

Social Media

🌐 Influencer als mediale Vorbilder



Übersicht



3 Faszination und Vorbildrolle

7 Themenbereiche und beliebte Influencer

10 Wie verdienen Influencer Geld?

12 Handlungstipps



14 Kennzeichnung von Werbung

16 Beratungsstellen und Hilfsangebote

17 Weiterführende Informationsangebote

21 Impressum



Faszination und Vorbildrolle

Influencer sind bei Kindern und Jugendlichen sehr beliebt. Sie sind vor allem in Social-Media-Angeboten wie Instagram, Snapchat oder TikTok und auf Online-Video-Plattformen wie YouTube aktiv. Dort beschäftigen sie sich mit aktuellen Themen und veröffentlichen dazu passende Beiträge z. B. Bilder oder Videos für ihre Zielgruppe. Die sogenannten „Follower“ folgen den Accounts der Influencer und bekommen dadurch regelmäßig, oft auch mehrmals täglich, neue Inhalte angezeigt.



Influencer als Vorbild und Orientierungshilfe

Viele Kinder und Jugendliche haben Influencer zum Vorbild. Kein Wunder, denn sie teilen Inhalte zu aktuellen Themen, die die Kinder und Jugendlichen in ihrem Alltag beschäftigen oder für die sie sich interessieren. Sie geben Tipps und Anregungen zu wichtigen Fragen, probieren verrückte Dinge aus oder testen angesagte Produkte. Kinder und Jugendliche finden Influencer vor allem gut, weil sie Hilfestellungen oder Anregungen und Tipps im Alltag geben oder auch weil sie sich mit den Influencern verbunden fühlen. Etwa wenn sie ähnliches erlebt haben und davon erzählen, z. B. eine Essstörung oder Mobbing. Aber auch das „up-to-date-bleiben“ und Unterhaltung spielen eine Rolle.

Warum sind Influencer so beliebt?

Egal zu welchem Thema – Influencer erreichen Kinder und Jugendliche auf ähnlichen Wegen. Sie zeigen oft Situationen aus ihrem Alltag, geben Anregungen, Tipps oder Erfahrungsberichte zu verschiedenen Themen. Ihre Beiträge geben oft (vermeintlich) persönliche Einblicke in private Bereiche und die Gefühlswelt der Influencer. Dadurch geben sie ihren Followern das Gefühl, sie an ihrem Leben und Alltag teilhaben zu lassen. Influencer sprechen ihre Follower dabei direkt an und diese können sogar



aktiv mitmachen, z. B. indem sie etwas liken oder kommentieren. Dass sie von ihren Vorbildern direkt angesprochen werden und nach ihrer Meinung gefragt werden, fasziniert Kinder und Jugendliche. Es schmeichelt ihnen und sie fühlen sich ernst genommen. Dadurch bekommen sie auch den Eindruck, dass sie bei zukünftigen Beiträgen ihres Influencer mitmachen und mitentscheiden dürfen.

Influencer erzeugen Nähe zu ihren Followern, indem sie ...

<p>... die Follower persönlich ansprechen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● nahe Kameraeinstellung, Blickkontakt ● direkte Einbindung von Meinungen, z. B. Likes, Feedback-Kommentare oder Abstimmungen ● offen und nahbar sein, z. B. durch Fan-Treffen oder beantworten von Nachrichten und Kommentaren ● Follower können bei neuen Beiträgen mitbestimmen
<p>... sympathisch wirken.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● (vermeintlich) unperfekte Posts, Zeigen der „echten“ Realität, z. B. ungeschminkt, mit Pickeln, in Jogginghose ● Gutes tun, z. B. Spenden sammeln oder sich für den Tierschutz oder andere Vereine einsetzen
<p>... authentisch und auf Augenhöhe sind.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Zeigen bekannter, lebensweltnaher Situationen aus dem Alltag, z. B. Fotos von Partnerin bzw. Partner oder Familie, Essen oder der Wohnung ● Tipps und Anregungen zu lebensweltnahen Fragestellungen und aktuellen Themen, z. B. Ernährungstipps, Rezepte, Sport-Workouts ● (vermeintlich) natürliche Art vermittelt das Gefühl, man könnte die Inhalte auch selbst darstellen, z. B. Bilder in der Natur, Selfies
<p>... Intimität und Vertrauen schaffen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Die Posts bieten (vermeintlich) persönliche Einblicke in private Bereiche, z. B. Wohnung, Schlafzimmer, Beziehung, Essgewohnheiten

Alles echt?

