



Deine Media-Kanäle

Jeden Tag nutzen wir verschiedene Kanäle, um Informationen zu gewinnen, Unterhaltung zu genießen oder Meinungen auszutauschen. Bestimmt hast du Lieblingsformate sowie Hosts oder Influencer, denen du gerne folgst.

SO GEHST DU VOR

1. Welche Media-Kanäle nutzt du? – Kreuze sie an.
2. Welche Formate oder Sendungen gefallen dir medienübergreifend am besten? – Notiere die Namen.
3. Welchem Account folgst du auf Social Media? – Gib mindestens fünf an.
4. Was gefällt dir an diesen besonders gut? – Berichte darüber.

Media-Kanäle

Streaming, TV, Websites, Radio, Podcasts, YouTube

Social Media

Snapchat, Instagram, TikTok

FORMAT

ACCOUNT ACCOUNT ACCOUNT



Markenvielfalt – für jeden was dabei

Vielleicht hast du auf den unterschiedlichen Kanälen schon ein und dieselbe Marke wahrgenommen. Eine Marke umfasst typische Merkmale, die bestimmte Produkte oder Dienstleistungen von anderen unterscheiden sollen. Dazu gehören der Markenname und das Logo, aber auch spezielle Begriffe oder Farben. In der ARD und im WDR sind Marken wie 1LIVE, Tagesschau oder Die Maus wichtig, weil sie bestimmte Inhalte abbilden und bestimmte Zielgruppen ansprechen.

SO GEHT DU VOR

1. Verschafft euch einen Überblick über die Web-Darstellung der Marken 1LIVE, Tagesschau und Maus. Scant dazu die QR-Codes.
2. Vergleicht, wie sich die Marken nach Außen präsentieren. Haltet eure Beobachtungen im Analyse-Bogen (MB 2.3) fest.
3. Wählt eine Marke und skizziert einen Charakter, der eurer Meinung nach typisch für die Zielgruppe ist und sich von den Angeboten angesprochen fühlt.



! Tipp: Überlegt euch ...

- Welche Eigenschaften ordnet ihr den Personen zu? Wie alt sind sie?
- Wo leben die Personen und wofür interessieren sie sich? Und wie spiegelt sich das jeweils in ihrem Äußeren wider?

MARKE			
CHARAKTER			

¹ www1.wdr.de/radio/1live/index.html

² www.tagesschau.de

³ www.wdrmaus.de



Analyse-Bogen

MERKMALE			
Themen <ul style="list-style-type: none"> • Welche Ober- und Unterthemen gibt es? 			
Sprache <ul style="list-style-type: none"> • Wie werden die Nutzenden angesprochen? • Was zeichnet die Sprache aus? 			
Gestaltung / Design <ul style="list-style-type: none"> • Wie ist das Verhältnis von Text und Bild? • Welche Farben werden verwendet? • Was wird abgebildet? 			
Funktionen und Ziele <ul style="list-style-type: none"> • Warum werden die Inhalte präsentiert? • Was soll erreicht werden? • Welche Motivation steckt dahinter? 			
Zielgruppe <ul style="list-style-type: none"> • Welche Personen sollen angesprochen werden? • Für welches Alter ist die Seite geeignet? 			
Besonderheiten <ul style="list-style-type: none"> • Welche speziellen Angebote gibt es? • Was fällt besonders auf? 			



Lieblingsformate

Zu einer Marke können viele Formate gehören, die nicht nur spezielle Inhalte präsentieren, sondern auch typische Bestandteile oder bekannte Gesichter aufweisen. Kennst du schon die Hosts Noel, Aylin oder Robert? Schau dir mal ihre Kanäle an.

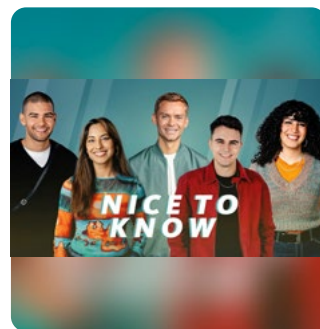
SO GEHT DU VOR

1. Suche dir ein Format aus, scanne den QR-Code und schau oder höre dir die Beiträge aufmerksam an.
2. Erstelle ein Profil, um das Format zu beschreiben. Nutze dazu die Vorlage (Materialblatt 2.5).
3. Bewerte das Format: Was gefällt dir gut? Was interessiert dich weniger? – Tausche dich mit anderen aus.

