

Faszination Influencer*innen

Inspiration oder zweifelhafte
Vorbilder?

Charlotte Horsch

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

03. Juli 2024





Kurze Vorstellung

- Seit 2019 angestellt am JFF – Institut für Medienpädagogik
- Projekte: FLIMMO, webhelm – kompetent online & Zukunftsdialoge
- Schwerpunkte: Medienerziehung in der Familie, Umgang mit Social Media, Geschlechterbilder im Netz, Umgang mit Bewegtbildmedien
- Zielgruppen: v.a. pädagogische Fachkräfte & Erziehungsberechtigte



Was sind Influencer*innen?

- Personen, die über eine hohe Social-Media-Reichweite verfügen
- Idole & Stars für viele junge Menschen
- Lassen ihre Follower*innen an ihrem Leben & Alltag teilhaben
- Thematisch breit gefächert

Influencer*innen-Quiz





Wie finanzieren sich Influencer*innen?

- Bezahlte Kooperationen mit Firmen → Werbung auf den Kanälen der Influencer*innen
- Eigene Kollektionen oder Marken
- Teilweise Projekte im Hintergrund
- → Social Media kann einer Werbeveranstaltung gleichen
- Werbung muss (mittlerweile) klar gekennzeichnet werden
- Trotzdem gerade für Kinder nicht immer zu durchschauen, kann wie eine Empfehlung von Freund*innen wahrgenommen werden

Beispiel für Werbung von Influencer*innen:

<https://www.instagram.com/p/C1FRQ8jtPaK/>



Mit Gewinnspielen auf Follower*innen-Fang

- Viele Influencer*innen verlosen regelmäßig hochpreisige Gewinne auf ihren Seiten
- Teilnahmebedingungen oftmals unterschiedlich
- Ziel dahinter: Follower*innen generieren
- Ob die Gewinne tatsächlich ausgelost werden, ist oftmals unklar

Parasoziale Beziehungen

- Keine wechselseitige Auseinandersetzung
- Einseitige emotionale Bindung
- Vermeintliches Gefühl von Freundschaft, bspw. zwischen Influencer*innen & Follower*innen
- Per se nichts negatives, kann aber dazu führen, Influencer*innen unkritisch zu begegnen

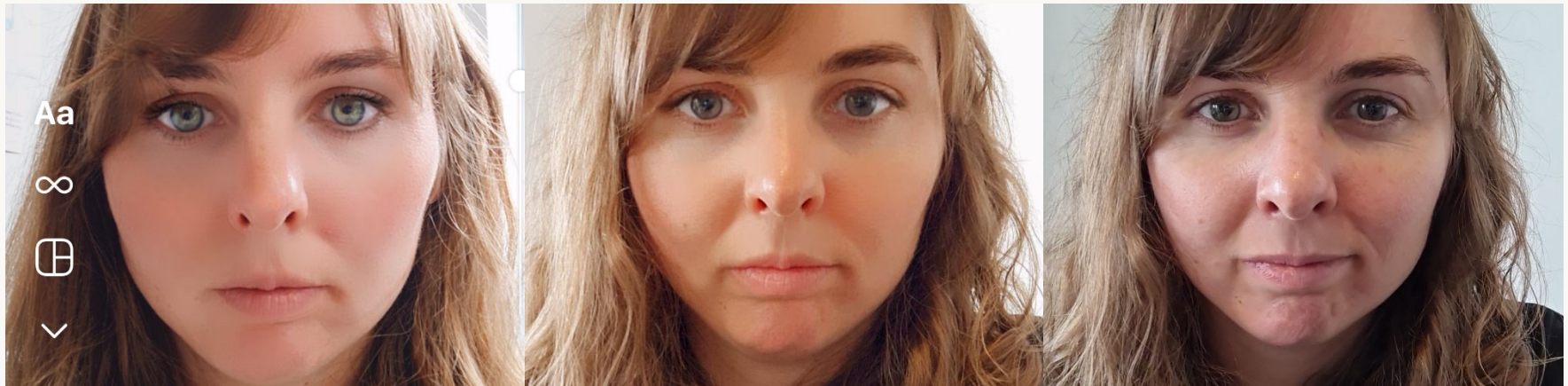
Herausforderungen von Influencer*innen

- Konsumorientierter Content nicht immer zu durchschauen
- Der Vorbildcharakter kann außerdem dazu führen, dass junge Menschen beworbene Produkte nachkaufen, ohne zu hinterfragen oder Meinungen nicht hinterfragen
- Bekannte Influencer*innen vertreten häufig einseitige Rollenbilder und Bilder von Schönheit

