Dimensionen der Digitalität: Influencer\*innen – gute Einflüsse ?!

Materialien

**M1**

Amazonas fotografiert aus dem All

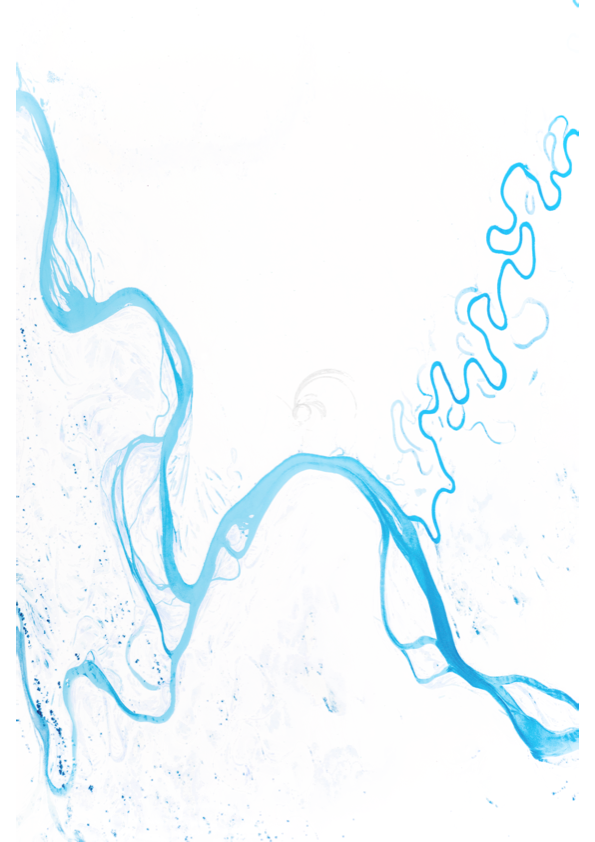
Ein Bild, das Text, Schiefertafel enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

<https://flickr.com/photos/72482589@N07/47534953211>

Attribution-ShareAlike 2.0 Generic [[CC BY-SA 2.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/)] aufgenommen am 14.08.2018 von Alexander Gerst

**M2 Einflüsse auf den Fluss meines Lebens**



<https://flickr.com/photos/72482589@N07/47534953211>

Attribution-ShareAlike 2.0 Generic [[CC BY-SA 2.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/)] aufgenommen a, 14.08.2018 von Alexander Gerst, bearbeitet.

**Arbeitsauftrag:** Gestalte deinen Lebensfluss, indem du die Einflüsse in den Hauptstrom deines Lebens beschriftest. Überlege dabei: Welche Einflüsse haben mich bisher am stärksten gesprägt. Wähle für die starken Einflüsse die breiteren Zuflüsse. Du kannst auch zusätzliche Zu- bzw. Einflüsse einzeichnen.

**M3 Analyse eines Clips**

* Welche Botschaft enthält der Clip für dich?
* Welche Werte/was wird in dem Clip als erstrebenswert/wichtig dargestellt?
* Was ist cool an dem Clip/an dem Influencer? Was spricht dich an?
* Welche Zielgruppe wird angesprochen? / Altersgruppe?/Jungs-Mädels? Ihr-Eure Geschwister-Eltern? Seht ihr euch als Zielgruppe?
* Welches Ziel verfolgt der Clip deiner Meinung nach?
* Warum/wann schauen sich Leute solche Clips an?
* Wie authentisch/echt/realistisch wirkt das auf dich? Wie inszeniert? Macht dir das was aus, wenn es inszeniert ist oder ist es dir egal?

**Aufgabe:**

1. Formuliere während der Betrachtung des Films Antworten auf die Beobachtungsaufgaben.
2. Vergleiche deine Ergebnisse mit einer Partnerin / einem Partner.
3. Ergänze deine Antworten mit überzeugenden Ergebnissen eures Partners/eurer Partnerin.
4. Nehmt Stellung, ob man diese Influencerin weiterempfehlen kann.

**M4**

<https://lehrerfortbildung-bw.de/moodle2/pluginfile.php/785839/mod_resource/content/2/Selbstinzenierung-in-den-neuen-Medien.pdf>

Ergebnisse der Malisa-Studie: Weibliche Selbstinszenierung in den Sozialen Medien

69% der Mädchen, die Heidi Klum folgen, hellen ihre Zähne auf Bildern in Social Media auf.

