

**Warum
dein Feed
nicht
zufällig
aussieht**

ST
DERSTANDARD

Warum dein Feed nicht zufällig aussieht – Lernunterlage für Lehrkräfte

Einführung: Worum geht es in diesem Modul?

Jugendliche verbringen täglich mehrere Stunden auf Social Media. Plattformen wie TikTok, Instagram oder Snapchat gehören für viele selbstverständlich zum Alltag. Sie informieren, unterhalten und verbinden Menschen miteinander. Gleichzeitig beeinflussen sie jedoch auch, welche Inhalte wir sehen, worüber wir sprechen und wie wir die Welt wahrnehmen.

Viele Jugendliche gehen davon aus, dass ihr Feed zufällig entsteht oder allen Nutzer:innen ähnliche Inhalte angezeigt werden. Tatsächlich entscheidet jedoch ein Algorithmus darüber, welche Beiträge im Feed erscheinen. Dieser Algorithmus lernt kontinuierlich aus dem Verhalten seiner Nutzer:innen und passt den Feed laufend an deren Interessen an.

Das Ziel dieses Moduls ist es, diesen Mechanismus verständlich zu machen. Die Schüler:innen sollen erkennen, dass sie ihren Feed nicht nur konsumieren, sondern ihn mit jeder Interaktion selbst mitgestalten.

Dabei geht es ausdrücklich nicht darum, Social Media schlechtzureden. Vielmehr sollen die Jugendlichen lernen, Plattformen bewusst zu nutzen und ihre Funktionsweise kritisch zu hinterfragen.

Lernziele: Nach diesem Modul können die Schüler:innen ...

- erklären, wie Social-Media-Algorithmen funktionieren.
- beschreiben, wie sich ein persönlicher Feed entwickelt.
- verstehen, warum emotionale Inhalte besonders häufig ausgespielt werden.
- erklären, weshalb Plattformen möglichst lange Aufmerksamkeit erzeugen möchten.
- konkrete Möglichkeiten nennen, mit denen sie ihren Feed bewusst beeinflussen können.

Überblick:

Dauer

40-60 Minuten

Zielgruppe

Schüler:innen (ca. 14-19 Jahre)

Benötigte Materialien

- Whiteboard oder Tafel
- Kreide oder Stifte
- ausreichend Platz im Klassenraum
- ca. 30 Themenkarten (siehe Kopiervorlage)
- Klebeband oder Magnete (optional)
- Beamer (optional)

INFOBOX: Warum dieses Modul wichtig ist

Kinder und Jugendliche verbringen heute deutlich mehr Zeit mit personalisierten Medien als jede Generation zuvor. Anders als Fernsehen oder Zeitung reagieren soziale Netzwerke auf das Verhalten ihrer Nutzer:innen. Jede Interaktion verändert den Feed.

Das bedeutet: Zwei Personen können dieselbe Plattform öffnen – und trotzdem völlig unterschiedliche Inhalte sehen. Genau deshalb ist es wichtig zu verstehen, wie Algorithmen arbeiten.

Lehrkräfte-Hinweis

Vermeiden Sie möglichst Formulierungen wie: "*TikTok ist schlecht*" oder "*Social-Media macht süchtig*." Das Ziel des Moduls besteht nicht darin, Angst zu machen.

Stattdessen sollen die Schüler:innen erkennen:

- Warum Plattformen so funktionieren
- Weshalb sie bestimmte Inhalte sehen
- Welche Möglichkeiten sie selbst haben, ihren Feed zu beeinflussen.

Didaktischer Hintergrund:

Dieses Modul basiert auf einem handlungsorientierten Ansatz. Die Schüler:innen sollen möglichst viele Erkenntnisse selbst entwickeln.

Deshalb wechseln sich **Diskussionen, kleine Experimente, Gruppenarbeiten und Reflexionsphasen** laufend miteinander ab. Der Unterricht orientiert sich an einer einfachen Leitfrage: Wer entscheidet eigentlich darüber, was ich auf Social Media sehe? Diese Frage begleitet das gesamte Modul.

Ablauf:

Phase	Dauer
• Einstieg: Reality Check	5 Minuten
• Warum scrollen wir so lange?	10 Minuten
• Der Algorithmus	20 Minuten
• Aufmerksamkeit als Geschäftsmodell	15 Minuten
• Abschluss	10 inuten

1. Einstieg: Reality-Check

Ziel: Die Schüler:innen reflektieren ihr eigenes Nutzungsverhalten und erkennen, dass Social Media einen großen Teil ihres Alltags einnimmt.

Durchführung: Markieren Sie im Klassenraum einen imaginären Zeitstrahl. Eine Seite des Raumes steht für **0 Stunden Bildschirmzeit pro Tag**, die andere Seite für **10 oder mehr Stunden Bildschirmzeit pro Tag**.



Die Schüler:innen stellen sich entsprechend ihrer täglichen Bildschirmzeit entlang der Linie auf.

Reflexion: Mögliche Fragen an die Schüler:innen:

- Warum stehst du genau dort?
- Welche App nutzt du am häufigsten?
- Welche App öffnest du meistens als Erstes?
- Welche App verbringt die meiste Zeit mit dir?
 - ➔ Notieren Sie die genannten Apps (z.B. TikTok, Instagram, Snapchat etc.) an der Tafel.
- Warum bleibst du z.B. auf TikTok oft länger als geplant?

