

Mach dir ein Bild – Influencer*innen untersuchen ①

Als neuer Berufswunsch unter Jugendlichen taucht immer öfter Influencer*in auf. Der Begriff kommt vom Englischen *to influence*, also beeinflussen. Tatsächlich erreichen Influencer*innen mit ihren Fotos und Kurzvideos zu Inhalten wie Reisen, Mode, Musik, Events usw. teilweise mehr Menschen als große Tageszeitungen oder TV-Sendungen. An der Zahl der Follower*innen erkennt man ihren Erfolg und damit auch ihren Marketingwert.

- Welche Influencer*innen kennt ihr?
- Teilt euch in Gruppen auf und präsentiert Influencer*innen eurer Wahl. Beachtet dabei folgende Leitfragen:
 - In welchem zeitlichen Abstand werden Videos oder Fotos gepostet?
 - Spielen kommerzielle Interessen eine Rolle? Hat er oder sie Sponsoren?
 - Ist Werbung als solche gekennzeichnet? Welche Werbung wird angezeigt?
 - Sind die Bilder inszeniert oder spontane Schnappschüsse? Woran erkennst du das?
 - Sucht Bilder aus und untersucht sie auf ihre Komposition (Arbeitsblätter 3 und 4).
 - Welches Bild vermitteln die Fotos und Videos?
 - Was zeigen sie nicht?
 - Welches Männer- und Frauenbild wird vermittelt?
 - Welche Inhalte oder Themen werden angesprochen?
 - Wird deine Meinung oder dein Verhalten beeinflusst?

Vorbereitung für eine eigene Online-Kampagne

- Was sind deine Interessen?



Marketing bedeutet Werbung. Eine Marketingfigur ist eine Werbefigur, die den Verkauf von Produkten steigern soll.



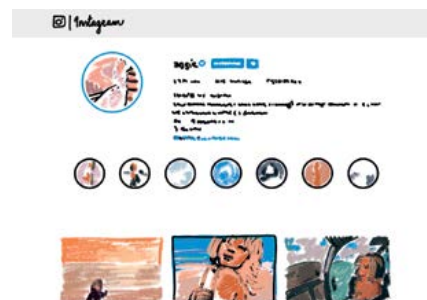
Instagram kontrovers

Essena O'Neill berichtet über ihr Leben als Influencerin



- Schaut euch das [Video der Influencerin Essena O'Neill](#) an.
- Was berichtet Essena O'Neill? Halte Erfolgsformeln von Influencer*innen und wesentliche Kritikpunkte in einer Tabelle fest.
- Recherchiere, ob O'Neill ihre Internetkarriere wirklich beendet hat.

Aggie und #WelcometoArabia



- Schaut euch die Insta-Story Saudi auf <https://www.instagram.com/aggie> an. Worüber berichtet Aggie?
- Findet heraus, wieso ihre Posts über Saudi-Arabien kontroverse Reaktionen provoziert haben.