36% der Mädchen, die Heidi Klum nicht folgen, hellen ihre Zähne auf Bildern in Social Media auf.

100% der Mädchen, die Dagi Bee folgen, optimieren ihre Haut auf Bildern in Social Media.

Mädchen, die in Social Media Bilder posten, ahmen Aussehen, Gestik, Mimik nach und kopieren deren bevorzugte Motive.

**M5**

Gruppe 1: Fitness und Beauty - Körperideal

Fit zu sein, etwas für seine körperliche Gesundheit und sein Aussehen zu tun, auf Schönheit zu achten und attraktiv zu sein – wer könnte etwas gegen diese allgemein anerkannten Werte habe? Und ganz ehrlich, manch einem oder einer würde es doch bekommen, wenn er oder sie einen motivierenden Anstoß von einem Influencer erhielte, von der Couch aufzustehen, die Laufschuhe anzuziehen und einige Runden zu drehen statt Serien zu suchten. Besser ist es doch, sich zu pflegen und auf sein Äußeres so zu achten, dass man mit sich zufrieden ist und selbstbewusst unter die Leute gehen kann. Worin könnte dennoch ein Problem liegen, wenn Influencer\*innen zu einem solchen Blick auf den Körper beeinflussen wollen?

Um einer guten Antwort einen Schritt näher zu kommen, betrachten wir einmal ganz nüchtern einige Ergebnisse aus Studien zu diesem Thema:[[1]](#footnote-1)

Fitfluencer\*innen wollen dazu anregen, die sportliche Seite in sich zu entdecken und körperlich aktiv zu werden. Vielen hat dieser Antrieb dazu verholfen, sich aufzumachen und körperlich auf Vordermann zu bringen. So gut dieser Ansatz ist, so sehr birgt er aber auch Gefahren. Denn durch die Betrachtung der muskulösen, nahezu fettfreien Körper wird ein Ideal gezeigt, das die meisten trotz intensivem Training so nicht erreichen. Wer hinter diesem Idealbild zurückbleibt, kann sich dann selber für unfähig halten und das Vertrauen zu sich selbst verlieren. Dabei spielt auch das Thema Gewichtsabnahme eine große Rolle: Eine Vielzahl an Tipps zum Abnehmen mit Bildern von schlanken und durchtrainierten Frauen und Männern fordert dazu auf, diesen scheinbar perfekten Figuren nachzueifern. Das führt bei manchen bis zur Magersucht.

Hinzukommt die Tatsache, dass Influencer\*innen ihr Körperbild mit weiteren Werten verbinden und dabei eine einfache Gleichung aufmachen: Wer körperlich in hohem Maß fit ist, ist auch sonst leistungsstark, mächtig und – glücklich! Der Umkehrschluss liegt auf der Hand: Wessen Figur nicht durchoptimiert ist, kann sich gar nicht glücklich fühlen. Und was für den Einzelnen gilt, gilt auch für eine größere Gruppe: Wer einen guten Body hat, wird besser akzeptiert als andere.

Kein Wunder, dass viele Jugendliche ihre Fotos von sich entsprechend manipulieren – wie es die Influencer\*innen selbst übrigens ebenfalls tun. Hier stehen nur wenige Beispiele dafür, wie viele Jungen und Mädchen ihre Bilder an die ihrer Schönheitsideale anpassen:

|  |  |
| --- | --- |
| **Mädchen und Jungen orientieren sich beim Optimieren ihrer Bilder an normierten Schönheitsstandards** | |
| Mädchen | Jungen |
| 21 % Brüste größer machen | 40 % Schultern breiter machen |
| 19 % Hüfte schlanker machen | 39 % Arme muskulöser machen |
| 19 % Taille schlanker machen | 23 % Sixpack ergänzen |
| 14 % Beine länger machen | 22 % Beine muskulöser machen |
| 13 % Po muskulöser machen | 17 % Bart verändern |

Dieser Befund legt zwei Rückschlüsse nahe: Erstens ist ein klarer Einfluss von Influencer\*innen auf ihre Follower erwiesen. Und zweitens zeigen sich daran eindeutige Rollenklischees, also Festlegungen auf traditionelle Rollenbilder. Auch dabei gilt, wer nicht in das Rollenschema passt oder sich darin einordnen will, kann unter vermindertem Selbstvertrauen leiden, Druck aus der Gruppe erhalten und erfährt häufig weniger Akzeptanz in der Gesellschaft.