Exkurs: Beauty-Filter

- Möglichkeit, das Gesicht mit nur einem Klick zu verändern
- Filter bieten die Möglichkeit, z.B. das Hautbild klarer, die Nase kleiner, die Lippen voller etc. zu gestalten
- Kein Bearbeitungsaufwand
- Ebenso können Körper schlanker oder muskulöser gestaltet werden
- Oft nicht zu durchschauen, ob Filter angewendet werden → unrealistisches Schönheitsideal
- Kann Unzufriedenheiten verstärken

Beispiel für Beauty-Filter:



Bilder: Charlotte Horsch



Influencer*innen als Chance

- Social Media bietet die Chance, vielfältige Rollenbilder aufzuzeigen
- Junge Menschen haben die Möglichkeit, vielfältige Idole zu finden und sich niedrigschwellig zu informieren
- Gerade für queere Jugendliche eine Chance, sich zu vernetzen

Accounts zu Themen wie Bodypositivity, Vielfalt oder Politik

- @glanzundnatur (Instagram, TikTok): Ganzheitliche Gesundheit und Körperakzeptanz
- @RosaMag (Instagram): Online-Lifestylemagazin für Schwarze FLINTAs und Freund*innen
- @wastarasagt (Instagram, TikTok): Behandelt Themen rund um Feminismus und Mysogonie
- @celestebarber (Instagram, TikTok): Komödiantische Auseinandersetzung mit Schönheitsidealen
- @safespace.offiziell (TikTok): Aufklärung zu Themen rund um Sexualität und Körperakzeptanz
- @news_wg (Instagram): Nachrichtenformat für Jugendliche
- @louisadellert (Instagram, TikTok): Behandelt Themen rund um Körperakzeptanz, Feminismus, Nachhaltigkeit und Politik
- @riccardosimonetti (Instagram, TikTok): Lifestyle-Influencer, aktiv gegen Homophobie, Hate Speech und Diskriminierung

Umgang mit Influencer*innen – was können Fachkräfte tun?



Info-Tipp: FLIMMO

- Ratgeber für Fernsehen, Streaming, Kino und **ganz neu**: YouTube, TikTok & Instagram
- Kanalbesprechung auf Basis von medienpädagogischen Gesichtspunkten
- Hilfe bei der Orientierung und Einordnung für Fachkräfte und Eltern



twenty4tim

Ob Musikvideos auf YouTube, tägliche Instagram-Stories aus dem Alltag, TikTok-Tänze oder aufwändige Fan-Events und Partys: Twenty4tim lässt seine Follower*innen an nahezu jedem Detail seines Lebens teilhaben. Neben Unterhaltung, oftmals zweifelhaften Werbedeals und Gewinnspielen, spricht er sich über ernste Themen wie Mobbing, Rollenbilder und Stereotype werden in seinen Videos oftmals aufgebrochen.

Positives

Themenvielfalt

Der Kanal bietet eine große Bandbreite an Themen.

Abbildung von Vielfalt

Toleranz und Vielfalt werden hier großgeschrieben. Gängige Stereotype werden hinterfragt und ein offener Blick auf die Welt vermittelt.

80 BEWERTET FLIMMO

Negatives

Produktempfehlung

In den Videos werden massiv Produkte beworben. Das kann bei Kindern (Konsum-)Wünsche wecken. Dass es sich bei den Inhalten um (bezahlte) Werbung handelt, ist für Kinder nicht immer zu erkennen.

Konsum im Mittelpunkt

Luxus oder zügelloser Konsum stehen im Mittelpunkt. Oft geht es dabei um eins: Kaufen macht glücklich. Das kann Kindern einen zweifelhaften Umgang mit Geld und Konsum vermitteln.

Private Einblicke

Hier werden sehr intime Momente und tiefe Einblicke in die Privatsphäre gewährt, um eine hohe Reichweite zu erzielen. So entsteht der Eindruck, dass es völlig normal ist, das eigene Privatleben einem Millionenpublikum zu zeigen.

