

# Digitale Grundbildung

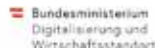
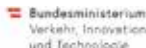
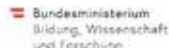


Playmit-Urkunde DIGITAL 4.0



## Monatsthema #1

In Kooperation mit:





# Lehrbücher + Hefte für Lehrende

## Bestellinformation



Allgemeine Bedingungen: Pro Schule können **5 Lehrbücher für Schüler** kostenlos bestellt werden.

Online-Bestellung unter: [www.playmit.com/buch](http://www.playmit.com/buch) (Gratisexemplare NUR für Schulen in Österreich mit Schulkennzahl).

**Tipp: Viele Schulen bestellen die Lehrbücher für Schüler als „Unterrichtsmittel eigener Wahl“**

**Empfehlung: Schüler sollten ihr jeweils persönliches Exemplar des Lehrbuchs DIGITAL 4.0 besitzen, damit sie sowohl im schulischen/beruflichen Kontext als auch privat jederzeit darauf als Ratgeber und Nachschlagewerk zurückgreifen können.**

### Schnupper-Paket

**5 Stück Gratis-Lehrbücher** mit Anwendungsbeispielen.

Es fallen nur die Versandkosten von **15,80 €** an.

Bezahlung der Versandkosten im Voraus.

Rechnung über Versand wird automatisch beigelegt.

[Printexemplar durchblättern und bestellen auf](http://www.playmit.com/buch)

[www.playmit.com/buch](http://www.playmit.com/buch)

### Starter-Paket

**30 Lehrbücher** für Schüler (92 Seiten)

**1 Gratis-Heft** für Lehrende (132 Seiten)

Versand kostenlos, Bezahlung im Voraus.

Rechnung wird automatisch beigelegt.

[Printexemplar durchblättern und bestellen auf](http://www.playmit.com/buch)

[www.playmit.com/buch](http://www.playmit.com/buch)

Preise auf [www.playmit.com](http://www.playmit.com)

### Kleines Schul-Paket

**60 Lehrbücher** für Schüler (92 Seiten)

**5 Gratis-Hefte** für Lehrende (132 Seiten)

Versand kostenlos, Bezahlung im Voraus.

Rechnung wird automatisch beigelegt.

[Printexemplar durchblättern und bestellen auf](http://www.playmit.com/buch)

[www.playmit.com/buch](http://www.playmit.com/buch)

Preise auf [www.playmit.com](http://www.playmit.com)

### Großes Schul-Paket

**90 Lehrbücher** für Schüler (92 Seiten)

**6 Gratis-Hefte** für Lehrende (132 Seiten)

Versand kostenlos, Bezahlung im Voraus.

Rechnung wird automatisch beigelegt.

[Printexemplar durchblättern und bestellen auf](http://www.playmit.com/buch)

[www.playmit.com/buch](http://www.playmit.com/buch)

Preise auf [www.playmit.com](http://www.playmit.com)



**Lehrbuch für Schüler**

lt. Lehrplan, Beispiele aus der Praxis, Arbeitsaufträge + QR-Link zu Quizfragen.

**Heft für Lehrende**

mit Unterrichts-vorbereitung, Arbeitsaufträgen, Arbeitsblättern + Lösungen



Angebot gültig, solange der Vorrat reicht. Versandkosten bestehen aus: Porto, Personalaufwand und Verpackungsmaterial.

# Traumberuf YouTuber ausgeträumt?



Bildquelle: Shutterstock@pathdoc

Viele Kinder und Jugendliche träumen davon, als YouTube-Star berühmt, erfolgreich und reich zu werden. Ihre Vorbilder PewDiePie, Gronkh, Dagi Bee & Co. Zeigen es vor – scheinbar mühelos posieren sie vor der Kamera, erzählen über ihr Leben bzw. ihr Hobby, machen Witze, spielen Games oder geben die neueste Beauty-Trends preis. Unternehmen scheinen gerne bereit zu sein, diese YouTuber mit den neuesten Produkten zu versorgen, zudem kann über die Abonnenten-Zahl im YouTube-Kanal noch Geld mittels Werbeanzeigen verdient werden.