Lehrkräfte-Hinweis

Es geht bei dieser Übung nicht darum, die Bildschirmzeit zu bewerten. Die Übung soll zeigen: Fast alle Jugendlichen verbringen täglich sehr viel Zeit auf Plattformen, deren Inhalte von Algorithmen gesteuert werden.

2. Warum scrollen wir so lange?

Reflexion: Fragen Sie die Klasse: "Warum nutzt ihr Social Media überhaupt?"

Schreiben Sie alle Antworten ungefiltert an die Tafel, z.B. Unterhaltung, Freunde, Langeweile, Musik.

Lehrkräfte-Hinweis

Widersprechen Sie den Antworten nicht!

Social Media erfüllt tatsächlich viele positive Funktionen. Die Schülerinnen und Schüler sollen zunächst wahrnehmen, warum sie diese Angebote gerne nutzen. Erst danach wird erklärt, warum Plattformen versuchen, diese Nutzung möglichst lange aufrechtzuerhalten.

Impuls: "Viele Funktionen auf Social Media gibt es auch bei Videospielen. Welche fallen euch da ein?"

Falls keine Antworten kommen, helfen Sie mit Beispielen: Likes, Follower, Streaks, tägliche Belohnungen, Ranglisten, sofortiges Feedback, Push-Benachrichtigungen, endloses Scrollen

Partneraufgabe: Social Media oder Videospiel? Die Schüler:innen arbeiten zu zweit.

Arbeitsblatt 1

Arbeitsauftrag: Kreuzt an, welche Elemente sowohl bei Social Media als auch bei Videospielen vorkommen.

- ☐ Belohnungen
- ☐ Punkte
- ☐ Level
- ☐ Sammeln

- ☐ Ranglisten
- ☐ Überraschungen
- ☐ Sofortiges Feedback
- ☐ Benachrichtigungen

Anschließend erfolgt die gemeinsame Besprechung.

INFOBOX: Warum funktionieren diese Elemente?

Unser Gehirn reagiert besonders stark auf kleine, unerwartete Belohnungen – ein Like, einen neuen Follower, eine Nachricht, ein lustiges Video. Jede dieser kleinen Belohnungen sorgt dafür, dass wir häufiger zur App greifen.

Zudem sind viele Funktionen sozialer Netzwerke bewusst so gestaltet, dass Nutzer:innen möglichst lange auf der Plattform bleiben. Dazu gehören unter anderem: Endloses Scrollen, personalisierte Empfehlungen, automatische Wiedergabe. Diese Funktionen belohnen unser Verhalten immer wieder und sorgen dafür, dass wir weiterscrollen

Plattformen nutzen diese Effekte gezielt, und so wird aus den geplanten fünf Minuten bei TikTok schnell eine halbe Stunde.

Reflexion: Besprechen Sie gemeinsam:

- Welche Funktion nutzt euch am meisten?
- Welche Benachrichtigungen öffnet ihr sofort?
- Wann verliert ihr das Zeitgefühl?
- Habt ihr schon einmal länger gescrollt als geplant?
- Wenn TikTok möchte, dass wir möglichst lange bleiben – woher weiß die App eigentlich, welche Videos uns interessieren? Diese Frage bildet den Übergang zu **Teil 3: Der Algorithmus**

Lehrkräfte-Hinweis

Es geht an dieser Stelle noch nicht darum, den Algorithmus zu erklären. Die Schüler:innen sollen zunächst erkennen: Social Media ist so gestaltet, dass wir möglichst lange dort bleiben. Warum das so ist, wird im nächsten Kapitel anhand des Algorithmus erklärt.

3. Der Algorithmus – Warum dein Feed nicht zufällig aussieht

In diesem Abschnitt erleben die Schüler:innen mithilfe eines praktischen Kartenexperiments selbst, wie personalisierte Feeds entstehen.

Lernziel: Die Schüler:innen ...

- verstehen, dass ein Social-Media-Feed nicht zufällig entsteht.
- erkennen, dass jede Interaktion den Algorithmus beeinflusst.
- erleben anhand eines praktischen Experiments, wie sich ein Feed verändert.
- verstehen, weshalb Feeds mit der Zeit immer persönlicher werden.
- erkennen die Gefahr einer einseitigen Informationswelt.

Überblick:

Dauer

Ca. 20 Minuten

Benötigte Materialien

- ca. 30 Themenkarten (Tiere, Lifestyle, Sport, Ernährung, Unterhaltung, Wissen, Hobby)
- Whiteboard oder Tischinsel
- Magnete oder Klebeband (optional)

INFOBOX: Was ist eigentlich ein Algorithmus?

Ein Algorithmus ist eine Reihe von Regeln oder Anweisungen, nach denen ein Computer Entscheidungen trifft. Auf Social Media entscheidet der Algorithmus beispielsweise:

- Welche Beiträge zuerst angezeigt werden.
- Welche Videos empfohlen werden.
- Welche Inhalte verschwinden.
- Welche Werbung erscheint.

Dabei kennt der Algorithmus die Nutzer:innen nicht persönlich. Er beobachtet lediglich ihr Verhalten und versucht daraus vorherzusagen, welche Inhalte wahrscheinlich interessant sind. Je häufiger Nutzer:innen mit bestimmten Inhalten interagieren, desto sicherer wird diese Vorhersage.

