mit mindestens zwei Fachleuten** (z. B. von Verbraucherzentralen, Umweltverbänden, Medienzentren, Werbe-/Marketingagenturen) vor. Themen können u. a. folgende sein:
 - analoge und digitale Beeinflussung sowie Auswirkungen von Kaufentscheidungen,
 - Bedeutung von Bedürfnissen, Emotionen, Zugehörigkeit, Gruppendruck, fehlenden Ressourcen,
 - Einflussmöglichkeiten von jungen Menschen als Konsumierende,
 - Marketing- und Deinfluencing-Strategien für bewusstes Einkaufen.
 - b **Wertet** die Gespräche mit den Expertinnen und Experten **kritisch aus** und **gleich** sie mit euren bisherigen Ergebnissen **ab**.
- 5
 - a **Entwickelt** aus euren Erkenntnissen aus Aufgaben 1 bis 4 ein **kurzes Konzept** für eine **(Social Media-)Kampagne** für Gleichaltrige, die für einen **bewussten Konsum** wirbt und **praktische Tipps** enthält. **Wendet** dabei die erarbeiteten **Strategien und Methoden** des **(De-)Influencings an**. **Filmt** die **Blitzkampagne** für euer Werkstück.
 - b **Holt** euch im Anschluss von ausgewählten Personengruppen (z. B. Parallelklasse, Lehrkraft) **Feedback** zum **Inhalt** und zu den genutzten **(De-)Influencing-Strategien** eurer Kampagne ein und **reflektiert** vor allem ihre **Wirksamkeit**.
- 6 **Diskutiert** erneut die **Leitfrage „Konsum: Bewusst gekauft oder geschickt geïnfluenced?“** und **positioniert euch** abschließend **begründet**.
- 7 Gestaltet aus den Ergebnissen aus Aufgabe 1 bis 6 ein **Video**. Achtet darauf, die Einschätzungen von Fachleuten klar erkennbar zu machen und eure eigenen Positionen zur Leitfrage nachvollziehbar darzulegen.



Das sendet ihr digital ein:

Ein **Video** (max. sieben Minuten)

Mehr Infos zu dieser Aufgabe, den überarbeiteten Werkstückbeschreibungen, Teilnahmebedingungen und FAQ:

www.schuelerwettbewerb.de

Hinweise für alle Werkstücke:

- Das Werkstück (außer das Spiel) muss in digitaler Form im Wettbewerbsportal hochgeladen (eingereicht) werden.
 - Die Datei darf maximal 500 MB groß sein. Einsendungen von z. B. USB-Sticks oder Sharelinks werden nicht akzeptiert.
 - Digitale Ergänzungen (QR-Code etc.) werden bei der Bewertung nicht berücksichtigt.
 - Urheber- und Nutzungsrechte beachten.
- Macht eure Ergebnisse in geeigneter Form der (Schul-)Öffentlichkeit zugänglich.



VIDEO/FILM

Videos oder Filme stellen Ergebnisse, Aussagen und Ziele eines Projektes in bewegten Bildern und Ton dar.

In Videos und Filmen können Arbeitsergebnisse szenisch (nach gespielt und dokumentiert werden.

Um Informationen, Sachverhalte und tatsächliche Ereignisse anschaulich darzustellen, eignen sich z. B. Archivaufnahmen, Infografiken sowie Aufnahmen von Originalschauplätzen und realen Personen. Durch gefilmte Interviews – ggf. mit Smartphones („Handyvideos“) – mit Einblendung des Aufnahmeortes und der Umgebungsgeräusche kann sich die Betrachterin oder der Betrachter besser in eine Situation hineinversetzen. Die Moderatorin oder der Moderator oder die Off-Sprecherin oder der -Sprecher und ihr/sein Text berichten und erläutern die Zusammenhänge.

Es ist auch möglich, Erkenntnisse und Tatsachen in Szenen umzusetzen und als ausgedachte Erzählungen zu verfilmen oder als Theaterstück oder szenische Darstellung zu spielen. Für die einzelnen Szenen braucht man Schauspielerinnen und Schauspieler, Requisiten und Kostüme und jeweils eine Kulisse. Die Aufführung kann als Film präsentiert werden.