**Arbeitsauftrag:**

1. Gestalte eine Skizze, an der die Probleme von Influencing im Bereich Fitness und Beauty deutlich werden.
2. Wende die Informationen des Textes auf die Frage an, unter welchen Bedingungen diese Form von Influencing für Follower zur Gefahr werden kann.

**M5a** (Lösungshinweise für Aufgabe 1, für eine Schülerlösung oder einen gemeinsamen Tafelanschrieb)

Ideales Bild vom starken und schlanken Körper

Totale Nachahmung mit Suchtpotential

Falsche Gleichung: fit + schlank + schön

=

* leistungsstark
* mächtig
* glücklich

Häufige Konsequenz

Aus Angst, nicht akzeptiert zu werden, folgt:

* Eigene Bilder/Fotos werden an die Ideale angepasst
* Dadurch werden viele Rollenklischees bedient
* Selbstwertgefühl leidet

Mögliche Folgen:

wenn die Ideale nicht erreicht werden, kann das zu mangelndem Selbstvertrauen und mangelnder Akzeptanz in der Gruppe oder Gesellschaft führen.

**M5b** (Lösungshinweis Aufgabe 2)

Der Einfluss von Influencern im Bereich Fitness und Beauty kann dann zu einer Gefahr werden, wenn…

* das Verhalten von Followern suchtartigen Charakter aufweist (wenn man z.B. ständig auf die eingehenden Nachrichten schauen muss).
* man sich stärker an den vorgelebten und gezeigten Idealen orientiert als an seinen eigenen Wünschen und Bedürfnissen.
* man bemerkt, dass man zunehmend unzufrieden mit sich selbst wird.
* man in eine Spirale von immer fitter, immer schlanker,… gerät.
* man gar nicht mehr auf andere Leute hört, die einen auf ein realistisches Bild vom Körper hinweisen.
* man an Selbstvertrauen verliert.
* der Einfluss der Influencer so groß wird, dass er mehr Macht besitzt, als man ihm eigentlich einräumen möchte.

**M6**

Gruppe 2: Hinter den Kulissen - Womit verdienen Influencer\*innen ihr Geld?

Wenn du dir einen Clip von einem Influencer anschaust, musst du dafür keinen Cent bezahlen. Aber womit verdienen denn dann Influencer Geld? Ja sicher, manche machen das nur so nebenher. Aber wer sehr aktiv ist und über 10k Follower hat, der muss richtig viel arbeiten. Das geht nicht einfach so nebenher. Da bleibt nicht viel Zeit für Anderes und also muss das Geld zum Leben ja irgendwoher kommen. Womit verdienen Influencer\*innen also ihr Geld?

Eigentlich ist es ganz einfach: Influencer werden für Werbung bezahlt. Die Firmen haben gute Erfahrungen damit gemacht und deshalb bezahlen sie Influencer dafür, dass diese helfen, Produkte zu verkaufen. Die Firmen tun das, weil sie glauben, dass Influencer einen Einfluss auf ihre Follower ausüben und diese dazu bewegen können, ihre Produkte zu kaufen. Die Sympathie, die man für den Influencer hat, geht also auf das Produkt über.

Der Grund, warum Influencer für die Firmen als Werbebotschafter so interessant sind, ist, dass die meisten Menschen Kaufempfehlungen von Leuten, die sie kennen eher folgen, als normaler Werbung. Und genau da setzen die erfolgreichen Influencer an: Sie sind beliebt, sie halten Kontakt zu ihren Follower, vor allem aber sind sie glaubwürdig, denn die Werbebotschaft kommt ja nicht von der Firma selbst, sondern indirekt von dem Influencer\*innen. Studien zeigen, dass gerade junge Konsumenten im Alter zwischen 14 und 17 Jahren auf klassische Werbung weit weniger ansprechen, als auf die Empfehlungen von Influencer\*innen. Die Influencer versuchen, starke Bindungen zu ihren Followern aufzubauen, die manche Follower als Freundschaft missverstehen. Tatsächlich werden aber die Follower dadurch weniger zu Freunden, als vielmehr zu Kunden gemacht. Ihr Verdienst hängt von der Anzahl er Follower ab. Das ist der Trick, auf dem das ganze Geschäftsmodell beruht.