Lehrkräfte-Hinweis

Vermeiden Sie möglichst technische Erklärungen. Begriffe wie *Machine Learning*, *Neuronale Netze* oder *Künstliche Intelligenz* sind für dieses Modul nicht notwendig.

Eine einfache Formulierung genügt:

"Der Algorithmus beobachtet ständig, was euch interessiert und versucht euch immer mehr davon zu zeigen."

Einstieg

Impuls: Fragen Sie die Klasse: "Vorhin haben wir darüber gesprochen, warum Social Media so spannend ist. Aber woher weiß TikTok eigentlich, welches Video als Nächstes angezeigt werden soll?" Sammeln Sie die Vermutungen, z.B. Zufall, das Handy hört mit etc. Wichtig: Nehmen Sie alle Antworten ernst! Im nachfolgenden Feed-Experiment erarbeiten Sie gemeinsam mit den Schüler:innen die tatsächliche Arbeitsweise eines Algorithmus.

Das Feed-Experiment

Ziel: Die Klasse baut gemeinsam einen Social-Media-Feed auf und verändert ihn Schritt für Schritt. Dadurch wird sichtbar, dass bereits kleine Verhaltensänderungen große Auswirkungen haben können.

Vorbereitung: Legen Sie zunächst zehn verschiedene Themenkarten auf der Tischinsel nebeneinander aus. Die restlichen zwanzig Themenkarten verstreuen Sie links und rechts von den ausgewählten zehn Themenkarten.

Zum Beispiel:

- | | |
|-----------|---------------|
| - Katze | - Reisen |
| - Fußball | - Musik |
| - Gaming | - Beauty |
| - Autos | - Nachrichten |
| - Kochen | - Fitness |

Fragen Sie die Klasse: "Wie würdet ihr diesen Feed beschreiben?"

Mögliche Antworten:

- für viele Interessen
- ausgeglichen
- abwechslungsreich
- bunt

MERKKASTEN

Ein neuer Account besitzt zunächst nur wenige Informationen über seine Nutzer:innen. Deshalb zeigt der Feed häufig viele unterschiedliche Themen. Erst mit der Zeit wird der Feed persönlicher.

Lehrkräfte-Hinweis

Je vielfältiger die Themen sind, desto deutlicher erkennen die Schüler:innen später die Veränderung. Themen dürfen bewusst mehrfach vorkommen. Das entspricht auch der Realität: Wer häufig Fitnessvideos schaut, bekommt selten nur eines davon angezeigt.

Runde 1: Verweildauer

Frage an die Klasse: „Stellt euch vor, ihr schaut euch drei Fitnessvideos bis zum Ende an – was lernt TikTok daraus?“ Wichtig: Lassen Sie Vermutungen zu! Anschließend ersetzen Sie gemeinsam einige Karten.

Zum Beispiel:

- ✗ Katze
- ✗ Reisen
- ✗ Beauty

Werden ersetzt durch:

- ✓ Ernährung
- ✓ Bodybuilding
- ✓ Workout

➔ **Der Feed besteht nun bereits überwiegend aus Sport.**

INFOBOX: Warum ist Verweildauer so wichtig?

Viele Menschen glauben, Likes seien das wichtigste Signal. Tatsächlich ist häufig schon die **Verweildauer** entscheidend. Wenn jemand ein Video bis zum Ende anschaut oder sogar mehrmals ansieht, interpretiert der Algorithmus das oft als starkes Interesse. Deshalb beeinflusst bereits das bloße Anschauen den Feed.

Reflexion: Fragen Sie die Klasse:

1. Welche Themen sind verschwunden?
2. Welche Themen werden häufiger?
3. Hat jemand aktiv entschieden, dass die Katzenvideos verschwinden?

Runde 2: Likes

Frage an die Klasse: "Jetzt liked ihr zusätzlich zwei Fitnessvideos. Was passiert wahrscheinlich?"
Die Klasse ergänzt weitere passende Karten.

Zum Beispiel:

- Proteinrezepte
- Muskelaufbau
- Sportbekleidung
- Nahrungsergänzung

➔ **Der Feed wird erneut sportlastiger.**

MERKKASTEN

Likes sind für den Algorithmus ein besonders starkes Signal.
Sie zeigen: "Dieses Thema gefällt mir."
Deshalb erscheinen häufig weitere ähnliche Inhalte.

Runde 3: Kommentare

Frage an die Klasse: "Jetzt kommentiert ihr unter einem Bodybuilding-Video. Ist das für den Algorithmus ein noch stärkeres Signal?"
Die meisten Schüler:innen vermuten bereits richtig.
Ergänzen Sie weitere passende Karten.

Zum Beispiel:

- Fitness-Influencer
- Trainingspläne
- Supplements
- Wettkämpfe

➔ **Jetzt besteht fast der gesamte Feed aus Sport.**

Lehrkräfte-Hinweis

Viele Jugendliche glauben: "Ich habe doch nur ein Video angeschaut."
Machen Sie deutlich: Für den Algorithmus zählt nicht nur eine einzelne Handlung. Er bewertet viele kleine Signale gleichzeitig.