Doch das, was so leicht und erstrebenswert aussieht, hat schon so manche Videoproduzenten körperlich und seelisch an seine Grenzen gebracht. Immer mehr YouTuber klagen über Stress und Burn-out sowie auch Depressionen. Warum das so ist? Videoplattformen sind schnelllebig – wenn man nicht regelmäßig neue Videos postet, gerät man schnell in Vergessenheit oder die Abonnenten wandern zu anderen Kanälen ab. Der ständige Druck, Neues und Kreatives zu publizieren, trägt dazu bei, dass sich viele gestresst fühlen. Chronische Müdigkeit, das Gefühl unglücklich zu sein und keine Energie mehr zu haben, sind typische Anzeichen von Burn-out.

So berichtet der amerikanische Influencer Bobby Burns in einem YouTube-Video über seinen Zusammenbruch. Er war aufgrund des hohen Veröffentlichungsdrucks mit den von ihm erstellten Filmen nicht mehr zufrieden, weil sie nicht mehr viel mit ihm zu tun hatten. Sein Leben habe sich nur noch um YouTube gedreht, über einen Zeitraum von 1,5 Jahren konnte er keine Pause machen, um seine AnhängerInnen nicht zu verlieren. Daraus entwickelten sich Depressionen und Panikattacken. Ein anderer YouTuber – Matt Lees vom YouTube Channel

Cool Ghosts – berichtete sogar über Tage, an denen er 20 Stunden damit beschäftigt war, seine Videos in der Suchmaschine YouTube nach vorne zu bringen und seine Fans an der Stange zu halten. YouTubes Algorithmus bevorzugt Kanäle, wo regelmäßig neue Videos upgeloadet werden, was dazu führt, dass es weniger um Qualität als um die Menge an Filmen geht. Ninja, ein erfolgreicher Twitch-Streamer, veröffentlichte in einem Tweet, dass er ungefähr 40.000 AbonnentInnen verlor, weil er 48 Stunden lang nichts online gestellt hatte.

Neben den hohen Erwartungen des Publikums geben viele YouTuberInnen auch der Plattform selbst die Schuld, da die Regeln verschärft wurden und für Werbung weniger an die Influencer ausbezahlt wird. Einige YouTuberInnen berichteten, dass sie dadurch um mehr als ein Drittel weniger an Werbeeinnahmen hatten. Zudem sind sie weniger auf der Startseite von YouTube zu finden – eine weitere Einschränkung, vor allem, wenn es um das Gewinnen neuer AbonnentInnen geht.

Erfolgreiche Video-ProduzentInnen verbringen viel Zeit damit, ihre Postings genau zu planen und sogar eine Art Drehbuch dafür zu schreiben. Zudem müssen Requisiten und Produkte für das Shooting besorgt werden. Nach dem Filmen wird noch Zeit benötigt, um die Videos nachzubearbeiten und zu schneiden. Ist man bekannter, kommt auch noch der Kontakt mit den Fans über diverse soziale Medien, mit der Presse und mit Sponsoren dazu. Zu all diesem Druck kommen dann noch die Hasspostings, mit denen sich YouTuber häufig auseinandersetzen müssen. Seit viele YouTube Stars offen über ihr Burn-out sprechen, hat dieser Traumberuf auf jeden Fall etwas von seinem Glanz verloren.



## ► Quizfragen zu „Traumberuf YouTuber ausgeträumt?“

### Welchen Einfluss hat der Algorithmus von YouTube?

- auf das Einkommen der Filmer
- wie lange das Video online bleibt
- wie viele Personen das Video liken

### Eine Amerikanerin schoss mit einer Pistole im April 2018 auf Angestellte von YouTube. Was war der Grund?

- um ein tolles Video zu bekommen
- weil sie auf die berühmten YouTuber eifersüchtig war
- sie glaubte, dass der Algorithmus von YouTube ihre Beiträge ignorierte

### Wie viel verdiente der Twitch-Streamer Ninja 2018 wöchentlich mit seinen Videos?

- 200.000 Dollar
- 350.000 Dollar
- 500.000 Dollar

### Viele YouTuber sind Influencer. Das bedeutet, dass sie ...

- interessant für Werbung sind
- große Vorbilder sind
- viele AbonnentInnen haben

### Wie heißt der Premium-Dienst von YouTube?

- YouTube Black
- YouTube Blue
- YouTube Red

#### ► Erläuterung:

Der Algorithmus entscheidet, wie vielen und welchen Personen ein Video empfohlen wird. Da empfohlene Videos häufig auch angesehen werden, hängt damit tatsächlich auch direkt das Einkommen zusammen.