0630-MORGEN PODCAST ¹LIVE



NICETOKNOW ²WDR



HANDY CRUSH ³KIKA/FUNK



NEUNEINHALB ⁴KIKA



¹ www1.wdr.de/mediathek/audio/wdr/o63obywdraktuell/index.html

² www.tiktok.com/@nicetoknow?lang=de-DE

³ play.funk.net/channel/handycrush-12353

⁴ kinder.wdr.de/tv/neuneinhalb/index.html



Profil

Name deines Lieblingsformats:

Marke:

.....

.....

Zielgruppe:

.....

.....

Moderation:

.....

.....

Media-Kanäle:

.....

.....

Reichweite (z. B. Follower, Likes):

.....

.....

Frequenz der Ausstrahlung:

.....

.....

Aufbau und Bestandteile:

.....

.....

Gestaltung/Design:

.....

.....

typische Inhalte:

.....

.....

Funktionen und Ziele:

.....

.....

Besonderheiten:

.....

.....

Vor- und Nachteile:

.....

.....



Quarks – Wissenschaft auf vielen Kanälen

Bei der WDR-Marke Quarks dreht sich alles um das Thema Wissenschaft. Es gibt verschiedene Sendungen und Formate, die alle zu Quarks gehören und über ähnliche Themen berichten. Lerne die Arbeit der Quarks-Redaktion kennen.

Quarks

SO GEHT DU VOR

1. Was gehört alles zu Quarks und was macht die Marke aus? - Hör dich den Podcast 1 mit Quarks-Redakteur Jonathan Focke aufmerksam an und sprech darüber.
2. Stelle die Fernsehsendung den Social-Media-Kanälen von Quarks in der Online-Übung 1 gegenüber. Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten sind zu erkennen?
3. Zwischen 20 und 30 Leute arbeiten an einer Quarks-Fernsehsendung. Informiere dich anhand des Podcast 2 und ordne die Personen und die Infos den Arbeitsschritten in der Online-Übung 2 zu.

1
↗1

PODCAST

↗3

ONLINE-ÜBUNG

2
↗2

PODCAST

↗4

ONLINE-ÜBUNG

↗1 <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienschule/unterrichtsmaterial/podcast-interview-quarks-eins-100.html>

↗2 <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienschule/unterrichtsmaterial/podcast-interview-quarks-zwei-100.html>

↗3 <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienschule/unterrichtsmaterial/uebungen/quarks-wissenschaft-auf-vielen-kanalen-eins-100.html>

↗4 <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/medienschule/unterrichtsmaterial/uebungen/quarks-wissenschaft-auf-vielen-kanalen-zwei-100.html>



Passgenau produzieren

Ihr habt viele Marken und ihre Formate kennengelernt. Ihr wisst, wie die Redakteurinnen und Redakteure arbeiten und was sie berücksichtigen, wenn sie auf verschiedenen Kanälen unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Erstellt nun selbst zwei Beiträge zu einem Thema – einmal als Podcast und einmal als Instagram-Post.

SO GEHT IHR VOR

1. Geht auf die Startseite von www.quarks.de und sucht euch dort ein Thema aus, das zur Marke und Zielgruppe von Quarks passt. Lest den Beitrag zu dem Thema und informiert euch. Macht auch Notizen.
2. Wie würdet ihr euer Thema in einem Instagram-Post aufbereiten? – Fertigt eine Skizze von einem passenden Bild an, formuliert eine Bildunterschrift und eure Caption, also den Text zum Beitrag. Schreibt auch die Hash-tags auf. Verwendet die Vorlage (AB 2.8).
3. Überlegt, wie ihr euer Thema für einen Podcast umsetzen würdet. Nutzt dazu das Podcast-Skript (AB 2.9).



1



Tipp: Du möchtest deinen Podcast produzieren?

Dann besuche die Medienbox NRW der Landesanstalt für Medien (LfM) und informiere dich, wie du einfach Audios für deinen Podcast aufnimmst, verarbeitest und veröffentlichen kannst.



