

Bezahlen mit Daten. Online-Werbung und die Geschäftsmodelle der Gratisökonomie

Die Geschäftsmodelle kostenfreier sozialer Netzwerke wie Facebook, Instagram oder YouTube beruhen im Wesentlichen darauf, attraktive Plattformen für Werbung zu sein. Da sie keine Nutzungsgebühren erheben, sind sie darauf angewiesen, möglichst viel Geld mit Werbung zu verdienen. Der Sammlung und Auswertung von Nutzerdaten kommt dabei eine zentrale Funktion zu: Die ausgewerteten Daten ermöglichen den Plattformen vielfältige Werbeflächen anzubieten, die zielgenau potenzielle Kunden erreichen und daher gut zu verkaufen sind. Die umfangreiche Erhebung der Daten dient primär zwei kommerziellen Zielen: Zum einen der Optimierung der Werbemöglichkeiten und zum anderen der Verbesserung der Netzwerk-Angebote, um eine möglichst große und wachsende Zahl von Nutzern binden zu können. Beides sind zwingende Voraussetzungen dafür, um noch mehr Werbung verkaufen zu können: Mehr Nutzer erbringen noch mehr Daten und mehr Daten führen wiederum zu einem noch höheren Werbeerlös. Die Netzwerke sind daher gezwungen, mit allen Mitteln um die Aufmerksamkeit der Nutzer zu kämpfen, um diese immer wieder und möglichst lange auf ihre Plattform zu bringen. Kritiker konstatieren in diesem Zusammenhang eine süchtig machende Wirkung: Die Plattformen seien systematisch daran ausgerichtet, die Nutzer immer wieder zur Anwendung zurückzulocken. Benachrichtigungs-Icons, Push-E-mails, Farben und Design seien nach verhaltenspsychologischen Erkenntnissen gestaltet, um zum Besuch der Netzwerke zu verführen. All das sind Folgen eines Geschäftsmodells, in dem kostenlose Angebote mit dem Verkauf von Werbung finanziert werden.

Die hier versammelten Unterrichtsvorschläge drehen sich um die Geschäftsmodelle der daten- und werbebasierten Netzwerke. Die Schülerinnen und Schüler lernen die ökonomischen Zusammenhänge kennen und gehen den Funktionsweisen kostenloser Angebote im Netz nach. Sie setzen sich mit den Konsequenzen auseinander, die das Modell „Zahlen mit eigenen Daten“ zur Folge hat, und gehen den Implikationen und Voraussetzungen dieser Geschäftsmodelle nach.

Kompetenzerwerb im Überblick

Auswerten und Bewerten

Informationen und Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten
Informationsquellen analysieren und kritisch bewerten

Medien analysieren und bewerten

Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten kennen und bewerten
Interessengeleitete Setzung, Verbreitung und Dominanz von Themen in digitalen Umgebungen erkennen und beurteilen

Unterrichtsideen

Wirkungen von Medien in der digitalen Welt (z. B. mediale Konstrukte, Stars, Idole, Computerspiele, mediale Gewaltdarstellungen) analysieren und konstruktiv damit umgehen

Medien in der digitalen Welt verstehen und reflektieren

Chancen und Risiken des Mediengebrauchs in unterschiedlichen Lebensbereichen erkennen, eigenen Mediengebrauch reflektieren und ggf. modifizieren

Vorteile und Risiken von Geschäftsaktivitäten und Services im Internet analysieren und beurteilen

Algorithmen erkennen und formulieren

Funktionsweisen und grundlegende Prinzipien der digitalen Welt kennen und verstehen

Unterrichtsvorschläge

1.) Bezahlen mit Daten – Die Geschäftsmodelle werbebasierter Angebote im Netz (90 Min. bzw. 2 x 45 Min.)

Zum Einstieg in das Thema kann zu Beginn das **Video** „Apple. Google. Facebook. Amazon“ im **Plenum** gezeigt werden. Es gibt einen Überblick über Strategien und Geschäftsmodelle dieser Unternehmen und deren Bedeutung für die Nutzer. Auch wenn einzelne Details oder Zahlen sich weiterentwickelt haben, sind die dargelegten Grundprinzipien immer noch hochaktuell. Anschließend wird von der Lehrkraft das Thema des Unterrichtsangebotes vorgestellt: *Wie daten- und werbebasierte Angebote und Netzwerke wie Facebook, Google oder YouTube Geld verdienen, obwohl sie für die Nutzer kostenlos sind.* Hierfür steht die Vorlage „Geschäftsmodell: Bezahlen mit Daten“ mit Hintergrundinformationen zur Verfügung, die die Lehrkraft austeilen und gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern durchgehen kann.

Die Schülerinnen und Schüler erhalten nun die Aufgabe, **Sketchnotes** zu ihrer eigenen Wahrnehmung und Bewertung dieser Angebote zu erstellen. Bei Sketchnotes werden Notizen (notes) durch verschiedene Skizzen, kleine Bildchen und andere Visualisierungen (sketches) unterstützt und dadurch greifbarer gemacht. In der Vorlage „Tipps für dein Plakat“ sind Anregungen und Hilfestellungen zur Erstellung einer Sketchnote enthalten. Die Jugendlichen werden in **Fünfergruppen** eingeteilt, um gemeinsam ein soziales Netzwerk in ihre Sketchnote einzutragen, das sie alle selbst nutzen. Hierfür sollen sie sich in den Gruppen jeweils auf ein Netzwerk einigen. In einem zweiten Schritt tragen sie all die Werbeformen – z.B. Textanzeigen, Banner oder Videoclips – ein, die ihnen in dem jeweiligen Netzwerk begegnen. In einem dritten Schritt schließlich setzen sie sich gemeinsam mit folgenden Fragen auseinander:

- ➔ Warum bekommen wir als Nutzer Werbung angezeigt?
- ➔ Warum ist die Werbung für das Netzwerk wichtig?