#### ► Erläuterung:

In einem Video, das vor ihrem Amoklauf auf dem Gelände des YouTube-Hauptquartiers hochgeladen wurde, beschwerte sie sich, dass YouTube ihre Kanäle so filterte, dass sie niemandem vorgeschlagen würden.

#### ► Erläuterung:

Wenn man den Angaben glauben kann, dann verdiente Ninja tatsächlich eine halbe Million Dollar pro Woche – trotzdem rettet ihn das Geld nicht vor Depressionen oder Angstgefühlen.

#### ► Erläuterung:

Influencer sind wichtig für Werbung und Vermarktung, da sie großen Einfluss auf die Meinung ihrer Fans haben. Produkte, die sie empfehlen, werden zahlreich von den Followern gekauft.

#### ► Erläuterung:

Der Premium-Dienst, der kostenpflichtig, aber dafür werbefrei ist, verlangt von YouTubern noch eine höhere Frequenz an hochgeladenen Filmen.

## ▶ Arbeitsanregungen zum Thema „YouTuber“

Sekundarstufe I

**1** Zeigen Sie Ihren Schülern Fotos von berühmten YouTube Stars (z. B. Bianca Heinicke, Julien Bam, Gronkh, Dagi Bee, ApeCrime – Hinweis: eine Webrecherche liefert rasch Ergebnisse, welche YouTube Kanäle derzeit besonders angesagt sind). Präsentieren Sie die Fotos mit den Namen und fragen Sie, was all diese Personen gemeinsam haben. Voraussichtlich werden zumindest einige der YouTuber erkannt werden und die Schüler sollten die Gemeinsamkeit rasch finden. Fragen Sie in einem nächsten Schritt, welche YouTube-Videos von Ihren Schülern häufiger geschaut werden und regen Sie sie an, verschiedene Kategorisierungen zu finden (Prank Videos, Collection Videos, Q&A Videos, Unboxing Videos, Videos mit Lehrinhalten, Best-of-Videos, Memes/Tags, Haul Videos, Comedy, Gaming, Vlogs, Tutorials, Produkttests). Sollte es Kategorien geben, die Ihre Schüler nicht kennen, klären Sie diese. Wenn möglich, lassen Sie sich auch Videos (zumindest Ausschnitte, denn manche Videos dauern über eine Stunde) von YouTubern zeigen, die unter den Schülern Ihrer Klasse besonders beliebt sind. Was ist das Faszinierende an den unterschiedlichen Kategorien? Gehen Sie hier vor allem auf jene Videotypen ein, die in Ihrer Klasse öfters geschaut werden. Stoßen Sie danach eine Diskussion an, wie es diese YouTuber geschafft haben, so bekannt zu werden. Was ist dafür notwendig? (Gehen Sie neben den guten Ideen, regelmäßigen Upload von Videos und technischer Ausrüstung vor allem auch auf die Vernetzung ein, damit der Bekanntheitsgrad gesteigert wird.) Haben auch Ihre Schüler schon einmal ein Video auf YouTube hochgeladen? Wie erfolgreich waren sie dabei?

**2** Suchen Sie auf YouTube ein oder zwei Beispiele für How-to-Videos (Tutorials) und spielen Sie diese Ihren Schülern vor. Worauf ist beim Erstellen solcher Videos zu achten? Was braucht es generell, wenn man ein derartiges Video drehen möchte? Gehen Sie auf die Schritte der Planung (welche Zielgruppe soll es ansprechen, was steht in Drehbuch und Storyboard sowie welche technische Ausrüstung wie Mikrofon, Beleuchtung und Stativ ist notwendig?) ein. Sie können zudem Grundlegendes zum Filmen wie verschiedene Perspektiven mit den Schülern besprechen. Lassen Sie dann die Schüler in Kleingruppen arbeiten – es soll zuerst ein Storyboard für das Video entwickelt werden, danach das Video mit dem Smartphone auch tatsächlich gedreht werden. Wenn das Rohmaterial vorliegt, erklären Sie den Schülern noch, was beim Videoschneiden zu beachten ist (es gibt mittlerweile einige kostenlose Apps, mit denen Videos gleich direkt auch am Smartphone geschnitten und bearbeitet werden können). Auch Effekte und Blenden können noch eingefügt werden. Auf die fertigen Videos sollen sich die Schüler zum Abschluss gegenseitig Feedback geben.