Neben der gezielten Nähe zu den Followern sind die Profile der Influencer meistens gut gepflegt. Die meisten Beiträge sind bewusst inszeniert, z. B. indem Fotos und Videos bearbeitet und mit Filtern versehen werden. Auch sind oft nur Ausschnitte zu sehen und es werden nur die schönen Inhalte und Fotos gepostet. Dadurch kann für Kinder und Jugendliche der Eindruck entstehen, Influencer hätten das perfekte Leben: sie machen luxuriöse Reisen, haben teure Autos und schöne Wohnungen, werden auf tolle Events eingeladen und bekommen viele kostenlose Produkte zugeschickt. Sensibilisieren Sie Ihr Kind, dass vieles auch bewusst nicht gezeigt wird und das Leben als Influencer auch Nachteile haben kann. Weitere Anregungen finden Sie in den „**Handlungstipps**“ im Bereich „Influencer als mediale Vorbilder“.

Welchen Einfluss haben Influencer auf die Meinungsbildung von Kindern und Jugendlichen?



Influencer können großen Einfluss auf die Meinungsbildung ihrer Follower nehmen. Sie verkörpern Schönheitsideale, empfehlen bestimmte Produkte und positionieren sich oft auch politisch oder engagieren sich für Hilfsorganisationen. Dadurch können sie Kinder und Jugendliche z. B. motivieren, Sport zu machen, sich gesund zu ernähren oder sich aktiv für das Klima einzusetzen. Manche Influencer machen auch bewusst auf Missstände aufmerksam oder können bei Problemen unterstützen, indem sie von ähnlichen Erfahrungen berichten, wie einer Essstörung oder Sucht. Dadurch können sie Orientierung bieten und auch bei der Identitätsbildung unterstützen. Auf der anderen Seite können über eine große Reichweite aber auch schnell Falschinformationen, negative Menschenbilder oder fragwürdige Schönheitsideale verbreitet werden.

Regen Sie Ihr Kind an, den Aussagen des Lieblingsinfluencers nicht bedingungslos zu glauben und sie ebenso kritisch wie andere Nachrichten und Quellen zu hinterfragen.

Traumberuf Influencer?

Viele Kinder und Jugendliche haben den Berufswunsch, selbst ein erfolgreicher Influencer zu sein. Vor allem Influencer, die allein durch Social Media bekannt wurden, vermitteln den Eindruck, dass man als „normaler Mensch“ jederzeit berühmt und reich werden kann. Deswegen ist Kindern und Jugendlichen die Kehrseite des Bekanntseins und des Lebens in der Öffentlichkeit oft nicht bewusst.



Mögliche positive Aspekte 	Mögliche negative Aspekte 
Eigenes Hobby/Interesse zum Beruf machen	Erfolg ist nicht garantiert und stark abhängig von aktuellen Trends
Flexible Arbeitszeiten, man kann von überall aus arbeiten	Hoher Zeit- und Arbeitsaufwand notwendig, um erfolgreich zu sein
Man ist ein Vorbild für andere	Man muss herausstechen und etwas Einzigartiges machen
Kostenlose Produkte	Abhängigkeit von der Werbeindustrie, z. B. Kooperationspartnern
Man wird berühmt und kann bei großer Reichweite/Erfolg viel Geld verdienen	Einkommen ist abhängig von Erfolg, Reichweite, Klickzahlen und Followern
Viel Anerkennung durch Follower möglich	Beleidigungen und Hasskommentare bei Misserfolgen oder kritischen Meinungen/Themen
Man kommt viel herum, Einladungen zu Events	Wenn man sehr bekannt ist: Eingeschränktes Privatleben bzw. Präsentation des eigenen Privatlebens als täglicher Inhalt im Internet

Quellenangaben

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen der bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Liken, posten, teilen – Social-Media-Angebote hinterfragen und sicher nutzen“ des Medienführerscheins Bayern für den Bereich der pädagogischen Förderung. Die Materialien sind abrufbar unter www.medienfuehrerschein.bayern. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.



Themenbereiche und beliebte Influencer

Oft befassen sich Influencer in ihren Beiträgen mit Themen oder Bereichen, in denen Kinder und Jugendliche selbst aktiv sind oder die sie in ihrem Alltag beschäftigen. Dabei zeigen sie oft ihren eigenen Alltag und nehmen ihre Follower bei allem mit was sie tun oder teilen ihre Gedanken.

Wo und in welchen Themenbereichen sind Influencer aktiv?



Welche Influencer sind besonders beliebt?