Instagram-Post

The image shows a smartphone screen with an Instagram post creation interface. At the top, the status bar shows the time 17:17, signal strength, and battery level. The Instagram logo is in the top left, with heart and message icons in the top right. Below the logo is a circular profile picture placeholder and the text 'username' with a three-dot menu icon to its right. The main content area is divided into three sections: 'Bild- und Videoquelle' (Image and Video Source) with a dotted line below it; 'Bildunterschrift' (Image Caption) with a dotted line below it; and 'Caption' with four dotted lines below it. Below the caption are icons for likes, comments, shares, and a bookmark icon. At the bottom is a 'Hashtags' section with two dotted lines below it. The bottom navigation bar contains icons for home, search, post, activity, and profile.

17:17

Instagram

username

Bild- und Videoquelle

.....

Bildunterschrift

.....

Caption

.....

.....

.....

.....

Hashtags

.....

.....



Podcast-Skript



EINLEITUNG MIT ANMODERATION

1. Intro (Musik):	2. Name des Podcast:
3. Titel der Episode:	4. Namen der Hosts:
5. Begrüßung:	6. Vorstellung des Themas und der Gäste:

HAUPTTEIL

7. Welche Haupt- und Unterthemen gibt es? Welche Fragen werden thematisiert?

.....

.....

.....

.....

.....

SCHLUSS

8. Zusammenfassung:	9. Abschied und Dank:
10. Vorschau:	11. Outro (Musik):



Glossar

FORMAT

Ein Format bezeichnet die spezifische Art und Weise, wie Inhalte in den Medien präsentiert werden. Es gibt eine Vielzahl von Formaten, die sich auf unterschiedliche Medien beziehen, wie zum Beispiel Buchformate, Papierformate oder digitale Dateiformate. Unterschiedliche Formate haben unterschiedliche Erscheinungsformen und sprechen somit jeweils verschiedene Zielgruppen an. Beispiele für Medienformate sind Nachrichtensendungen, Gameshows, Podcast, Serien etc.

HOST

Ein Host ist eine Person, die eine Sendung leitet oder moderiert. Der Host führt durch die Inhalte, stellt Gäste vor und interagiert mit dem Publikum. Er ist oft das Gesicht der Sendung und spielt eine wichtige Rolle in der Präsentation der Inhalte.

INFLUENCER

Ein Influencer ist eine Person, die in sozialen Medien eine große Reichweite hat und durch ihre Inhalte und Meinungen Einfluss auf die Entscheidungen und das Verhalten ihrer Follower ausübt. Influencer arbeiten häufig mit Marken zusammen, um Produkte zu bewerben.

MARKE

Eine Marke umfasst einen Namen, ein Logo und ein Design, die ein Produkt oder eine Dienstleistung von anderen unterscheiden. Sie vermittelt bestimmte Werte und Inhalte, die sich von anderen Marken abheben. Marken schaffen ein bestimmtes Bild in den Köpfen der Verbraucher und sind entscheidend für das Marketing, da sie die Identität und das Image eines Unternehmens oder Produkts prägen.

MEDIA-KANAL

Ein Media-Kanal ist ein spezifischer Weg oder ein Medium, über das Inhalte verbreitet werden. Dazu zählen beispielsweise Fernsehkanäle, Radiosender oder Online-Kanäle wie YouTube. Jeder Kanal hat oft ein bestimmtes Publikum und spezielle Themen, die er behandelt.

MEDIA-PLATTFORM

Eine Media-Plattform ist ein Online-Dienst, auf dem Nutzer Inhalte erstellen, teilen und konsumieren können. Beispiele sind YouTube, Instagram und TikTok. Diese Plattformen ermöglichen es den Nutzern, Videos, Bilder und Texte hochzuladen und zu verbreiten.

MEDIEN

Medien sind Kommunikationsmittel, die Informationen verbreiten. Dazu gehören Zeitungen, Fernsehen, Radio, das Internet und soziale Netzwerke. Sie dienen dazu, Nachrichten, Unterhaltung und Bildung an die Öffentlichkeit weiterzugeben.

SENDUNG

Eine Sendung ist eine geplante Übertragung von Inhalten im Fernsehen, Radio oder online. Sie kann aus verschiedenen Programmen bestehen, wie Nachrichten, Serien, Dokumentationen oder Unterhaltungssendungen, und hat meist einen festgelegten Sendezeitpunkt.

SOCIAL MEDIA

Social Media bezeichnet digitale Plattformen, die es Nutzern ermöglichen, Inhalte zu erstellen, zu teilen und miteinander zu interagieren. Dazu gehören Netzwerke wie Facebook, Twitter und Snapchat, die den sozialen Austausch und Kommunikation fördern.