Und wie läuft das nun konkret ab? Vertreter der Firmen suchen Influencer\*innen, die zu ihren Produkten passen. Je nach dem, wieviel Geld sie ausgeben wollen, werden sie Influencer mit geringerer oder größerer Reichweite auswählen. Der Begriff Reichweite meint, wieviele Follower der Influencer hat. Je mehr Follower ein Influencer hat, desto teurer ist es, den Influencer für einen Post zu bezahlen. Je nach dem wie groß die Reichweite ist, kann ein Post (Feed, Story, Video) zwischen 50 und 5000 Euro kosten. Ein anderer Weg ist eine Beteiligung am Verkauf eines Produkts, wenn dieses im Internet über den Link verkauft wird, der von dem Influencer angezeigt wird.

Bei Influencer\*innen mit niedrigerer Reichweite fließt auch unter Umständen gar kein Geld, sondern der Influencer darf das Produkt, für das er oder sie wirbt, behalten. Manche Influencer\*innen gehen sogar soweit, dass sie auf ihren Seiten Shops bewerben, in denen dann die Produkte der Firmen verkauft werden.

**Bibi Claaßen** (ca. 10 Millionen Follower) wirbt nicht nur für Kosmetikprodukte (sie hat eine eigene Kosmetikmarke), sondern auch für die Tourismuskonzerne Thomas Cook und Neckermann, Telekom und bestimmte Handyspiele. Nach Schätzungen des Manager Magazins verdient sie ca. 110 000 Euro im Monat.[[2]](#footnote-2)

**Paluten** (über 4 Millionen Follower) verdient nach Schätzungen der Plattform youtuber.me bis zu 90 000 Euro im Monat.[[3]](#footnote-3) Durch seine gefilmten Gamingszenen bewirbt er direkt die Spiele, die er spielt. In seinem eigenen Store verkauft er Gamingstühle, Plüschtiere, Kleidung, Thermosflaschen, Handyzubehör und Bücher.

Der Markt mit den Influencer\*innen wächst und damit auch die Gelder, die Firmen in die Werbung durch Influencer\*innen stecken. Für die Firmen sind die Influencer\*innen auch billiger als klassische Werbung, und so werden für bestimmte Produkte Influencer\*innen regelrecht gesucht.

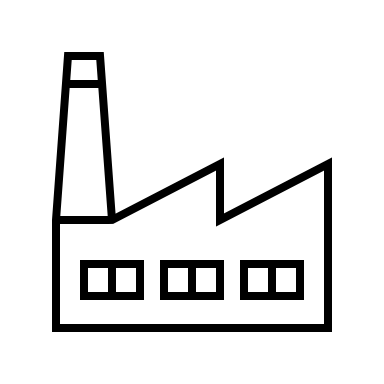
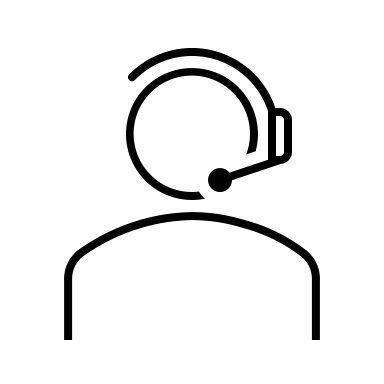
**Arbeitsauftrag:**

1. Gestalte eine Skizze, aus der deutlich wird, wie Influencer\*innen ihr Geld verdienen.
2. Wende die Informationen des Textes auf die Frage an, unter welchen Bedingungen man Influencer\*innen für glaubwürdig oder unglaubwürdig halten kann.

**M6a** (Lösungshinweise für Aufgabe 1, für eine Schülerlösung oder einen gemeinsamen Tafelanschrieb)

2. bezahlt

nach Reichweite





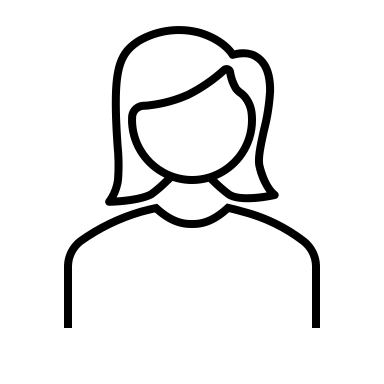
**Influencer\*in**

**Firma**

1. will verkaufen



kauft





**Follower\*in**

wertet das Produkt mit Sympathie auf

**Produkt**

Wie der Tipp eines „Freundes“

**M6b** (Lösungshinweis Aufgabe 2)

Influencer\*innen können dann unglaubwürdig werden, wenn sie

* nicht offenlegen, dass es sich um Werbung handelt,

sondern so tun, als wäre es eine echte Empfehlung eines Freundes.