Sekundarstufe II

**1** Frei nach dem Motto „Man muss kein Sänger sein, um YouTube-Star zu werden. Oft reicht schon ein Video eines Kindes, Haustieres oder doppelten Regenbogens, das den Nerv der Zuseher trifft und sich plötzlich viral verbreitet.“ gibt es immer wieder Videos, die auf sozialen Netzwerken auftauchen und tausendfach geteilt werden. Lassen Sie Ihre Schüler nach solchen Beispielen suchen (wie z. B. Grumpy Cat) und einige Beispiele vorstellen. Aber kann man mit YouTube-Videos wirklich reich werden? Welche Möglichkeiten gibt es hier? Lassen Sie die Schüler zuerst in Kleingruppen überlegen (Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung wird ihnen wahrscheinlich schon öfter aufgefallen sein, aber wie sieht es aus mit Crowdfunding, Vermarktung eigener Produkte, Affiliate Marketing, YouTube als Traffic-Generator für Webseiten/Blogs, Live-Auftritte?) und lassen Sie sie dann noch recherchieren, wofür die reichsten YouTube-Stars ihr Geld bekommen. Diskutieren Sie diese Beispiele im Plenum. Wenn noch Zeit bleibt, können Sie zudem noch den Status von YouTube-Stars als Influencer diskutieren. Welche Bedeutung haben solche Personen im Marketing für welche Zielgruppen?

**2** Was macht YouTuber und YouTube-Videos so interessant für Jugendliche? Teilen Sie Ihre Klasse in Zweier- oder Dreiergruppen ein und teilen Sie ihnen je eine Kategorie von Videos zu (z. B. Let's Play / Prank / Challenges / Haul-Videos / Vlogs / Memes / Collection-Videos / Styling-Tipps / Satire). Die Schüler sollen dann jeweils zwei Beispiele für solche Videos suchen und überlegen, inwiefern die YouTuber in diesem Video als Vorbild dienen. Werden Kaufempfehlungen, versteckte Werbungen (Produktplatzierungen) integriert, werden gesundheitlich bedenkliche Tipps gegeben oder gibt es rassistische bzw. sexistische Bemerkungen? Oder aber wird Wissen zielgruppengerecht vermittelt, werden Tipps und Informationen zu Themen der Jugendlichen gegeben, die man als positiv einschätzen kann? Am besten einigen Sie sich mit Ihren Schülern auf ein Analyseraster, das beim Ansehen der Videos ausgefüllt wird. Wichtig ist, dass allen Schülern klar ist, was unter Produktplatzierung zu verstehen ist, ab wann eine Bemerkung als rassistisch oder sexistisch gilt etc. Nach der Analyse der Videos soll jede Gruppe eine Empfehlung aussprechen, ob dieses YouTube-Video für Kinder und/oder Jugendliche geeignet ist und die Entscheidung begründen. Alternativ kann diese Bewertung auch schriftlich erfolgen (eventuell sogar mit einem Rating-System, wo maximal 5 Punkte/Sterne etc. vergeben werden können).



---

## Impressum

Playmit GmbH, Hetzgasse 26/1–3, 1030 Wien. FN394766p.

Kontakt: [hubert.hilgert@playmit.com](mailto:hubert.hilgert@playmit.com)

© Playmit GmbH, Hetzgasse 26/1–3, 1030 Wien. Alle Rechte vorbehalten. Jede Art der Vervielfältigung – auch auszugsweise – ist gesetzlich verboten. Es gelten die AGB von [www.playmit.com](http://www.playmit.com).

Coverphoto: [shutterstock\\_175257140@LStockStudio](https://www.shutterstock.com/stock-photo/175257140)

Haftungsausschluss: Trotz sorgfältiger Recherchen wird für die Richtigkeit der Inhalte keine Haftung übernommen.

Dieses „Monatsthema zur digitalen Grundbildung“ wurde erstellt vom Team der KPH Wien/Krems unter der Leitung von HS-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Sonja Gabriel, MA MA. Ein herzliches Dankeschön für die kurzfristige und professionelle Umsetzung.