In Deutschland gibt es einige sehr erfolgreiche Influencer, die bei Kindern und Jugendlichen sehr beliebt sind. Sie haben zum Teil mehrere Millionen Follower. Die Anzahl der Follower eines Accounts kann sich schnell verändern, z. B. wenn ein Influencer neue spannende Inhalte postet oder sogar „viral geht“. Aber auch wenn er einen Shitstorm bekommt, einen außergewöhnlichen Schicksalsschlag teilt oder anderweitig Follower dazugewinnt oder verliert. Daher handelt es sich bei der folgenden Übersicht bekannter und beliebter Influencer nur um eine Auswahl und Momentaufnahme^[1]:

Name	Genutzte Plattformen und Reichweite	Themenbereich
lisaandlena Lisa und Lena Mantler	YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, Tiktok 18,6 Millionen Follower	Fashion, Lifestyle, Tanzen, Musik
pamela_rf Pamela Reif	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 8,9 Millionen Follower	Fashion, Beauty, Lifestyle, Tutorials, Sport, Ernährung
Bibisbeautypalace Bianca Claßen (geb. Heinicke)	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 8,2 Millionen Follower	Beauty, Fashion, Lifestyle, Tutorials, Comedy, Pranks
DagiBee Dagmar Nicole Ochmanczyk	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 6,8 Millionen Follower	Beauty, Fashion, Lifestyle, Tutorials
Julienco_ Julian Claßen	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 6,5 Millionen Follower	Comedy, Pranks, Lifestyle
Younes Zarou Younes Zarou	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 6,3 Millionen Follower	Lifestyle, Tutorials, Sport

Shirindavid Barbara Schirin Davidavicius	YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok 6,2 Millionen Follower	Musik, Fashion, Beauty, Lifestyle
Gronkh Erik Range	YouTube, Instagram, Twitch, TikTok 4,9 Millionen Follower	Let's Play
Julien Bam Julien Zheng Zheng Kho Budorovits	Instagram, TikTok, Snapchat, Twitch 4,7 Millionen Follower	Comedy, Musik, Tanzen, Vlogs, Gaming
Laser Luca Luca Tilo Scharpenberg	YouTube, Instagram, Twitch, TikTok 4,7 Millionen Follower	Gaming, Let's Play, Comedy, Vlog
MontanaBlack Marcel Thomas Andreas Eris	YouTube, Twitch, Instagram, TikTok 4,6 Millionen Follower	Gaming, Let's Plays, Lifestyle
Paluten Patrick Mayer	YouTube, Instagram, Snapchat, Twitch 2 Millionen Follower	Let's Play, Vlogs
Rezo Yannik Frickenschmidt	YouTube, Instagram, TikTok 1,2 Millionen Follower	Politik, Musik, Comedy, Gaming, Vlog

Quellenangaben

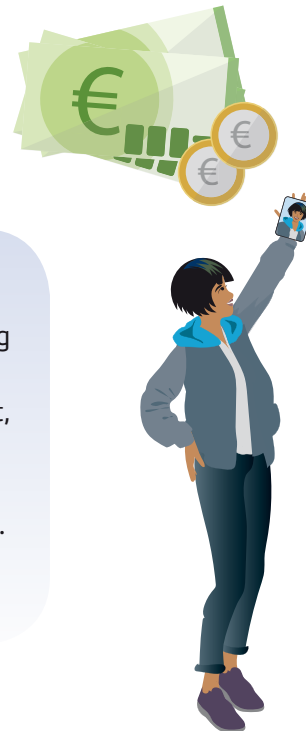
[1] Stand: Dezember 2022, Daten basieren auf Angaben von YouTube, Instagram, TikTok,  Likeometer und der JIM-Studie 2022: Jugend, Information, Medien. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Internet: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf [Stand: 05.12.2022]

Medienführerschein Bayern: Meine Medienstars – Inszenierungsstrategien durchschauen und hinterfragen, Internet: www.medienfuehrerschein.bayern/Angebot/Weiterfuehrende_Schulen/5_6_und_7_Jahrgangsstufe/40_Meine_Medienstars.htm [Stand: 30.11.2022]



Wie verdienen Influencer Geld?

Influencer sein ist bei vielen längst nicht nur ein Hobby, sondern vor allem ein Job. Um als Influencer Geld zu verdienen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Influencer sind vor allem bei Werbetreibenden gefragte Kooperationspartner, da sie bekannt sind und viele Menschen erreichen. So verdienen viele Influencer Geld unter anderem mit Werbung.