* Dinge bewerben, die keine Qualität haben,
* Dinge bewerben, die gar nicht zu ihnen passen,
* Dinge bewerben, die unter unfairen oder umweltschädlichen Bedingungen produziert werden.
* Freundschaft vortäuschen und in Wirklichkeit eine reine Geschäftsbeziehung besteht und sie indirekt durch das Geld der Follower\*innen reich werden.
* verschleiern, dass sie für das, was sie tun, bezahlt werden.

**M7**

|  |  |
| --- | --- |
| Gruppe 1: Fitness und Beauty - Körperideal | Gruppe 2: Hinter den Kulissen - Womit verdienen Influencer\*innen ihr Geld? |
|  |  |

**Weiterführende Aufgabe:**

Jemand empfiehlt dir für einen bestimmten Influencer, Follower zu werden. In einem Gespräch versuchst du rauszukriegen, ob der Influencer einen guten oder schlechten Einfluss auf dich haben könnte. Formuliere Fragen, von denen abhängt, ob du einer/einem Influencer\*in folgen würdest.

**M7a** (Lösungshilfe)

|  |  |
| --- | --- |
| Gruppe 1: Fitness und Beauty - Körperideal | Gruppe 2: Hinter den Kulissen - Womit verdienen Influencer\*innen ihr Geld? |
| * Bin ich noch zufrieden mit mir, wenn ich Videos mit dem Influencer/der Influencerin gesehen habe? * Versuche ich, die Fotos von mir zu verändern, damit ich einem vorgeführten Ideal entspreche? * Hat der Influencer/die Influencerin einen stärkeren Einfluss auf mich, als ihm geben möchte? * Sinkt mein Selbstvertrauen, wenn ich mir einen Clip angesehen habe? * Verändere ich vielleicht mein Kaufverhalten, wenn ich einem Influencer/einer Influencerin folge? * Ist der Influencer/die Influencerin selbst glaubwürdig oder postet er/sie vielleicht auch geschönte Bilder? * Folge ich jemand (nur), damit ich deshalb in einer Gruppe mitreden kann? | * Werde ich manipuliert, um bestimmte Produkte zu kaufen? * Legt die Influencerin / der Influencer offen, dass sie / er diese Produkte bewirbt, oder geschieht die Werbung verdeckt? * Spricht die Influencerin / der Influencer bei Produkten nicht nur Stärken, sondern auch Schwächen an? * Sind die Produkte, die beworben werden, unter fairen Bedingungen hergestellt und qualitativ wirklich hochwertig? * Vermittelt die Influencerin / der Influencer das Gefühl, dass man nur dann wirklich gut ist, wenn man ein bestimmtes Produkt besitzt? * Sind die Kontakte mit Follower nur Fassade, um Produkte an diese zu verkaufen? * Hat der Influencer/die Influencerin einen stärkeren Einfluss auf mich, als ihm geben möchte? * Kaufe ich etwas (nur), damit ich dann in einer Gruppe mitreden kann? |

**Weiterführende Aufgabe:**

Jemand empfiehlt dir für einen bestimmten Influencer, Follower zu werden. In einem Gespräch versuchst du rauszukriegen, ob der Influencer einen guten oder schlechten Einfluss auf dich haben könnte. Formuliere Fragen, von denen abhängt, ob du einer/einem Influencer\*in folgen würdest.