Runde 4 (optional): Kommentare aus Wut

Frage an die Klasse: "Was passiert, wenn ihr unter einem Fitnessvideo schreibt: 'Das ist völliger Blödsinn!'"

Manche Jugendliche denken: "Dann merkt TikTok, dass ich das nicht mag."

Nun erklären Sie: Für den Algorithmus ist zunächst nur wichtig: Es wurde kommentiert. Ob der Kommentar positiv oder negativ ist, spielt oft eine untergeordnete Rolle. Deshalb können auch Inhalte, die uns ärgern, immer häufiger erscheinen.

INFOBOX- Der Algorithmus kennt keine Gefühle

Er erkennt nicht automatisch, ob ein Kommentar positiv oder negativ gemeint ist. Er sieht zunächst nur: Es wurde kommentiert. Es wurde Zeit investiert. Es fand eine Interaktion statt. Deshalb können auch provozierende Inhalte besonders erfolgreich sein.

Gemeinsam auswerten: Vergleichen Sie den ersten Feed mit dem letzten.

Frage an die Klasse: "Welche Themen fehlen jetzt?"

Die Klasse nennt häufig:

- Nachrichten
- Reisen
- Tiere
- Musik

Fragen Sie anschließend: "Hat TikTok diese Themen gelöscht?"

Antwort: Nein. Der Algorithmus hält sie lediglich für weniger interessant.

MERKKASTEN: So lernt der Algorithmus

Der Algorithmus sammelt viele kleine Hinweise. Zum Beispiel:

- | | |
|----------------|-----------------------|
| • Likes | • Wegwischen |
| • Kommentare | • Suchanfragen |
| • Verweildauer | • Hashtags |
| • Teilen | • Kontakte |
| • Speichern | • Standort |
| • Folgen | • Uhrzeit der Nutzung |

Er kombiniert all diese Informationen und erstellt daraus ein persönliches Interessenprofil.

Impuls: Frage an die Klasse: "Kann es passieren, dass ich irgendwann fast nur noch Fitnessvideos sehe?" Fast alle werden zustimmen. "Ist das praktisch oder problematisch?" Nun beginnt eine Diskussion.

Typische Vorteile:

- Man findet schneller interessante Inhalte.
- Der Feed wirkt persönlicher.
- Man spart Zeit.

Typische Nachteile:

- Andere Themen verschwinden.
- Man entdeckt weniger Neues.
- Man bekommt immer dieselben Meinungen.
- Der Blick auf die Welt wird einseitiger.

MERKKASTEN: Der Feed ist nicht die Wirklichkeit

Viele Menschen glauben: "Wenn ich etwas ständig sehe, muss es wichtig sein."

Tatsächlich zeigt der Feed aber nicht die ganze Welt.

Er zeigt vor allem das, was wir bereits angeschaut haben, womit wir interagiert haben, und was uns möglichst lange auf der Plattform hält. Deshalb können zwei Menschen dieselbe App öffnen – und trotzdem völlig unterschiedliche Wirklichkeiten erleben.

Abschluss der Unterrichtsphase: Fassen Sie gemeinsam zusammen: "Der Algorithmus entscheidet nicht zufällig." Er beobachtet ständig:

- welche Inhalte angeschaut werden,
- welche Beiträge geliked werden,
- worüber kommentiert wird,
- und wie lange Nutzer:innen bei einem Beitrag bleiben.

Jede dieser Handlungen verändert den Feed ein kleines Stück. Mit der Zeit entsteht dadurch ein sehr persönlicher Feed.

Lehrkräfte-Hinweis:

Die Schüler:innen sollen **nicht die technische Funktionsweise eines Algorithmus** erklären können. Entscheidend ist vielmehr, dass sie verstehen, wie aus vielen kleinen Interaktionen Schritt für Schritt ein personalisierter Feed entsteht.

Typische Aussagen der Schüler:innen

„Ich bekomme ständig Fußballvideos.“

„Ich sehe fast nur noch Rezepte.“

„Bei mir sind nur Memes.“

„Ich bekomme plötzlich Werbung für Dinge, über die ich gesprochen habe.“

Nutzen Sie diese Aussagen, um zu verdeutlichen, dass Plattformen aus zahlreichen Verhaltenssignalen Interessen ableiten. Falls die Vermutung aufkommt, das Smartphone „höre immer mit“, können Sie erklären, dass personalisierte Empfehlungen in den meisten Fällen bereits durch beobachtetes Nutzungsverhalten möglich sind – etwa durch Suchanfragen, Likes, Verweildauer oder besuchte Inhalte. Für die Qualität der Empfehlungen ist das oft ausreichend; ein dauerhaft aktives Mithören ist dafür nicht erforderlich.

Didaktischer Übergang zu Teil 4

Schließen Sie die Phase mit der Leitfrage: „**Wenn der Algorithmus so gut darin ist, unsere Aufmerksamkeit zu gewinnen – warum steckt eigentlich so viel Aufwand dahinter?**“

Damit schlagen Sie den Bogen zum nächsten Modulteil „**Aufmerksamkeit ist das Geschäftsmodell**“, in dem die wirtschaftlichen Interessen hinter personalisierten Feeds im Mittelpunkt stehen.

4. Aufmerksamkeit als Geschäftsmodell: Warum Plattformen möglichst lange unsere Aufmerksamkeit wollen

Lernziel: Die Schüler:innen ...