Werbliche Kooperationen

- Influencer wird bezahlt oder bekommt eine Gegenleistung dafür, dass er in einem Beitrag auf eine Marke oder ein Unternehmen hinweist oder Produkte zeigt und empfiehlt,
 - trägt z. B. bestimmte Kleidung, Schuhe, Schmuck,
 - verwendet Produkte einer Marke
 - oder zeigt bestimmte Orte (Urlaubsregion, Hotelkette).
- Als einmalige oder längerfristige Kooperation möglich

Beteiligung an Werbeerlösen

- Innerhalb bzw. rund um Beiträge des Influencers erscheint Werbung (z. B. auf YouTube vor Videos).
- Influencer erhält einen Anteil der Werbeerlöse, abhängig von Klickzahlen.

Rabattcodes & Affiliate Links

- Influencer bettet Links zu Internetseiten oder Produkten von Unternehmen in seinen Beiträgen ein.
- Influencer erhält Geld für jedes Produkt, das über den Link angeklickt oder gekauft wird.



Eigene Produkte & Merchandise

- Influencer vermarkten eigene Produkte (ab gewissem Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad):
 - Merchandise-Produkte, z. B. Shirts, Mützen, Becher
 - Eigene Produktlinien oder Produkte einer Marke mit dem eigenen Namen darauf, vor allem im Bereich Mode und Lifestyle, z. B. Kosmetikprodukte oder Kollektionen (Schmuck, Kleidung etc.)

Content & Angebote für „Unterstützer“

- Mit einer monatlichen Zahlung an den Influencer bzw. einer Mitgliedschaft des Kanals bekommen „Unterstützer“
 - zusätzliche Videos oder Bilder der Influencer und
 - den Content früher als nicht-zahlende Nutzerinnen bzw. Nutzer zu sehen,
 - Rabatt-Codes z. B. für Merchandise-Artikel. ^[1]

Auftritte & Events

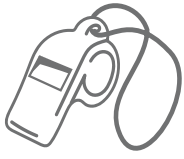
- Influencer wird dafür bezahlt, dass er eine Veranstaltung besucht, und erhält einen Anteil der Erlöse aus den Eintrittsgeldern.
- Influencer veranstaltet selbst (Fan-)Events (auch mit anderen Influencern) und verlangt dafür Eintritt. Für Geld können Fans Autogramme bekommen oder Selfies mit dem Influencer machen. ^[1]

Influencer bauen bewusst eine enge Bindung zu ihren Followern auf. Für Follower kann es dann so aussehen, als wären sie mit den Influencern sogar befreundet. Für Jugendliche ist es daher umso wichtiger zu wissen, dass hinter z. B. Produktempfehlungen von Influencern Werbung stehen kann, mit der sie Geld verdienen. Oder auch Angebote für „Unterstützer“ oder Events unter anderem dazu da sind, um sich selbst zu finanzieren. Tipps zum Thema Influencer finden Sie in den „**Handlungstipps**“ im Bereich „Influencer als mediale Vorbilder“.

Quellenangaben

[1] Wie verdienen YouTube-Stars Geld? Internet: www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/Material/Infografiken/Infografik_YouTuber_Geld_21.pdf [Stand: 01.12.2022]

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen den bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Meine Medienstars – Inszenierungsstrategien durchschauen und hinterfragen“ des Medienführerscheins Bayern für die 5., 6. und 7. Jahrgangsstufe. Die Unterrichtseinheit ist verfügbar unter: www.medienfuehrerschein.bayern. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.



Handlungstipps

Interesse zeigen und offen sein

Im Gespräch mit Ihrem Kind können Sie herausfinden, warum es bestimmte Influencer oder YouTuber toll findet. Fragen Sie nach, welche Themen oder Inhalte der Lieblings-Influencer behandelt (z. B. Tutorials, Spiele besprechen, über Politik informieren etc.). Versuchen Sie zu verstehen, was Ihr Kind daran fasziniert, und lassen Sie sich Dinge erklären. Es ist wichtig, dass Sie offen sind und Inhalte nicht abwerten, nur weil sie Ihnen nicht gefallen.

Verständnisvoll sein

Welche Stars und Idole hatten Sie selbst in Ihrer Jugend und haben Ihre Entwicklung oder Meinung geprägt? Was haben Sie gemacht, um den Stars nachzueifern, ihnen ähnlich zu sein oder sie zu erreichen? Ähnlich geht es Ihrem Kind nun mit Influencern. Ihre eigenen Erfahrungen können helfen, mit Ihrem Kind über Dinge zu sprechen, die ihm wichtig sind. Sie können sich auch darüber austauschen, was heute anders ist als in Ihrer Jugend. Vielleicht haben Sie sogar noch Fotos aus Ihrer Zeit, die Sie gemeinsam ansehen können.