Ein Video kann auch Zusammenhänge und Informationen kurz und unterhaltsam erklären und so Interesse an einem Thema wecken. Off-Kommentare, Texte, Bilder und Musik können mit Gestaltungselementen wie Zeichnungen, Comics, Legetechniken, Animationen usw. wechseln.

Die Präsentationsform kann eine Mischung von Elementen der Dokumentation, des Spielfilms und des Erklärvideos sein. Erklärvideos sind kurze Filme, in denen komplexe Inhalte oder Vorgänge knapp und leicht verständlich dargestellt werden. Sie verpacken den Inhalt oft in eine kleine Geschichte (Storytelling) mit kleinen Einschüben, 3D-Elementen und Tricktechniken.

Einige Beispiele für verschiedene Elemente, die ihr in eurem Film benutzen könnt sind Cartoons, Piktogramme, Screen Capture, Whiteboard Erklärvideos, Realvideos und vieles mehr.

Eine Ablaufplanung für die Erstellung des Videos macht das Drehen einfacher. Für den Schnitt und die Nachbearbeitung auf dem Computer gibt es einfache Software.

Befragung von Expertinnen und Experten

Expertinnen und Experten setzen sich beruflich, wissenschaftlich oder institutionell mit dem jeweiligen Thema auseinander, wobei ihr Wissen (z. B. Analysen, Einordnungen, Einschätzungen, Deutungen) in der Praxis durch aufgezeigte Handlungsoptionen und fachspezifische Orientierung und/oder Lenkung wirkt. Diese Fachpersonen können z. B. aus den Bereichen Digitalisierung, Jugendarbeit, Journalismus, Politik und Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt, aus Museen, Behörden, Verbänden, Vereinen, Wissenschaftsinstituten und Universitäten kommen.

Wenn nicht explizit in der Aufgabe angegeben (z. B. „sprecht mit eurer Schulleitung/interviewt eure Lehrkräfte“), soll im Sinne des außerschulischen Lernens hier kein Lehrpersonal interviewt werden.

Die Auswahl der befragten Fachpersonen sollte unterschiedliche Facheinschätzungen zum Thema zulassen. Die Pluralität der

eingeholten Informationen sowie kontrovers diskutierte Positionen müssen im Werkstück abgebildet werden. Explizit nicht gemeint ist, gegensätzliche Positionen im Sinne einer „false balance“ als gleich stark darzustellen, obwohl fachliche oder wissenschaftliche Evidenz klar eine Seite stützen.

Die gewonnenen Erkenntnisse aus den Interviews können direkt oder indirekt wiedergegeben werden. Bei digitalen Werkstücken können die Interviews mit dem Einverständnis der Fachperson auch direkt aufgenommen oder alternativ mit entsprechendem Hinweis nachgesprochen werden. Wenn die Antworten der Fachpersonen gekürzt wiedergegeben werden, muss dies grundsätzlich transparent deutlich gemacht werden.

Format und Umfang

Dauer max. sieben Minuten. Die Tonspur soll in normalem (Sprech-) Tempo abgespielt werden.

Das Video/der Film sollte mit allen gängigen Media-Playern problemlos abgespielt werden können.

Urheberrecht, Zitate und Quellenangaben

Bei der Nutzung fremder Werke (z. B. Lieder, Filme, Videos, Texte etc.) ist das Urheberrecht zu beachten. Grundsätzlich ist für die Nutzung eines fremden Werkes die Zustimmung der Rechteinhaberin/des Rechteinhabers erforderlich, sofern keine gesetzliche Ausnahmeregelung des UrhG greift. Auch Informationen aus dem Internet unterliegen dem Urheberrecht und dürfen nicht einfach in eigene Arbeiten übertragen werden. Sofern Zitate verwendet werden können, dies regelt § 51 UrhG, müssen die Zitate mit der genauen Quellenangabe versehen werden.