Unterrichtsideen

- ➔ Warum sind wir Nutzer, die die Werbung angezeigt bekommen, für das Netzwerk wichtig?
- ➔ Wie bewerten wir die Werbung und unsere Rolle dabei?

Anschließend tragen die Schülerinnen und Schüler ihre Antworten in Form von Notizen und Skizzen in ihre Sketchnote ein.

Die fertiggestellten Sketchnotes werden danach im **Plenum** präsentiert und gemeinsam besprochen. Wie die präsentierten Netzwerke mit ihrem *Geschäftsmodell* „Bezahlen mit Daten“ zu bewerten sind, kann vor diesem Hintergrund Gegenstand einer tiefergehenden Diskussion sein.

Material und Medien:

Ein Computer für das Video

Plakatpapier oder Packpapier, Filz- und Buntstifte

Video: „Apple. Google. Facebook. Amazon“ (05:35)

Vorlage: „Geschäftsmodell: Bezahlen mit Daten“ (PDF)

Aufgabenblatt: „Sketchnote: Werbung und bezahlen mit Daten“ (DOC)

Vorlage: „Tipps für dein Plakat“ (PDF)

2.) Vertiefung: Die Kritik an den Geschäftsmodellen sozialer Netzwerke (90 Min. bzw. (2 x 45 Min.)

Der Unterricht kann im **Plenum** mit dem **Audio** „Zahle und du bekommst keine Werbung“ begonnen werden. Zu hören ist die Rede eines Managers vor der Aktionärsversammlung eines fiktiven Online-Netzwerkes. In der Rede wird der Zusammenhang von kostenlosem Angebot und der Zeit, die Nutzer investieren, angesprochen: Kostenfreie Angebote seien keineswegs umsonst, vielmehr zahlen die Nutzer mit Zeit, Aufmerksamkeit und persönlichen Daten. Als Alternative wird von dem Manager ein kostenpflichtiges Modell vorgeschlagen, um zahlende Nutzer frei von nervtötender Werbung zu machen. Durch die kontrastierende Alternative werden die *Implikationen der Geschäftsmodelle sozialer Netzwerke* deutlich: Da sie kostenlos sind, müssen sie die Zeit und Aufmerksamkeit der Nutzer binden, um Werbung verkaufen zu können.

Hieran anknüpfend kann die Lehrkraft nun das Unterrichtsthema vorstellen:

Ex-Mitarbeiter von Facebook und Google warnen mittlerweile vor dem Geschäftsmodell sozialer Netzwerke. Es beruhe darauf, die Nutzer mit psychologischen Tricks abhängig zu machen und sie dazu zu bringen, immer mehr Zeit in einem Netzwerk zu verbringen. Der Verkauf von Werbung würde nicht mehr funktionieren, wenn die Aufmerksamkeit der Nutzer nicht maximal gebunden würde. Die Geschäftsmodelle der Netzwerke führten aus diesem Grund zu Sucht, Aufmerksamkeitsstörungen und anderen Schäden.

Unterrichtsideen

Anschließend wird das Thema gemeinsam besprochen und die Schülerinnen und Schüler können ihre eigene Sicht und Erfahrungen hierzu beitragen oder Nachfragen stellen. Auf dieser Basis erhalten die Schülerinnen und Schüler eine **Hausaufgabe** bzw. eine **Aufgabe für die Lernzeit**: In **Einzelarbeit** gehen sie der Kritik an den Geschäftsmodellen der Netzwerke nach und schreiben eine **Erörterung** zu folgenden Fragen:

- ➔ Was ist die zentrale Kritik der Ex-Mitarbeiter an den Geschäftsmodellen sozialer Netzwerke?
- ➔ Mit welchen psychologischen Tricks versuchen soziale Netzwerke ihre Nutzer zu binden?
- ➔ Wie hängt dies mit den Geschäftsmodellen der Netzwerke zusammen?
- ➔ Wie bewertest du die Kritik der Ex-Mitarbeiter?

Für die Erstellung der Erörterung steht den Jugendlichen ein Aufgabenblatt inklusive Rechercheplan mit Internet-Quellen zum Thema zur Verfügung.

Die fertigen Erörterungen können anschließend in einem Reader zusammengefasst werden.

In der folgenden Unterrichtsstunde erhalten die Schülerinnen und Schüler den Auftrag jeweils mindestens drei Beiträge kritisch gegenzulesen. Die Lehrkraft sollte dabei eine sinnvolle Verteilung der Leseaufträge vornehmen, so dass alle Beiträge berücksichtigt werden. Nachdem alle den Reader gelesen haben, werden im **Plenum** die zentralen Aussagen gemeinsam besprochen.

Material und Medien:

Ein Computer oder Abspielgerät für das Audio

Computer mit Internetzugang für die ganze Klasse

Audio: „Zahle und du bekommst keine Werbung“ (02:54)

Aufgabenblatt: „Erörterung: Die Kritik am Geschäftsmodell sozialer Netzwerke“ (DOC)