**Influencer - Grundsätzliche Überlegungen**

*Inwiefern beeinflussen Influencer unser alltägliches Handeln?*

Durch den Anstieg von Social-Media-Plattformen jeglicher Art wird das Personenfeld rund um die „Influencer“ im Alltag der jungen Erwachsenen immer präsenter. Während der Unterhaltungsfaktor bei den meisten zunächst im Vordergrund steht, werden viele Einflüsse, die die Influencer auf den User ausüben, im ersten Moment nicht sichtbar. Hier spielen besonders die Gestaltungsweisen der Beiträge und die jeweilige Aussageabsicht eine große Rolle, denn dabei werden zunehmend auch Marketingaspekte meist auf indirekte Art und Weise präsent. Social Media bietet ein großes Spektrum unterschiedlichster Themenbereiche an, was besonders die Informationsbeschaffung, Identifikation und Reflexion der Nutzerinnen und Nutzer ermöglicht. Darüber hinaus können manche Inhalte der Beiträge durch Fake-News und Meinungsmacher einen negativen Einfluss auf Nutzerinnen und Nutzer ausüben, der meist nicht so schnell erkannt wird.

*Inhalte*

Der Schwerpunkt der Influencer liegt neben dem Entwickeln von täglichem Content für die jeweilige Community auch auf dem finanziellen Aspekt, bei dem Kooperationen mit (Werbe-) Partnern eingegangen werden, um Geld zu verdienen. Wegen der unabhängigen Sichtweise genießen Influencer das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer. Gezieltes Ansprechen und auch die Beziehung zu der Zuhörer- und Leserschaft zu pflegen ist demnach von hoher Bedeutung für den Influencer. Die vorliegenden Arbeitsblätter fördern daher die kritische Mediennutzung, damit die Lernenden mediale Darstellungen genauer durchschauen können.

*Hinweise zu den Arbeitsblättern*

Die anfänglichen Definitionen zum „Influencer“ beleuchten eine Erweiterung des Feldes der Social-Media-Präsenz. Die Unterschiede machen sichtbar, dass der Influencer zunehmend mehr Realpräsenz außerhalb des Netzes genießt und auch den Alltag der jungen Erwachsenen beeinflusst. Der anschließende Fragebogen eröffnet die Selbstreflexion mit dem Umgang sozialer Medien. Intensiviert wird dieser Zugang durch den anschließenden Medienkompetenztest, der bereits die Folgen des Einflusses fokussiert. Viele Schülerinnen und Schüler werden auf den ersten Blick nicht erkennen, hinter welchem Beitrag Werbung steckt oder inwieweit falsche Informationen in die Irre führen.

Die anknüpfende Erarbeitung betrachtet nun diese Phänomene am Beispiel der Bereiche Werbung, Information, Meinung und Nachrichten. In einer arbeitsteiligen Gruppenarbeit (M1-M6) sollen nun Gestaltungs- und Ausdrucksmittel von Social-Media-Beiträgen analysiert und beurteilt werden. Durch die anschließende eigenständige Medienproduktion soll der Medienumgang weiter geschult werden, damit Strategien der Influencer auch zukunftsorientiert erkannt werden können.  
Der abschließende Transfer zeigt die Selbstinszenierung der Influencer und hebt nochmal das anfängliche Bild des Influencers hervor, was weitreichende Folgen auch außerhalb des Netzes in den Alltag von Social-Media-Nutzern bringt.

*Ästhetische Gestaltung*

Ein Ziel der Influencer ist die Generierung von hoher Reichweite, um die eigene Persönlichkeit mehr und mehr zu multiplizieren, sich zu vernetzen, Produkte zu vermarkten bzw. sich selbst auf bestimmte Art und Weise in Szene zu setzen. Dabei erhalten Influencer durch die präsenten Kommentar- und Mitteilungsfunktionen immer wieder Feedback vom jeweiligen User. Diese Feedbackkultur und die Möglichkeit eines permanenten Austausches machen die Grenzen zwischen realer und digitaler Welt fluide, so dass Nutzerinnen und Nutzern die Differenzierung schwer fallen kann.