Checkliste

- Sind alle Arbeitsaufgaben bearbeitet und die Arbeitsergebnisse im Video dargestellt?
- Wird sachlich richtig informiert und Wissen von Expertinnen und Experten eingebaut?
- Ist ein differenziertes Fazit, eine kritische Stellungnahme oder ein begründetes Urteil oder Meinungsbild zum Thema deutlich erkennbar?
- Werden geeignete gestalterische Mittel zur Vermittlung der Arbeitsergebnisse genutzt?
- Wie ist das Verhältnis von Informationsgehalt und Anschaulichkeit durch Ton und Bild?
- Werden Format- und Umfangsvorgaben sowie Datenschutz und Urheberrechte eingehalten?
- Sind die Zitate gekennzeichnet und die Informationsquellen angegeben?

Tipp: Macht die Ergebnisse eurer Arbeit in geeigneter Form der (Schul-)Öffentlichkeit zugänglich. (Dies ist nicht Teil der Bewertung.)

Teilnahmebedingungen, FAQ und Hinweise zu den Werkstücken

Grundsätzlich sind die Teilnahmebedingungen und FAQ zu beachten:

www.bpb.de/lernen/angebote/schuelerwettbewerb/208551/teilnahmebedingungen-faq

Grundsätzlich sind die allgemeinen Hinweise zu den Werkstücken zu beachten:

www.bpb.de/lernen/angebote/schuelerwettbewerb/231269/werkstueckbeschreibungen

Weiterführende Informationen und Materialien

www.bpb.de/mediathek/291516/erklaerfilme

Beispiele für Erklärfilme sind auch bei der Bundeszentrale für politische Bildung zu finden.



PROJEKTBERICHT

Der Projektbericht enthält vier Leitfragen, die von den Schülerinnen und Schülern zu jedem Beitrag beantwortet werden müssen. Durch ihn erhält die Jury einen Einblick in die Arbeit hinter dem Projektergebnis.

Die Leitfragen:

1 Arbeitsschritte, Probleme und Lösungen:

Nennt eure Arbeitsschritte und schildert kurz, wie ihr vorgegangen seid.
Welche Probleme gab es?
Welche Lösungen habt ihr gefunden?

2 Lernerfolg und Zufriedenheit:

Seid ihr mit eurem Produkt zufrieden?
Was habt ihr gelernt?

3 Quellen:

Diese Quellen habt ihr benutzt.

4 Mitteilung:

Das möchten wir der Bundeszentrale für politische Bildung noch mitteilen.

Der Projektbericht wird ausschließlich online ausgefüllt, nachdem das Projekt durch die betreuende Lehrkraft digital unter

anmeldung.schuelerwettbewerb.de

angemeldet worden ist. In der Rückschau können Details verloren gehen. Es bietet sich an, während des laufenden Projekts Notizen für den späteren, digitalen Bericht anzufertigen. **Bitte beachten: Das Onlineportal wird zum 7. September 2026 geöffnet.** Nachdem das Projekt angelegt und die Projektdaten ausgefüllt wurden, wird der Projektbericht abgefragt. Hier können die Antworten direkt eingetragen oder per Copy + Paste eingefügt werden.

Achtung!

Um eine Vergleichbarkeit bei der Projektbewertung zu gewährleisten, wurde mit Ausnahme von Frage 3 eine Begrenzung auf **max. 2000 Zeichen** (inkl. Leerzeichen) bei Frage 1 und **max. 1200 Zeichen** (inkl. Leerzeichen) bei Frage 2 und 4 festgelegt. Für alle Werkstücke bis auf das Video, die Video-Clips für Social Media und den Podcast gilt: Titel, Impressum und Inhaltsverzeichnis werden nicht als eigenständige Seiten gezählt und damit nicht auf die Umfangsbegrenzungen angerechnet.