Vermarktung und Inszenierung von Influencern erkennen und durchschauen

Sprechen Sie mit Ihrem Kind darüber, wie Influencer arbeiten und wie der Alltag von ihnen aussieht. Denn Influencer bieten nur scheinbar persönliche Einblicke in ihre Welt und ihren Alltag. Was die Follower zu sehen bekommen, sind bewusst ausgewählte und gezielt inszenierte kleine Ausschnitte. Die Beiträge (Fotos oder Videos) sind so gestaltet, dass die Influencer darin z. B. besonders schön, sportlich oder lustig wirken. Wie viel Arbeit hinter einem Video steckt, ist am Ergebnis oft nicht zu erkennen. Der (teils harte) Arbeitsalltag von Influencern wird nicht gezeigt. Erklären Sie Ihrem Kind, dass die Kanäle von Influencern zur Unterhaltung gedacht sind. Sie wollen möglichst viele Klicks bekommen und damit Geld verdienen.

Empfehlungen von Influencern kritisch hinterfragen lernen

Influencer bauen durch ihre Inhalte eine (scheinbare) Nähe zu ihren Followern auf. Es hat den Anschein, als wäre man mit ihnen befreundet. Das nutzen Influencer für sich selbst und für andere. Wenn ihre Community groß ist oder sie viele Klicks bekommen, sind sie nämlich interessante Werbepartner für Firmen. Um Geld zu verdienen, werben sie dann auf ihren Kanälen für verschiedene Produkte. Vor allem für Kinder und Jugendliche ist es meist schwierig zu erkennen, dass es sich nicht um die Empfehlung einer Freundin oder eines Freundes handelt, sondern um Werbung. Sensibilisieren Sie Ihr Kind für diese Art von Werbung und besprechen Sie gemeinsam, ob ein Produkt wirklich gekauft werden muss, nur weil der Lieblings-Influencer es empfiehlt.

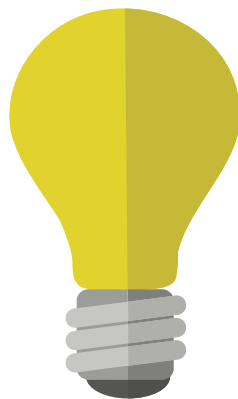
Kinder und Jugendliche dabei unterstützen, ihre eigene Meinung zu bilden

Influencer sind Idole für Kinder und Jugendliche und haben Einfluss auf ihre Meinung, Entwicklung und Ideale. Es ist daher wichtig für Kinder und Jugendliche, Inhalte und Aussagen von Influencern zu reflektieren, einzuordnen und sich selbst eine Meinung bilden. Finde ich gut, was in dem Beitrag gezeigt wird? Stimmt das, was der Influencer behauptet? Sieht er oder sie den ganzen Tag so gut aus? Unterstützen Sie Ihr Kind dabei, Inhalte und Aussagen von Influencern zu bewerten, ggf. Fakten zu recherchieren und für sich selbst einen Standpunkt zu finden.

Abwechslung bieten

Andere Menschen treffen, gemeinsam lachen und etwas unternehmen – das kann helfen, die Freizeit Ihres Kindes und den Familienalltag bewusst ohne Medien zu gestalten. Auch ohne Smartphone oder Messenger kann man sich gut über aktuelle Trends, Wünsche oder auch Aktionen und Inhalte von Influencern austauschen.

Weitere Tipps gibt die Videoreihe ➔ **#Elterninformiert** zum Thema Influencer von klicksafe.





Kennzeichnung von Werbung

Ob hinter Beiträgen von Influencern kommerzielle Absichten stehen, können vor allem junge Follower oft nicht so leicht erkennen. Besonders wichtig ist es daher, dass Influencer solche Beiträge als Werbung kennzeichnen. Kennzeichnungspflichtig sind z. B. Beiträge, für die der Influencer eine Bezahlung oder Gegenleistung bekommt. Das gilt auch, wenn die Veröffentlichung an Vereinbarungen oder Bedingungen geknüpft ist. Auch Beiträge mit Rabattcodes, Affiliate Links oder anderen werblichen Links, z. B. zu Online-Shops oder Produktseiten, müssen als Werbung gekennzeichnet sein. ^[1]

Werbliche Kooperationen

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... ein/e Produkt/Marke/Dienstleistung in den Beiträgen platziert ist und in den Posts auftaucht bzw. immer wiedervorgestellt wird und der Influencer eine Gegenleistung bekommt (z. B. Geld, aber auch andere Vorteile, kostenlose Produkte, Reisekosten, Eventeinladungen etc.)
- ... eine Marke gut erkennbar dargestellt ist, z. B. auf Gegenständen oder Kleidung und der Influencer sie vorstellt und zum Kauf anregt.
- ... der Influencer ein Produkt in seinen Alltag/Tagesablauf einbindet und es empfiehlt, indem er einen persönlichen Bezug herstellt oder sogar einen Rabattcode gibt.

