

## Entwurf einer „Social Media“-Strategie für einen fiktiven Künstler/ eine fiktive Künstlerin

Stand 22.02.2022

Jahrgangsstufen	10
Fach/Fächer	Musik
Übergreifende Bildungs- und Erziehungsziele	Kulturelle Bildung, Digitale Bildung, Soziales Lernen, Sprachliche Bildung. Werteerziehung
Zeitraumen	zwei Unterrichtsstunden
Benötigtes Material	Internetzugang, Tablet, Smartphone oder wahlweise PC, Soziale Netzwerke (z.B. Instagram, Snapchat, TikTok inkl. ein Account pro Gruppe), Musikplattform (z.B. YouTube, Spotify), www.zeob.com, <a href="https://www.bitmoji.com">https://www.bitmoji.com</a> (oder App)

### Kompetenzerwartungen

#### Mu10 Lernbereich 2: Musik – Mensch – Zeit

Die Schülerinnen und Schüler analysieren Mechanismen der Musikindustrie hinsichtlich der Vermarktung von Musik und stellen Zusammenhänge her zwischen Zielgruppe und Werbestrategien.

#### Mu10 Lernbereich 4: Musik und ihre Grundlagen

Die Schülerinnen und Schüler analysieren verschiedene Entstehungs- und Arbeitsprozesse bei der Produktion von Musik.

### Aufgabe

Die Heranwachsenden setzen sich ausgehend von ihrem Lieblingsstar/ ihrer Lieblingsband mit den Vermarktungsstrategien via Social Media auseinander und entwickeln selbst eine Marketingstrategie für einen fiktiven Künstler/ eine fiktive Künstlerin.

### Quellen- und Literaturangaben

#### Literatur-/ Internetquellen:

- <https://accounts.snapchat.com/accounts/login?continue=%2Faccounts%2Fwelcome> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.bitmoji.com> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.instagram.com> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/social-media/die-wichtigsten-social-media-plattformen/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://musikerkanal.com/musik-marketing/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).

- <https://musik-marketing.net/schildhauer-social-media-musiker> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://musikwissen.com/musikbusiness/social-media-marketing-strategie/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://omr.com/de/social-media-plattformen-ein-ueberblick-ueber-werbepotenziale-und-nutzungsverhalten/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://ronaldkah.de/social-media-marketing-musiker/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.spotify.com/de/> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.tiktok.com> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://www.youtube.com> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- Social Media-Strategien für Musiker: [https://www.youtube.com/watch?v=ix8G0X3Sc\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=ix8G0X3Sc_A) (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- <https://zeoob.com> (zuletzt aufgerufen am 30.03.2022).
- Wolfgang Pfeifer: Musik und Medien – mal anders. Lugert Verlag.

## Bildquellen:

- „AKG C214 Condenser microphone“ von Lucasbosch, lizenziert unter CC BY-SA 3.0 via Wikimedia Commons, 20.01.2022.
- „BlueNote“ von SriMesh, lizenziert unter public domain via Wikimedia Commons, 22.03.2022.
- „Headphone-dynamic-gradient“ von Vijay Verma, lizenziert unter CC0 1.0 via Wikimedia Commons, 22.03.2022.
- „Magnifying Glass2“ von jhnri4, lizenziert unter CC0 1.0 via Wikimedia Commons, 22.03.2022.
- „Social Media Mix 3D Icons – Mix #2 von Blogtrepreneur, lizenziert unter CC A 2.0 Generic via Wikimedia Commons, 22.03.2022.
- „Trophée des Champions“ von El diablo92, lizenziert unter CC BY-SA 4.0 via Wikimedia Commons, 22.03.2022.

## Hinweise zum Unterricht

**Voraussetzungen:** Vor der Durchführung der Einheit sollte die Lehrkraft abfragen, wer welchen „Social Media“-Account besitzt, um zu gewährleisten, dass alle sich entsprechend beteiligen können. Ggf. können diverse Plattformen dann ausgeklammert oder hinzugefügt werden.