CHECKLISTE

für die erfolgreiche Teilnahme am Schülerwettbewerb zur politischen Bildung 2026

- 1 Sucht euch ein interessantes Thema aus: www.schuelerwettbewerb.de
- 2 Beachtet die (neuen) **Teilnahmebedingungen** und FAQ auf unserer Homepage. ← **NEU!**
- 3 Lest die Aufgabenstellung genau durch und arbeitet die Aufgabenschritte mit der gesamten Klasse ab.
- 4 Erstellt euer Werkstück, haltet euch dabei an die Vorgaben zu Format und Umfang der jeweiligen Werkstückbeschreibung (siehe **Werkstückbeschreibungen** ← **NEU!** auf unserer Homepage). Pro Schulklasse, Kurs, Arbeitsgemeinschaft (AG) bzw. Lerngruppe darf pro Thema nur ein erarbeitetes Werkstück eingesendet werden; Ausnahme ist die Aufgabe „Politik brandaktuell“.
- 5 Bittet eure Lehrkraft, das Projekt in unserem Onlineportal (anmeldung.schuelerwettbewerb.de) anzumelden.
 - > Füllt den Projektbericht (vier Leitfragen) online aus.
 - > Ladet euch die Datenschutzerklärung herunter und bestätigt die Kenntnisnahme im Portal.
 - > Seit diesem Jahr müssen alle Werkstücke (außer das Spiel) in digitaler Form eingereicht werden. ← **NEU!**
 - > Digitale Projekte werden hochgeladen und anschließend eingereicht.
 - > Analoge Projekte (ausschließlich das Spiel) müssen im Portal online eingereicht werden, danach erhaltet ihr einen Versandaufkleber mit unserer Adresse für euer Paket.
- 6 Einsendeschluss:
 - > für digitale Werkstücke: **03.12.2026** um 23:59:59 Uhr (MEZ)
 - > für analoge Werkstücke (ausschließlich das Spiel): **03.12.2026**Maßgeblich ist der Poststempel. Das Werkstück muss jedoch spätestens drei Wochen nach Einsendeschluss bei der bpb in Gera eingegangen sein. Später eingehende Sendungen werden unabhängig vom Poststempel von der Bewertung ausgeschlossen. Wir bitten, längere Versandzeiten und ggf. Zollbestimmungen zu berücksichtigen. Die bpb haftet nicht für Schäden, die durch den Verlust der Einreichungen während der Postversendung entstehen.

Werkstücke bzw. Projekte, die nicht den Vorgaben zu Format und Umfang bzw. Teilnahmebedingungen entsprechen, werden **nicht** für den Wettbewerb zugelassen.

Wir wünschen euch viel Spaß beim Mitmachen und freuen uns auf eure Einsendungen!

SCHÜLERWETTBEWERB ZUR POLITISCHEN BILDUNG

in der



Bundeszentrale für politische Bildung

Heinrichstraße 30 C
D-07545 Gera
T +49 228 99 515 627 oder -653
Mo-Do 7:00-15:00 Uhr & Fr 7:00-12:00 Uhr
F +49 228 99 515 309
sw@bpb.de
www.schuelerwettbewerb.de

Unsere Partnerinnen und Partner in ...

Belgien

Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft
Dr. Jens Giesdorf
Pädagogischer Sonderbeauftragter,
Berater für Schulmediotheken, Medienpädagogik und politische Bildung
Gospertstraße 1
B-4700 Eupen
T +32 877 896 54
jens.giesdorf@dgov.be

Ostbelgien

Mit Unterstützung
der Deutschsprachigen
Gemeinschaft Belgiens

Italien

Autonome Provinz Bozen – Südtirol
Tanja Rastner
Deutsche Bildungsdirektion
Pädagogische Abteilung
Amba-Alagi-Straße 10
I-39100 Bozen
Tanja.Rastner@provinz.bz.it
<https://deutsche-bildung.provinz.bz.it/de>



Autonome Provinz Bozen
Provincia autonoma di Bolzano
Provincia autonoma de Bulsan
SÜDTIROL · ALTO ADIGE

Luxemburg

Zentrum fir politesch Bildung
Romain Schroeder
138, Boulevard de la Pétrusse
L-2330 Luxembourg
T +352 24 77 52 14
romain.schroeder@zpb.lu
www.zpb.lu



Österreich

Bundesministerium für Bildung
Vertreten durch:
Zentrum polis – Politik Lernen in der Schule
Helferstorferstraße 5
A-1010 Wien
T +43 1 353 40 20
service@politik-lernen.at
www.politik-lernen.at/wettbewerbpbp

Bundesministerium Bildung