Eigene Marken, Produkte und Merchandise

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... der Influencer eigene Produkte, z. B. eine Kosmetikserie oder Kleidung, vorstellt und empfiehlt. Verfolgt er damit eine klare kommerzielle Absicht, muss der Beitrag gekennzeichnet sein.
- ... der Influencer eigene Produktlinien bei bekannten Marken vorstellt und empfiehlt (z. B. Schmuck oder Mode).
- ... der Influencer bei eigenen Kollektionen zur Hauptmarke verlinkt, mit der er zusammenarbeitet.

Werbliche Links, Affiliate Links und Rabattcodes

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... man über Sticker oder verlinkte Tags in Bildern oder Videos direkt zu einer Produkt-Website oder einem Online-Shop geleitet wird.
- ... im Beschreibungstext unter dem Video Links zu Websites stehen, auf denen Produkte aus dem Video erhältlich sind oder direkt zum Online-Shop.
- ... der Influencer Rabattcodes vergibt und direkt zu einer Website verlinkt, auf der man das Produkt kaufen kann.

Videos und Podcasts

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... das Produkt den Beitrag in der Hauptrolle dominiert und es sich um einen insgesamt werblichen Beitrag handelt. Dann muss der Beitrag mit einer Dauereinblendung (z. B. „Werbevideo“) versehen werden. Bei Audioinhalten erfolgt die Kennzeichnung durch einen akustischen Hinweis vorab, z. B. ein Jingle.
- ... das Produkt eine Nebenrolle spielt, z. B. in Form von Produktplatzierungen und nur beiläufig erwähnt oder gezeigt wird. Die Kennzeichnung muss zu Beginn des Beitrags erfolgen, z. B. „enthält Produktplatzierung“.
- ... eine Sendung durch einen Sponsor unterstützt wird. Der Hinweis auf den Sponsor sollte aber keine Kaufappelle, Erwerbsmöglichkeiten oder Rabattcodes enthalten.

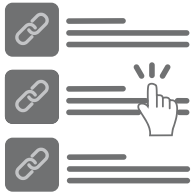
Wie muss die Kennzeichnung von Werbung aussehen?

Es muss auf den ersten Blick zu erkennen sein, dass es sich bei einem Beitrag um Werbung handelt. Die Kennzeichnung muss daher schon am Anfang eines werblichen Beitrags oder Textes und in allen betreffenden Texten, Bildern oder Videos enthalten sein (z. B. auch mehrere Slides in einer Instagram-Story). Bei Texten muss die Kennzeichnung entweder oberhalb oder unmittelbar unterhalb der Überschrift erfolgen. Bei reinen Bildbeiträgen ohne Text muss sie als deutlich sichtbarer grafischer Hinweis im Bild zu sehen sein. Sie muss deutlich sein, nicht zu klein und nicht in transparenter Schrift. Die Kennzeichnung kann z. B. durch die Bezeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ oder „bezahlte Werbepartnerschaft“ erfolgen. Unklare Wortschöpfungen („Infomercial“, „Advertorial“), Abkürzungen („AZ“, „ad“) oder anderweitige, auch fremdsprachige Umschreibungen wie „sponsored by“ oder „PR sample“, reichen nicht aus.

Quellenangaben

[1] Die Medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.) (2021): Werbekennzeichnung bei Online-Medien. Leitfaden der Medienanstalten. Internet: www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Merkblaetter_Leitfaeden/ua_Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_Online-Medien.pdf [Stand: 05.12.2022]

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen der bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Liken, posten, teilen – Social-Media-Angebote hinterfragen und sicher nutzen“ des Medienführerscheins Bayern für den Bereich der sonderpädagogischen Förderung. Die Materialien sind abrufbar unter www.medienfuehrerschein.de. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.



Beratungsstellen und Hilfsangebote

Beratung und Hilfe

Bundeskongress für Erziehungsberatung e. V. – Fachverband für Erziehungs- und Familienberatung

Der Fachverband bietet ein Online-Beratungsangebot für ➔ **Jugendliche** und für ➔ **Eltern**. Das Angebot ermöglicht z. B. den Austausch mit Gleichaltrigen in Foren oder Gruppen-Chats oder eine professionelle Beratung durch Fachkräfte.

