

Charakteristika der Influencer*innen

Informationsblatt

Influencer*innen sind die großen Stars der Heranwachsenden und unterhalten ihr Publikum mit schönem, persönlichem und lustigen Content. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass Influencer*innen bestimmte Eigenschaften bzw. Strategien aufweisen, die im Folgenden kurz erläutert werden.

Multimodalität

Betrachtet man die Kommunikation innerhalb der Sozialen Medien, so ist die Nutzung verschiedener Modalitäten wesentlich. Das heißt, die Influencer*innen kommunizieren nicht nur in sprachlicher Form, sondern auch visuell, auditiv und textlich (= Multimodalität). Die Kinder und Jugendlichen werden durch diese abwechslungsreichen Modalitäten (Videos, Bilder, Text) besonders angesprochen.

Multikanalität

Mit diesem Merkmal ist gemeint, dass Influencer*innen auf mehreren Social-Media-Plattformen aktiv sind und so noch mehr Menschen erreichen bzw. ihre Community vergrößern wollen. Beispielsweise verfügt so gut wie jeder erfolgreiche YouTuber / jede erfolgreiche YouTuberin über einen Instagram-Account, mit einer ähnlich hohen Followerschaft.

Periodizität

Bei erfolgreichen YouTuber*innen, Instagrammer*innen und Co. ist eine regelmäßige Wiederkehr erkennbar. Damit ist gemeint, dass die Influencer*innen ihre Community kontinuierlich mit Videos, Stories und Beiträgen versorgen. Die Periodizität scheint wichtig für die Publikumsbindung und um den erreichten Status zu erhalten. Das junge Publikum erwartet sehnsüchtig das neue YouTube-Video etc. und verlässt sich darauf.

Prodesse et delectare (unterhaltsam und belehrend)

Dieses Merkmal zeigt auf, dass die Inhalte (Videos, Reels, Stories etc.) unterhaltsam und gleichzeitig belehrend bzw. informativ (prodesse et delectare) sein müssen, um die gewünschte Aufmerksamkeit des Publikums zu erhalten.

Interaktivität

Die Interaktivität spielt eine wesentliche Rolle: Sie erzeugt Nahbarkeit und verstärkt die Glaubwürdigkeit der Medienstars. Das heißt, die Influencer*innen lassen ihr Publikum bewusst an ihrem alltäglichen Leben teilhaben, indem sie beispielsweise Fragerunden durchführen, auf Kommentare der Follower*innen antworten oder ihre Community entscheiden lassen. Diese interaktiven Elemente sind ausschlaggebend dafür, dass die Heranwachsenden ihren Vorbildern viel Vertrauen entgegenbringen.

Inszenierung und Fiktion

Inszenierung und die Schaffung einer eigenen Welt (Fiktion) zeichnen das Influencer*innen-Dasein aus und vermitteln den Eindruck eines nahezu "perfekten Lebens". Auch wenn die Influencer*innen ihren Fans viel Authentizität entgegenbringen, sind die Videos und Beiträge größtenteils inszeniert und gestellt. Ein Videodreh ist meist bis ins letzte Detail geplant, obwohl das Handeln der Influencer*innen sehr spontan erscheint.

Kürze

Was die Gestaltung betrifft, achten die Influencer*innen besonders darauf, dass die Videobeiträge möglichst kurzgehalten sind und bloß das Wichtigste dargestellt wird. Andernfalls werden die Betrachter*innen mit Informationen überladen und dies kann schnell zu Desinteresse oder Langeweile führen.

Zielgruppenorientierung

Hinsichtlich der überwiegend jungen Followerschaft werden hauptsächlich jugendaffine Themen behandelt, die meist an aktuelle Trends anknüpfen. Damit ist die Bedeutung der Zielgruppenorientierung angesprochen: Influencer*innen wissen, welche Beiträge oder Themen innerhalb ihrer Community besonders gefragt sind und bauen ihren Content bzw. Inhalte darauf aus.