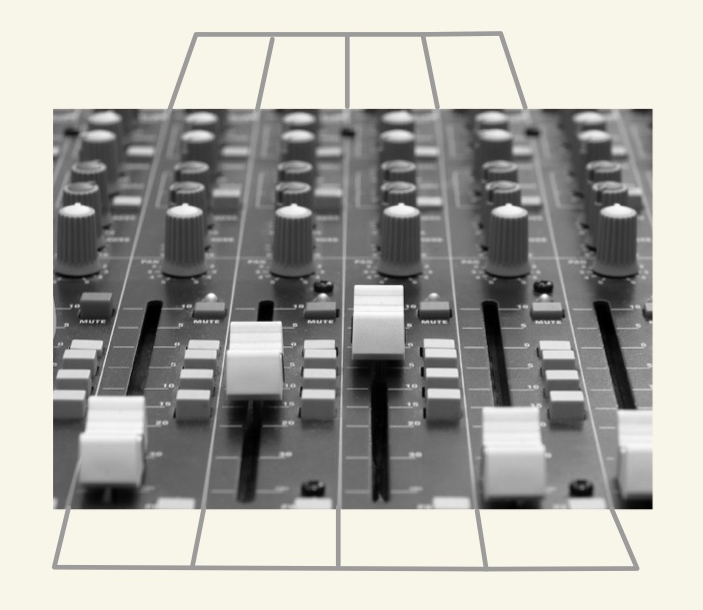
**M8** Influencer-Check

Wie stark **darf** der Einfluss eines Influencers auf mich **sein** im Blick auf die folgenden Aspekte?

Zeichne den Wert in die Skalen über dem Mischpult ein (von 0 bis 10)

0 – Er / sie beeinflusst mich gar nicht.

10 – Er / sie beeinflusst mich sehr stark.



meine Selbstzufriedenheit

mein Kaufverhalten

mein Sozialverhalten

mein Selbstvertrauen

<https://www.pexels.com/de-de/foto/schwarz-und-weiss-klang-audio-mischpult-6134552/>

Und wie stark **ist** der Einfluss eines Influencers, dem ich folge, auf mich?

Zeichne den Wert in die Skalen über dem Mischpult ein (von 0 bis 10)

0 – Er / sie beeinflusst mich gar nicht.

10 – Er / sie beeinflusst mich sehr stark.

Ein Bild, das Musik, Elektronische Orgel enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

meine Selbstzufriedenheit

mein Kaufverhalten

mein Sozialverhalten

mein Selbstvertrauen

**M9** **Messages für ein gutes Leben**

* Nichts ist unmöglich. (Toyota)
* Wir machen den Weg frei. (Volksbanken, Raiffeisenbanken)
* Bei allem, was ihr tut, lasst euch von der Liebe leiten. (1. Kor 16,14)
* Just do it. (Nike)
* Gott ist mein Licht und mein Heil; vor wem sollte ich mich dann noch fürchten? (Ps.27,1)
* Gemeinsam sind wir stark.
* Geht nicht, gibt’s nicht. (Praktiker)
* Es gibt nichts Gutes, außer man tut es. (Erich Kästner)
* Sei Pippi, nicht Annika.
* Gib jedem Tag die Chance, der schönste deines Lebens zu werden. (Mark Twain)
* Zur Freiheit hat uns Christus befreit! (Gal. 5,1)
* Mit meinem Gott kann ich über Mauern springen. (Ps. 18,30)
* …
* …

**Aufgabe:**

Beurteile die Sätze im Blick darauf, was für euch ein gutes Leben ausmacht.

Gehe dabei folgendermaßen vor:

* Kreuze drei Sätze an, die für dich für ein gutes Leben stehen.
* Erstelle ein Ranking der drei Sätze.
* Begründe deine Auswahl und das Ranking.
* Ergänze die Liste mit Sätzen, die du kennst und die für dich für ein gutes Leben stehen.

**M10** Werde selbst zum Sinnfluencer

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Zeit | Möglicher Schritt | Was fällt mir dazu ein? |
|  |  |  |
| 15‘‘ | Begrüßung  Hinführung zu einem Satz, der für ein gutes Leben steht. |  |
| 15‘‘ | Den Satz anschaulich erklären, evtl. Lebensbeispiel/eigene Geschichte, warum der Satz wichtig ist. |  |
| 15‘‘ | An einem (weiteren) Beispiel und sprachlichen Bildern veranschaulichen, warum der Satz wichtig ist. |  |
| 15‘‘ | Wunsch an die Community aussprechen, der mit dem Beispielsatz zu tun hat. |  |

1. Vgl. dazu und zum Folgenden [**https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinzenierung-in-den-neuen-Medien.pdf**](https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinzenierung-in-den-neuen-Medien.pdf)(3.1.2022) [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/personalien/bibi-so-verdient-deutschlands-youtube-star-rund-110-000-euro-monatlich-a-1141648.html> (31.1.2022) [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://de.youtubers.me/paluten/youtuber-statistiken> (31.1.2022) [↑](#footnote-ref-3)