- verstehen, wie soziale Netzwerke Geld verdienen.
- erkennen, dass Aufmerksamkeit die wichtigste Ressource von Plattformen ist.
- verstehen, warum besonders emotionale Inhalte häufiger ausgespielt werden.
- lernen den Begriff **Rage Bait** kennen.
- reflektieren kritisch, warum manche Inhalte im Feed erfolgreicher sind als andere.

Dauer:
Ca. 15-20 Minuten

Benötigte Materialien:

- Whiteboard oder Tafel
- drei Beispielbeiträge (oder vorbereitete Karten)
- optional Präsentation

INFOBOX: Vom Algorithmus zum Geschäftsmodell

Im vorherigen Teil haben die Schüler:innen erlebt, dass der Algorithmus den Feed anhand ihres Verhaltens verändert. Nun stellt sich eine neue Frage: **Warum macht der Algorithmus das überhaupt?**

Die Antwort lautet: Nicht, weil TikTok oder Instagram wissen möchten, was uns gefällt. Sondern weil ihre Unternehmen Geld verdienen möchten. Je länger Menschen auf einer Plattform bleiben, desto mehr Werbung kann ihnen angezeigt werden. Dadurch steigen die Einnahmen der Plattform.

Lehrkräfte-Hinweis

Viele Jugendliche antworten auf die Frage "Wie verdient TikTok Geld?" mit:

- Werbung
- Daten verkaufen
- Abos
- In-App-Käufe

Greifen Sie diese Antworten auf.

Erklären Sie anschließend, dass **Werbung** die wichtigste Einnahmequelle ist und dass personalisierte Daten dabei helfen, Werbung gezielt auszuspielen. Vermeiden Sie die vereinfachende Aussage, Plattformen würden "alle Daten verkaufen". Treffender ist: Plattformen verkaufen Werbeplätze und nutzen Daten, um Werbung möglichst passend auszuspielen.

Einstieg: Schreiben Sie folgende Frage groß an die Tafel: **"Wie verdient TikTok Geld, obwohl die App kostenlos ist?"**

Lassen Sie die Klasse zunächst überlegen. Sammeln Sie alle Antworten. Anschließend fragen Sie: "Wenn ihr nichts bezahlt – wer bezahlt dann?" Oft kommt nun die Antwort: "Die Werbung."

Die Erklärung: TikTok ist wie ein Fernsehsender. Beim Fernsehen läuft Werbung zwischen zwei Sendungen. Bei Social Media erscheint Werbung zwischen den Beiträgen. Je länger Menschen weiterscrollen, desto mehr Werbung können Plattformen zeigen. Und je mehr Werbung gesehen wird, desto mehr Geld verdienen die Unternehmen.

MERKKASTEN

Social Media ist für die meisten Nutzer:innen kostenlos.

Bezahlt wird die Plattform vor allem durch Werbung.

Deshalb versuchen Plattformen,

- Nutzer:innen möglichst lange zu halten,
- möglichst viele Beiträge zu zeigen,
- möglichst viele Werbeanzeigen einzublenden.

Aufmerksamkeit ist deshalb die wichtigste Ressource sozialer Netzwerke.

Ein Gedankenexperiment

Fragen Sie: "Was wäre besser für TikTok?"

- A) Ihr öffnet die App, schaut ein Video und schließt sie nach 30 Sekunden, *oder*
- B) Ihr bleibt eine Stunde online.

Die Antwort ist offensichtlich. Fragen Sie anschließend: "Warum?"

Die Schüler:innen erkennen nun meist selbst: Mehr Zeit bedeutet mehr Werbung.

INFOBOX: Aufmerksamkeit ist eine Währung

Im Alltag bezahlen wir mit Geld. Auf Social Media bezahlen wir häufig mit unserer Aufmerksamkeit. Jede Minute, die wir scrollen, ist für Plattformen wertvoll. Deshalb konkurrieren Millionen Beiträge gleichzeitig um unsere Aufmerksamkeit. Nicht jeder Beitrag gewinnt. Besonders erfolgreich sind Inhalte, die starke Gefühle auslösen.

Welche Gefühle halten uns besonders lange fest?

Fragen Sie: "Welche Beiträge bleiben euch besonders im Kopf?" Typische Antworten darauf können sein:

- lustige Videos
- schockierende Nachrichten
- Streit
- Tiere
- Unfälle
- Promis
- Skandale

Schreiben Sie die Begriffe an die Tafel. Fragen Sie: "Was haben viele dieser Beiträge gemeinsam?"
Leiten Sie die Klasse zur Antwort: Sie lösen Gefühle aus.

MERKKASTEN

Unser Gehirn reagiert besonders stark auf Inhalte, die

- überraschen
- schockieren
- wütend machen
- Angst auslösen
- sehr lustig sind
- besonders emotional wirken

Solche Beiträge erhalten häufig mehr Aufmerksamkeit.

Was ist Rage Bait?

Erklären Sie: Manche Beiträge werden bewusst so gestaltet, dass möglichst viele Menschen sich darüber aufregen. Nicht, weil die Person ihre Meinung ändern möchte. Sondern, weil Wut viele Kommentare erzeugt. Dieses Prinzip nennt man Rage Bait.

