

Soziale Medien und Social Influencer



thefashionfraction morning cuddles with 🧸
in my @zimmerli_switzerland PJ
#zimmerliofswitzerland #ad
#wearesummer17

weitere Kommentare laden

pingu5188 Awww cute

fleuroceane_ So cute!

lisa.2211 Cute 🧸

isabella_von_reichenau Cute 🧸💕

stylingliebe Oooooo sweeeeet 🧸💕💕

fitnfashion_kay Ich will den auuch 🧸

sabinecs Teddy 🧸🧸

blondebeccy hoffe du hattest einen schönen Start in die Woche, HGbsche!

Eingliederung in den Lehrplan 21

- können Chancen und Risiken der Mediennutzung benennen und Konsequenzen für das eigene Verhalten ziehen (z.B. Vernetzung, Kommunikation, Cybermobbing, Schuldenfalle, Suchtpotential) (MI.1.1)
- können Funktion und Bedeutung der Medien für Kultur, Wirtschaft und Politik beschreiben und darlegen, wie gut einzelne Medien diese Funktion erfüllen (z.B. Manipulation, technische Abhängigkeit, Medien als vierte Gewalt) (MI.1.1)
- können die Absicht hinter Medienbeiträgen einschätzen (z.B. Werbung, Zeitschrift, Parteizeitung) (MI.1.2)
- kennen Organisations- und Finanzierungsformen von Medienangeboten und deren Konsequenzen (MI.1.2)

Um was geht es?

- Soziale Medien: Dienste, Nutzung, Bedürfnisse, Effekte
 - Social Influencers: Motivationen, Produktionsmechanismen, Beispiele
- Medieneffekte und Einfluss der Mediennutzung und Medienkompetenz auf das Körperbild
- Fake-News



Soziale Medien: Die grossen 3



instagram

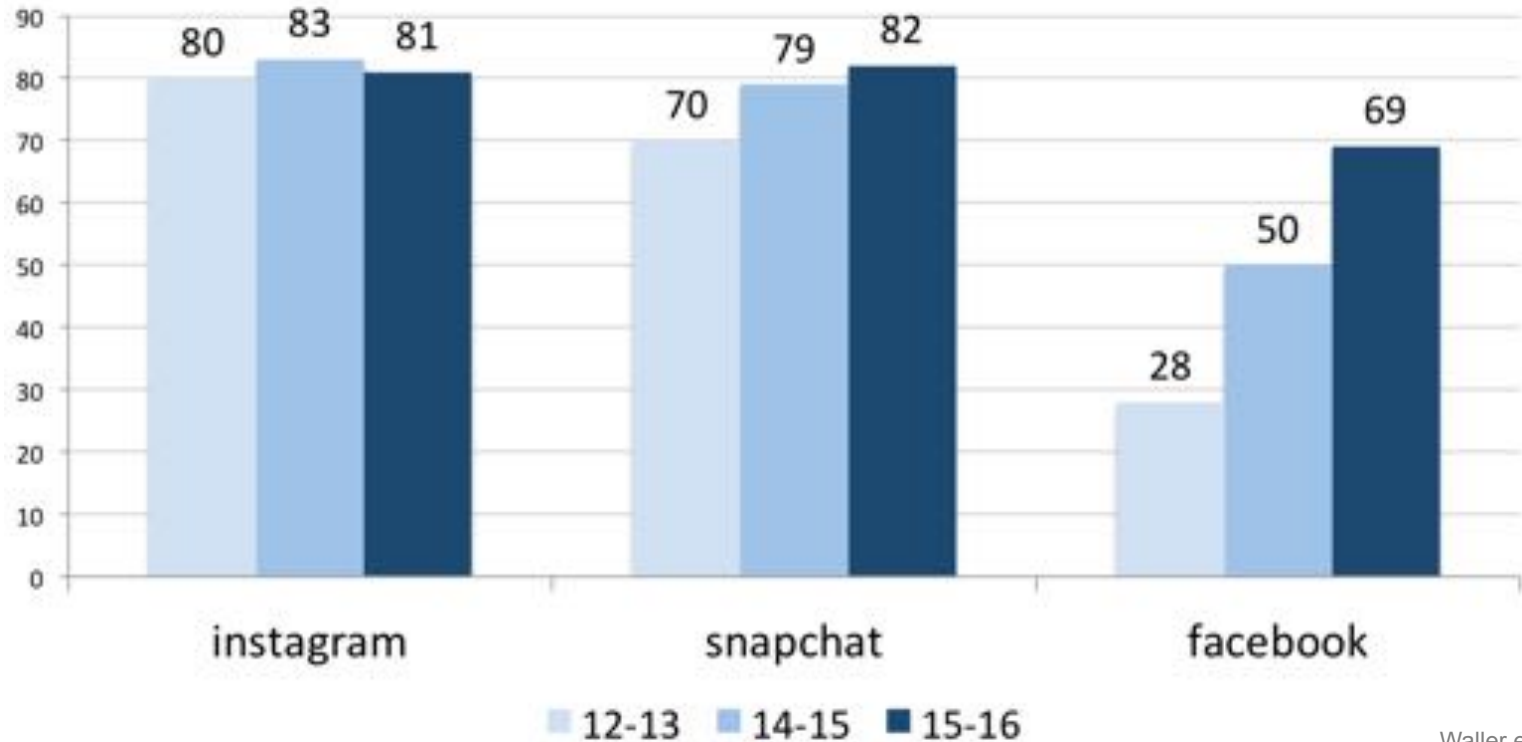


snapchat



facebook

Mitgliedschaft bei sozialen Netzwerken (12- bis 16-Jährige)