Clickbait

Reißerische Bilder, Überschriften oder Teaser sollen neugierig machen und dazu anlockern, auf diesen Inhalt zu klicken.

Bildschirmfoto
von YouTube



Abonent*innen

YouTube	313.000
TIKTok	4.300.000
Instagram	2.700.000



#Lifestyle

#Vlog



FLIMMO bewertet nicht auf Inhalte, welche die mit Geld oder Reichweite sind.

Stand: 16.02.2024 [Historie der Bewertungen](#)

Praktische Methoden





webhelm-Starterkit „Like, follow, comment – Influencer*innen im Netz“

Enthalten sind:

- Ablaufpläne für 2 Projekttag
- Toolbeschreibungen
- Methodenbeschreibungen
- Hintergrundinformationen
- Arbeitsblätter
- Für Fachkräfte aus Bayern kostenlos

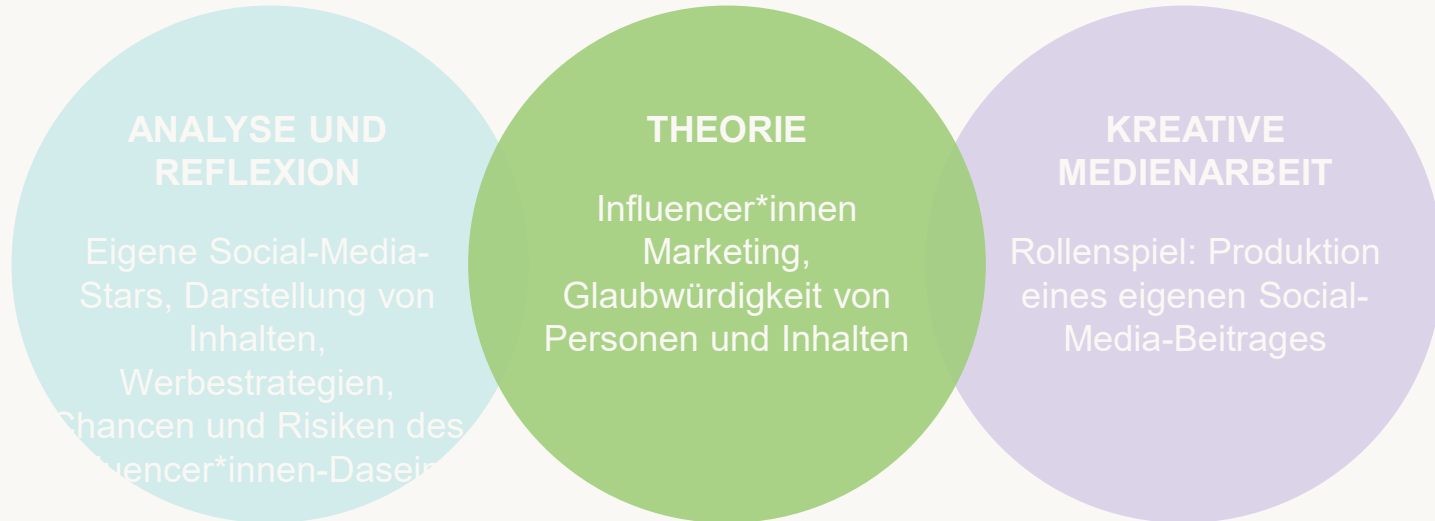
bestellbar unter

<https://webhelm.de/starterkits-bestellen/>

Mehr Infos: <https://webhelm.de/starterkit-influencerinnen-im-netz/>

Das Starterkit

Einheit 1: Einführung in das Thema Influencer*innen



Das Starterkit

Einheit 2: Schwerpunkt auf Rollenbilder in Social Media





Rollenspiel: How to be an Influencer

- Die Teilnehmenden schlüpfen in die Rolle von Influencer*innen und versuchen, ein Produkt Ihrer Wahl möglichst unauffällig zu bewerben
- Die Ergebnisse werden als Video aufgenommen und ggf. geschnitten
- Im Anschluss werden die Ergebnisse präsentiert
- Link zur webhelm-Methode: <https://webhelm.de/methode-how-to-be-an-influencer/>