Jugend.support

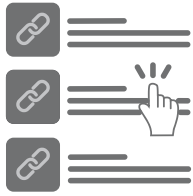
➔ **Jugend.support** unterstützt Jugendliche, mit schwierigen Situationen im Internet umzugehen, z. B. Mobbing und Belästigung, Unangenehmes und Extremes oder bei Notfällen.

Juuuport

➔ **Juuuport** ist eine bundesweite Online-Beratungsstelle von Jugendlichen für Jugendliche. Sie finden dort Hilfe zu verschiedenen Themen und Problemen im Internet. Ehrenamtlich aktive Jugendliche und junge Erwachsene helfen Gleichaltrigen bei Online-Problemen wie Cybermobbing, Stress in sozialen Medien, Datenmissbrauch, exzessiver Mediennutzung oder Fake News.

Nummer gegen Kummer

Das Angebot ➔ **Nummer gegen Kummer** bietet anonyme Beratung und Hilfe bei unterschiedlichen Problemen – telefonisch und online. Neben Kindern und Jugendlichen können auch Eltern das Angebot nutzen.



Weiterführende Informationsangebote



Online-Angebote

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM): Werbung: Was geht – und was nicht.

➔ www.blm.de

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist als Landesmedienanstalt für die Regulierung von Werbung im privaten Rundfunk zuständig. Sie nimmt Beschwerden entgegen und verhängt Sanktionen bei Werbeverstößen. Auf der Seite wird erläutert, welche Regulierungen zur Werbung es gibt und wie Sanktionen bei Verstößen gegen die Werberegulierungen aussehen. Die rechtlichen Grundlagen zu den Regulierungen – der Medienstaatsvertrag (MStV) und die Werbesatzung (WerbeS) – sind auf der Seite eingebunden.

klicksafe:

Influencer. Wichtige Vorbilder oder schlechter Einfluss?

➔ www.klicksafe.de

Die Seite erklärt, was Influencer sind und was sie tun, zeigt ihre Funktion als Werbepartner und ihre Wirkung auf Jugendliche auf. Eltern erhalten Tipps, wie sie ihr Kind im Umgang mit Influencern unterstützen können.

klicksafe:

Problematische Inhalte bei Influencer*innen

➔ www.klicksafe.de

Der Beitrag von klicksafe befasst sich mit schwierigen Inhalten und problematischen Tendenzen bei Influencern, z. B. Hetze und Verschwörungserzählungen, extremistische Ansichten, Vorleben und Zuschauertendenzen von überholten Rollenbildern oder die Darstellung von extremen, schwer zu erreichenden bzw. ungesunden Körperbildern. Es wird erklärt, dass es für Jugendliche schwierig ist, sich von Ansichten oder Inhalten zu distanzieren, die sie von Idolen und Vorbildern wie Influencern gezeigt bekommen.

mediasmart:

Handlungsempfehlungen Kinder-Influencing

➔ www.mediasmart.de

Für Eltern, die zusammen mit ihrem Kind Inhalte wie z. B. Videos erstellen und diese auf YouTube oder Social Media veröffentlichen, wird in den Handlungsempfehlungen erklärt, worauf zu achten ist, etwa welche rechtlichen Rahmenbedingungen es gibt. Die Handlungsempfehlungen wurden erstellt von der Arbeitsgruppe „Kinder-Influencing“, bestehend aus unterschiedlichen Institutionen, die im Jugendschutz und der Medienkompetenzförderung tätig sind.

SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: InfluencerInnen – Das verbirgt sich hinter den Idolen aus dem Internet

➔ www.schau-hin.info

Auf der Seite wird erläutert, welche Rolle und Bedeutung Influencer für Jugendliche haben können, wie Influencer Werbung in ihre Videos einbauen und wie Jugendliche diese Art von Werbung einschätzen. Es werden Chancen und Risiken aufgezeigt, die sich aus der Faszination für Influencer ergeben.

SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: Online-Werbung – ein Risiko für Kinder?

➔ www.schau-hin.info

Die Seite erläutert, warum Werbung besonders für Kinder problematisch sein kann, welche Formate von Online-Werbung es gibt und welche Rolle Influencer im Bereich Werbung spielen. Eltern bekommen Tipps, wie sie ihr Kind in Sachen Online-Werbung unterstützen können.

SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: Werbung bei YouTube – für Kinder oft ein Rätsel

➔ www.schau-hin.info

Der Beitrag erklärt, wie Influencer mit Werbung Geld verdienen und auf welche Weise diese in Kanäle oder Videos eingebaut wird.

