LE04: Influencer:innen

Instagram ist derzeit eine der beliebtesten Plattformen zum Bearbeiten und Veröffentlichen von privaten Fotos und kurzen Videos. Jedoch wird die Plattform nicht nur für den privaten Kontakt und Austausch genutzt. Insbesondere Influencer:innen, also Nutzer:innen mit besonders großer Reichweite, nutzen die Plattform zur Selbstdarstellung und zunehmend auch gezielt für Marketingzwecke. Die folgende Lerneinheit widmet sich dem Thema „Influencer:innen“. Sie soll zeigen, wie insbesondere junge Menschen von Influencer:innen geprägt werden, aber auch selbst zu Influencer:innen werden und so unter anderem das Konsumverhalten (& das Selbstbild) anderer beeinflussen können.

Inhalte der Lerneinheit

- Charakteristika und Kategorien von Influencer:innen
- Beispiele von Sinnfluencer:innen
- Sinnfluencer:innen als Alternative?

Materialien

- AB04-1: Influencer:innen
- M04-1: Influencer:innen

Lernergebnisse und Kompetenzen

Nach Abschluss dieser Lerneinheit können Sie…

- beschreiben, wie Influencer:innen arbeiten und welche Marketingstrategien hinter den Profilen stehen können.
- beurteilen, welche Auswirkungen die Selbstinszenierung von Influencer:innen auf die Nutzer:innen haben können.
- Sinnfluencer:innen mit Influencer:innen vergleichen und ihre Charakteristika diskutieren.
- (eigene Unterrichtskonzepte zum Thema Influencer:innen gestalten.)

Basislektüre

- Erichsen, Cornelia (2019): 12 Influencer-Typen und wie sie uns beeinflussen.
- Gioia Baurmann, Jana (2019). Die Sinnfluencer.
- Goetz, Maya (2019). Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. Zusammenfassung der Ergebnisse einer Studienreihe.In: Televizion 32 (1), S. 25-28.

Hungry minds

- Schmitt, Wolfgang M. & Nymoen, Ole (2021): Die Entstehung der Werbekörper.

From:
https://www.foc.geomedienlabor.de/ - **Frankfurt Open Courseware**

Permanent link:
https://www.foc.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:studierende:l:s-digigesellschaft:lerneinheit:le04

Last update: **2025/09/29 13:59**