INFOBOX: Rage Bait

"Rage" bedeutet Wut. "Bait" bedeutet Köder. Rage Bait ist also ein **"Wut-Köder"**. Menschen reagieren häufig mit Kommentaren, Diskussionen, Teilen, Gegenargumenten. Für den Algorithmus bedeutet all das: Der Beitrag erhält viel Aufmerksamkeit. Dadurch wird er häufig noch mehr Menschen gezeigt.

Lehrkräfte-Hinweis

Wählen Sie möglichst unpolitische Beispiele.

Zum Beispiel:

- "Niemand sollte jemals wieder Hausaufgaben bekommen."
- "Katzen sind viel besser als Hunde."
- „Shisha-Rauchen sollte erst ab 25 Jahren erlaubt sein.“
- „Ananas gehört auf jede Pizza.“

Die Schülerinnen und Schüler erkennen dadurch das Prinzip, ohne dass die Diskussion in politische Richtungen abgeleitet.

Mini-Spiel: Welcher Beitrag wird erfolgreicher?

Zeigen Sie drei fiktive Beiträge (gerne Videos von Instagram oder TikTok als Beispiel).

Beitrag A: Eine sachliche Nachricht, z.B.: "Heute wurde ein neuer Fahrradweg eröffnet."

Beitrag B: Ein süßes Katzenvideo.

Beitrag C: Ein „provokanter“ Beitrag: "Wer Ananas auf Pizza isst, hat keinen Geschmack."

Bitten Sie die Klasse, sich zu überlegen, welcher Beitrag vermutlich:

- die meisten Likes
- die meisten Kommentare
- die meisten Shares erhält. Lassen Sie abstimmen.

Auswertung: Besprechen Sie gemeinsam, warum viele Schülerinnen und Schüler Beitrag B oder C gewählt haben.

Erarbeiten Sie anschließend: Nicht unbedingt der wichtigste Beitrag gewinnt. Oft gewinnt der Beitrag, der die stärkste Reaktion auslöst.

Lehrkräfte-Hinweis

Betonen Sie: Der Algorithmus entscheidet nicht, welcher Beitrag wahr, fair oder wichtig ist. Er erkennt lediglich, welche Beiträge besonders viel Aufmerksamkeit erhalten. Deshalb können auch schlechte, falsche oder provozierende Inhalte sehr erfolgreich werden.

MERKKASTEN

Wir sind auf Social Media nicht nur Zuschauer:innen. Unsere Aufmerksamkeit ist das, worum Plattformen konkurrieren. Je länger wir bleiben, desto wertvoller werden wir für Werbetreibende.

Reflexion

Diskutieren Sie:

- Welche Beiträge bringen euch dazu, länger zu bleiben?
- Habt ihr schon einmal unter einem Beitrag kommentiert, weil er euch geärgert hat?
- Warum reagieren Menschen oft stärker auf Wut als auf neutrale Informationen?
- Welche Verantwortung tragen Influencer:innen, Medien und Plattformen?

Transfer

Fragen Sie zum Abschluss:

"Wenn Plattformen möglichst viel Aufmerksamkeit möchten – was bedeutet das eigentlich für die Inhalte, die wir täglich sehen?"

Lassen Sie die Klasse antworten. Typische Aussagen:

- Es gibt viele emotionale Beiträge.
- Streit verbreitet sich schneller.
- Extreme Meinungen fallen stärker auf.
- Sachliche Informationen gehen leichter unter.

Greifen Sie diese Aussagen auf

MERKKASTEN

Was wir aus diesem Kapitel mitnehmen

- ✓ Plattformen verdienen hauptsächlich durch Werbung Geld.
- ✓ Aufmerksamkeit ist ihre wichtigste Ressource.
- ✓ Emotionale Inhalte erzeugen häufig mehr Interaktionen.
- ✓ Der Algorithmus belohnt Aufmerksamkeit – nicht automatisch Qualität.
- ✓ Deshalb werden provozierende Inhalte oft besonders weit verbreitet.

Abschluss der Unterrichtsphase

Fassen Sie zusammen:

"Der Algorithmus möchte uns möglichst lange auf der Plattform halten. Dafür zeigt er häufig Inhalte, die unsere Aufmerksamkeit fesseln. Das bedeutet aber nicht automatisch, dass diese Inhalte wichtig, ausgewogen oder wahr sind."

Lehrkräfte-Hinweis:

Die Schüler:innen sollen verstehen, dass personalisierte Feeds nicht nur technisch funktionieren, sondern Teil eines Geschäftsmodells sind. Plattformen optimieren ihre Angebote darauf, Aufmerksamkeit möglichst lange zu binden, weil dadurch Werbeflächen wertvoller werden.

Typische Aussagen der Schüler:innen

- „TikTok macht das extra.“
- „Deshalb kann ich nicht aufhören zu scrollen.“
- „Dann bekomme ich ja absichtlich aufregende Videos.“
- „Negative Kommentare helfen dem Video vielleicht sogar.“

Greifen Sie diese Aussagen auf und differenzieren Sie: Der Algorithmus verfolgt nicht das Ziel, Menschen wütend zu machen. Er bevorzugt Inhalte, die viel Aufmerksamkeit erzeugen. Da starke Emotionen häufig zu mehr Interaktionen führen, werden solche Inhalte oft häufiger ausgespielt.