Verbraucherzentrale Bayern:

Influencer:in oder nicht? Wann ein Beitrag Werbung ist

➔ www.verbraucherzentrale-bayern.de

Der Beitrag zeigt auf, wann und wie Postings als Werbung gekennzeichnet werden müssen und wie die Kennzeichnungspflicht für Influencer bzw. deren Beiträge aussieht.



Studien

Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln.

➔ www.bzkg.de

Publikation der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (aktualisierte und erweiterte 2. Auflage, März 2022).

JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien

➔ www.mpfs.de

Jährlich erscheinende Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest.

KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien

➔ www.mpfs.de

Zweijährlich erscheinende Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest.

Report: Influencing und Verschwörungspropaganda. Andocken an Mediengewohnheiten stellt Risiko für Kinder und Jugendliche dar

➔ www.jugendschutz.net

Report von jugendschutz.net (2022).

Report: Kinder als YouTube-Stars. Wann werden dabei Persönlichkeitsrechte verletzt?

➔ www.jugendschutz.net

Report von jugendschutz.net (2019).

Studie zu Werbepraktiken und direkten Kaufapellen an Kinder in sozialen Medien. Ein Forschungsprojekt im Auftrag der KJM

➔ www.kjm.de

Studie im Auftrag der Kommission für Jugendmedienschutz (2021).

Dossier: Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube. Wenn Kinder zu Influencern (gemacht) werden

➔ www.dkhw.de

Dossier des Deutschen Kinderhilfswerks e. V. (2019).



Broschüren und Informationsmaterial

Kinder und Onlinewerbung. Ein Ratgeber für Eltern

Infobroschüre des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

➔ www.bmfsfj.de

Leitfaden der Medienanstalten: Werbekennzeichnung bei Online-Medien

Leitfaden der Landesmedienanstalten Deutschlands

➔ www.die-medienanstalten.de

Sicherheit im Medienalltag. Onlinetipps für Groß und Klein

Infobroschüre der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) – Zentrale Geschäftsstelle

➔ www.polizei-beratung.de

Wie verdienen YouTube-Stars Geld?

Infografik von klicksafe

➔ www.klicksafe.de

#Elterninformiert

Videoreihe von klicksafe zum Thema Influencer

➔ www.klicksafe.de

Impressum

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Redaktion: Jutta Baumann, Simone Hirschbolz, Verena Radmanic, Julia Vatter (Stiftung Medienpädagogik Bayern)

Satz und Layout: Werbhaus, Georg Lange

Bildnachweise: Peter Weber Grafikdesign

Die entstandenen Materialien basieren zum Teil auf bereits bestehenden Materialien des Medienführerscheins Bayern:

- Bereich der Sonderpädagogischen Förderung: „Gamen, daddeln, zocken – Digitale Spiele hinterfragen und verantwortungsbewusst nutzen“ (Autorin: Annette Pola); „Liken, posten, teilen – Social-Media-Angebote hinterfragen und sicher nutzen“ (Autorin: Selma Brand);
- 5., 6. und 7. Jahrgangsstufe: „Ich im Netz I – Eigene Daten schützen und mit Bildern verantwortungsvoll umgehen“ (Autorin: Dr. Kristina Hopf); „Fakt oder Fake? Glaubwürdigkeit von Online-Quellen prüfen und bewerten“ (Autorin: Stefanie Rack); „Meine Medienstars – Inszenierungsstrategien durchschauen und hinterfragen“ (Autorin: Kim Beck);
- 8. und 9. Jahrgangsstufe: „Im Informationsdschungel – Meinungsbildungsprozesse verstehen und hinterfragen“ (Autoren: Dr. Olaf Selg, Dr. Achim Hackenberg); „Ich als Urheber – Urheberrechte kennen und reflektieren“ (Autorin: Dr. Kristina Hopf)

Digitale Elemente

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern, Fish Blowing Bubbles GmbH

Redaktion: Jutta Baumann, Simone Hirschbolz, Verena Radmanic, Julia Vatter (Stiftung Medienpädagogik Bayern)

Grafische Gestaltung: Fish Blowing Bubbles GmbH

Film-Clips

Konzeption: Stiftung Medienpädagogik Bayern, Enrico Pallazzo – Gesellschaft für gute Unterhaltung GmbH

Redaktion: Jutta Baumann, Simone Hirschbolz, Verena Radmanic, Julia Vatter (Stiftung Medienpädagogik Bayern)

1. Auflage: München, 2022

Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern

Alle Rechte vorbehalten



Entwicklung der Materialien im Rahmen des Pilotversuchs „Digitale Schule der Zukunft“ und gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus.



Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Herausgebers und der Autoren ausgeschlossen ist.