Die Jugendlichen erhalten in der Vorstunde die Hausaufgabe (siehe Anhang), ihren Lieblingsstar/ ihre Lieblingsband für eine Woche lang auf den einschlägigen „Social Media“-Plattformen zu beobachten und sich auf dem dazugehörigen Arbeitsblatt (siehe Anhang) entsprechend Notizen zu machen. (**Anmerkung:** Sofern Sie selbst mit den Plattformen nicht firm sind, geben z.B. folgende Homepages einen guten Überblick: <https://bit.ly/3k7KuBC> oder <https://bit.ly/37zxUZu>). Anhand ihrer Ergebnisse reflektiert die Klasse zu Beginn der Stunde über die Funktionen der einzelnen Plattformen. So dürfte beispielsweise zu Sprache kommen, dass sie auf Instagram einerseits private Einblicke erhalten, andererseits die Möglichkeit zur Interaktion haben. Im Gegensatz dazu konsumieren die Jugendlichen via Spotify vor allem Musik oder Podcasts über/ mit ihren Idolen. (**Anmerkung:** Auf nachstehenden Seiten können Sie sich bei Bedarf über mögliche „Social Media“-Strategien im Musikbusiness informieren: <https://bit.ly/3vamrbH> oder <https://bit.ly/3OwOGZD>). Daraufhin sollen die Lernenden in Gruppenarbeit einen fiktiven Star erfinden und eine „Social-Media“-Strategie ausarbeiten. Dafür füllen sie zunächst einen Steckbrief aus (siehe Anhang) und erstellen einen Bitmoji (entweder über die entsprechende Homepage oder die App). Im Anschluss daran entwirft die Gruppe – bestenfalls arbeitsteilig – eine gemeinsame Strategie für sämtliche Kanäle. (**Anmerkung:** Sollte nicht genügend Zeit zur Verfügung stehen, beschränkt man sich auf eine Plattform.) Um das Marketing mehr zu lenken, könnte der Fokus z.B. auf die anstehende Veröffentlichung des neuen Albums gelegt werden. Auf diese Art und Weise entsteht bei der sich später anschließenden Präsentation auch eine bessere Vergleichbarkeit. In einem letzten Schritt kreieren die Mädchen und Jungen einen fiktiven „Social



Media“-Account für eine Plattform ihrer Wahl. Dies lässt sich z.B. über die Seite [www.zeoob.com](http://www.zeoob.com) umsetzen. Bei den Posts können die Heranwachsenden entweder mit ihrem Bitmoji arbeiten oder von sich in entsprechender Verkleidung Fotos/ Videos machen (**Achtung:** Datenschutz). Schließlich präsentieren die einzelnen Gruppen ihre Ergebnisse. Anhand folgender Kriterien kann am Ende gemeinsam abgestimmt werden, welcher Star die aussichtsreichsten Erfolgchancen hat: Einzigartigkeit/ Alleinstellungsmerkmale, Marketingstrategie analog zur Funktion der jeweiligen Plattform, ansprechender und „catchender“ Feed  
Außerdem wäre es denkbar, anhand der genannten Kriterien das Endprodukt zu bewerten.

### Anregung zum weiteren Lernen

Als Einstieg für die zweite Stunde (vor der Fortführung der Gruppenarbeit) könnte die Lehrkraft über [www.zeoob.com](http://www.zeoob.com) ein schlechtes Profil erstellen und von den Lernenden kritisch beleuchten lassen.

Die Jugendlichen komponieren z.B. mit Garageband einen eigenen Song für ihren fiktiven Star und nehmen diesen auf. Der Songtext könnte – je nach Sprachwahl – gemeinsam mit den Fächern Deutsch, Englisch oder Französisch geschrieben werden.

Neben Social Media gehören noch weitere Komponenten zur Vermarktung eines Künstlers/ einer Künstlerin. So könnte in Verbindung mit IT eine eigene Homepage kreiert oder fächerübergreifend mit Kunst (nur bei Profulfach Kunst) T-Shirts, Plakate o.Ä. für das Merchandising entworfen werden. Ferner wäre es möglich, im Fach Deutsch Artikel für Zeitschriften oder digitale Plattformen schreiben zu lassen.