Didaktischer Hintergrund

Dieser Abschnitt verbindet das zuvor erarbeitete Wissen über Algorithmen mit wirtschaftlichen Zusammenhängen. Die Schüler:innen erkennen, dass Technik, Aufmerksamkeit und Geschäftsmodell eng miteinander verknüpft sind. Diese Erkenntnis schafft die Grundlage für den abschließenden Modulteil, in dem sie überlegen, welche Informationen Plattformen aus ihrem Verhalten ableiten können – und wie sie selbst bewusster mit ihrem Feed umgehen können

5. Was weiß TikTok über mich?

Daten, Reflexion, Abschluss und Kopiervorlagen

Lernziel: Die Schüler:innen ...

- erkennen, welche Informationen Plattformen aus ihrem Verhalten ableiten können.
- unterscheiden zwischen freiwillig angegebenen und automatisch erschlossenen Daten.
- reflektieren ihren eigenen Umgang mit Social Media.
- entwickeln Strategien für einen bewussten Umgang mit personalisierten Feeds.
- fassen die wichtigsten Erkenntnisse des Moduls zusammen.

Dauer

Ca. 15 Minuten

Benötigte Materialien

- Arbeitsblatt „Was weiß TikTok über mich?“
- Stifte
- Whiteboard oder Tafel

INFOBOX: Daten entstehen nicht nur durch Eingaben

Viele Jugendliche glauben: „TikTok kennt nur die Informationen, die ich selbst eingebe.“ Tatsächlich entstehen viele Informationen erst durch das Verhalten der Nutzer:innen.

Plattformen beobachten zum Beispiel,

- welche Videos angesehen werden,
- wie lange Nutzer:innen bei einem Beitrag bleiben,
- welche Inhalte übersprungen werden,

- welche Beiträge geliked oder kommentiert werden,
- welchen Accounts gefolgt wird,
- wonach gesucht wird,
- zu welcher Tageszeit die App genutzt wird.

Aus diesen einzelnen Signalen entsteht Schritt für Schritt ein sehr genaues Interessenprofil.

Lehrkräfte-Hinweis

Dieser Unterrichtsteil soll keine Angst erzeugen.

Machen Sie deutlich: Nicht jede Plattform kennt automatisch alle Informationen über ihre Nutzer:innen. Vielmehr geht es darum zu zeigen, wie viele Rückschlüsse allein aus unserem Verhalten möglich sind.

Einstieg

Frage an die Klasse: „Stellt euch vor, TikTok müsste euch beschreiben – ohne euren Namen zu kennen. Was könnte die Plattform trotzdem über euch wissen?“. Lassen Sie zunächst frei antworten.

Typische Aussagen:

- | | |
|------------------|-------------------|
| - Lieblingsmusik | - Wohnort |
| - Lieblingssport | - Freunde |
| - Alter | - Lieblingssessen |

Notieren Sie die Antworten an der Tafel. Anschließend verteilen Sie das Arbeitsblatt.

Arbeitsblatt 2: Was könnte TikTok über mich wissen?

Arbeitsauftrag: Kreuze an, welche Informationen eine Plattform möglicherweise über dich ableiten kann.

Interessen

- ☐ Lieblingsmusik
- ☐ Lieblingssport
- ☐ Lieblingsspiele
- ☐ Lieblingsserien
- ☐ Lieblingssessen
- ☐ Lieblingsmarken
- ☐ Lieblingsinfluencer:innen

Alltag

- ☐ Schlafenszeiten
- ☐ Tagesablauf
- ☐ Wann ich meistens online bin
- ☐ Wie lange ich täglich online bin
- ☐ Ob ich eher morgens oder abends aktiv bin

Konsum

- ☐ Kaufinteressen
- ☐ Lieblingsshops
- ☐ Welche Produkte mich interessieren
- ☐ Welche Werbung ich anklicke

Meinung

- ☐ Politische Interessen
- ☐ Gesellschaftliche Themen
- ☐ Umwelt
- ☐ Sportvereine

Soziale Kontakte

- ☐ Freunde
- ☐ Personen, mit denen ich häufig interagiere
- ☐ Gemeinsame Interessen

Reflexion

Welche Informationen überraschen dich am meisten?

Auswertung

Gehen Sie die Bereiche gemeinsam durch. Fragen Sie beispielsweise: „Woher könnte TikTok wissen, dass ihr Fußball mögt?“

Antworten:

- viele Fußballvideos
- Suchanfragen
- Likes
- Kommentare

Anschließend: „Woher könnte TikTok wissen, wann ihr schlafen geht?“

Antworten:

- letzte Aktivität
- Uhrzeit der Nutzung

Erklären Sie anschließend: Die Plattform muss diese Informationen nicht direkt kennen. Sie kann sie häufig aus dem Verhalten ableiten.

INFOBOX: Ableiten statt Abfragen

Plattformen müssen viele Informationen gar nicht direkt speichern. Sie erkennen Muster.

Zum Beispiel:

Wer fast täglich Kochvideos anschaut, interessiert sich wahrscheinlich für Kochen.

Wer regelmäßig Fußballspiele ansieht, interessiert sich vermutlich für Fußball.

Wer nachts um zwei Uhr noch Videos schaut, ist wahrscheinlich zu dieser Zeit noch wach.

Diese Vermutungen reichen häufig aus, um den Feed weiter anzupassen.

MERKKASTEN

Personalisierung bedeutet: Der Algorithmus versucht, Interessen möglichst genau vorherzusagen. Je mehr Informationen gesammelt werden, desto genauer funktionieren diese Vorhersagen.

Lehrkräfte-Hinweis

An dieser Stelle fragen Jugendliche häufig: „Hört mein Handy wirklich mit?“

Eine geeignete Antwort lautet:

„Für viele personalisierte Empfehlungen braucht eine Plattform kein dauerhaftes Mithören. Das Nutzungsverhalten liefert bereits sehr viele Informationen. Ob und in welchem Umfang Apps Mikrofonzugriffe nutzen dürfen, hängt außerdem von den jeweiligen Berechtigungen und den Einstellungen des Geräts ab.“

So vermeiden Sie unbelegte Behauptungen und lenken den Fokus zurück auf das eigentliche Thema: die Auswertung von Verhaltensdaten.

Abschluss: Gemeinsame Reflexion

Fragen Sie die Klasse:

- Was hat euch heute am meisten überrascht?
- Hat sich euer Blick auf euren Feed verändert?
- Welche Erkenntnis nehmt ihr heute mit?
- Kann ein Feed problematisch werden?
- Welche Vorteile hat ein personalisierter Feed?
-

MERKKASTEN: Es gibt nicht nur Nachteile

Personalisierte Feeds können hilfreich sein.

Zum Beispiel:

- interessante Inhalte schneller finden
- neue Hobbys entdecken
- passende Musik finden
- Informationen zu eigenen Interessen erhalten

Problematisch wird Personalisierung, wenn andere Perspektiven kaum noch sichtbar werden.

Checkliste: Wie kann ich meinen Feed selbst beeinflussen?

Besprechen Sie gemeinsam:

- ✓ Beiträge bewusst liken
- ✓ uninteressante Inhalte überspringen
- ✓ problematischen Accounts entfolgen
- ✓ Inhalte als „Nicht interessiert“ markieren
- ✓ Suchverlauf regelmäßig überprüfen
- ✓ Privatsphäre-Einstellungen kennen
- ✓ Bildschirmzeit bewusst wahrnehmen
- ✓ Pausen einlegen

INFOBOX: Der Algorithmus lernt ständig weiter

Viele Jugendliche glauben, ein einmal personalisierter Feed bleibe immer gleich. Das stimmt nicht. Der Feed verändert sich täglich. Jede neue Suche, jedes Like, jedes Video, jede Interaktion liefert neue Informationen. Deshalb kann sich auch der Feed jederzeit verändern.

Abschließender Merksatz

Algorithmen entscheiden nicht allein über unseren Feed. Unser eigenes Verhalten entscheidet mit.

Je bewusster wir soziale Netzwerke nutzen, desto bewusster können wir auch unseren Feed gestalten.

Abschlussrunde

Bitten Sie jede Schülerin und jeden Schüler, einen Satz zu vervollständigen.

„Heute habe ich gelernt, dass ...“ oder „Ab morgen werde ich ...“

Diese kurze Abschlussrunde hilft, die wichtigsten Erkenntnisse noch einmal bewusst zu machen.

Anregungen für Lehrkräfte: Typische Fragen der Schüler:innen

„Verkauft TikTok meine Daten?“

Eine differenzierte Antwort: Plattformen finanzieren sich überwiegend über Werbung. Dafür werden Werbeflächen verkauft und Anzeigen möglichst passend zu den Interessen der Nutzer:innen ausgespielt. Persönliche Daten werden dabei nicht einfach als vollständige Datensätze an Werbekunden weitergegeben.

„Kann ich meinen Feed verändern?“

Ja. Schon wenige bewusste Veränderungen können den Feed langfristig beeinflussen.

„Warum bekomme ich immer dieselben Videos?“

Weil der Algorithmus davon ausgeht, dass diese Inhalte besonders gut zu den bisherigen Interessen passen.

Didaktischer Hintergrund

Mit diesem letzten Abschnitt wird der Blick bewusst auf die Selbstwirksamkeit der Lernenden gelenkt. Nach den vorherigen Teilen kennen sie die Funktionsweise des Algorithmus und das Geschäftsmodell der Plattformen. Nun erkennen sie, dass sie diesen Mechanismen nicht ausgeliefert sind.

Ein wichtiger Lernschritt besteht darin, Personalisierung nicht ausschließlich als Bedrohung wahrzunehmen. Personalisierte Feeds können nützlich sein, etwa um passende Inhalte zu finden oder neue Interessen zu entdecken. Gleichzeitig sollen die Schülerinnen und Schüler verstehen, dass Personalisierung zu einer einseitigen Informationsauswahl führen kann und deshalb einen bewussten Umgang erfordert.

Gesamtschluss des Moduls

Ein Feed ist kein Zufall. Er entsteht aus vielen kleinen Entscheidungen – von der Plattform, aber auch von uns selbst. Wer versteht, wie Algorithmen arbeiten und warum Plattformen um unsere Aufmerksamkeit konkurrieren, kann Social Media bewusster nutzen und den eigenen Feed aktiv mitgestalten.