Waller et al. (2016)

Motive zur Nutzung sozialer Netzwerke

- Entspannung/Unterhaltung
- Expressives Teilen von Informationen
- Eskapismus
- Cooles und Trends
- Gesellschaft haben (sich nicht einsam fühlen)
- Berufliches Vorankommen
- Soziale Interaktion mit Familie/Freunden
- Habituellem Zeitvertrieb
- Neue Leute kennenlernen

a)

Scannen, Teilen,
Kommentieren,
Liken, Nachrichten
verschicken,
Nutzungsdauer

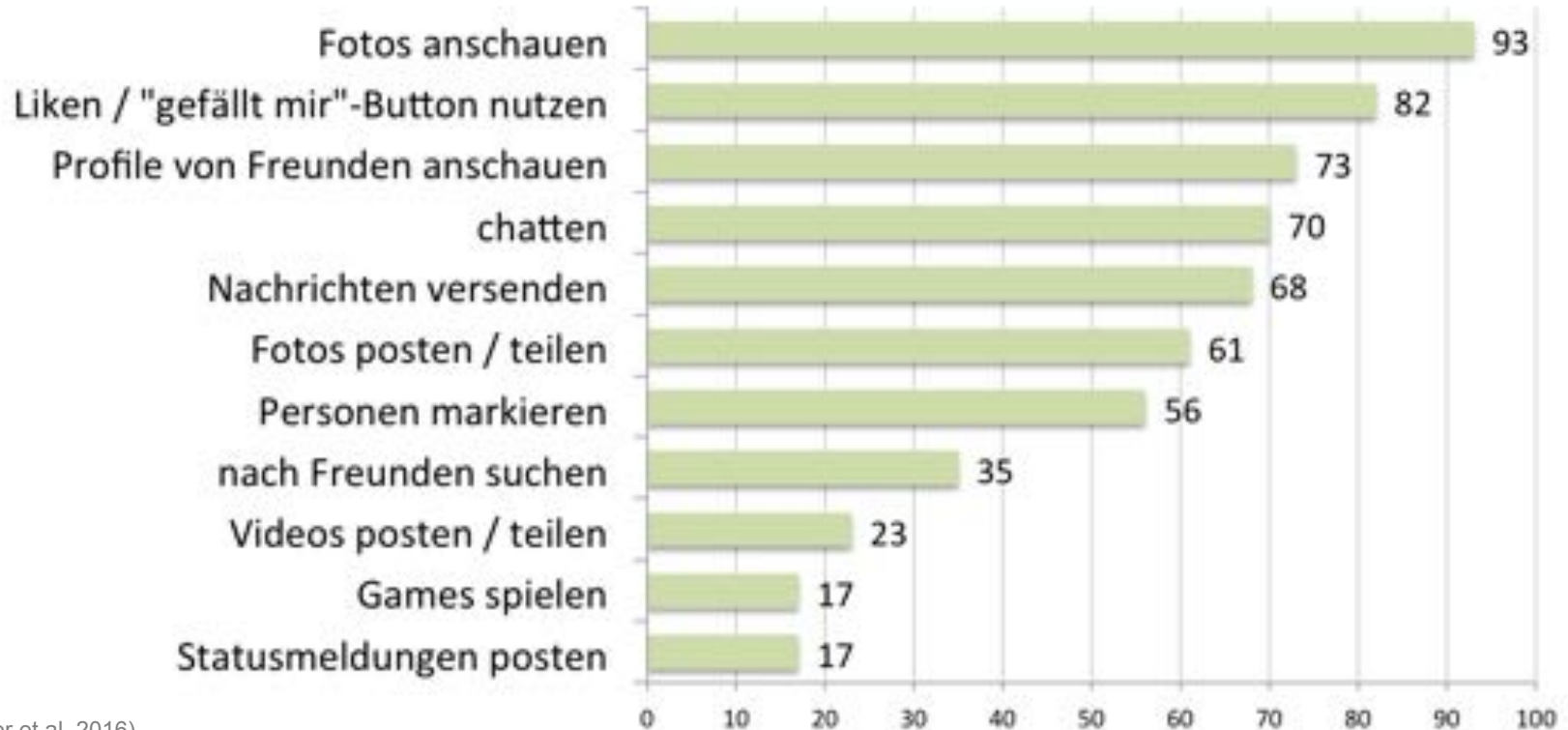
b)

Welchen Personen
man folgt

c)

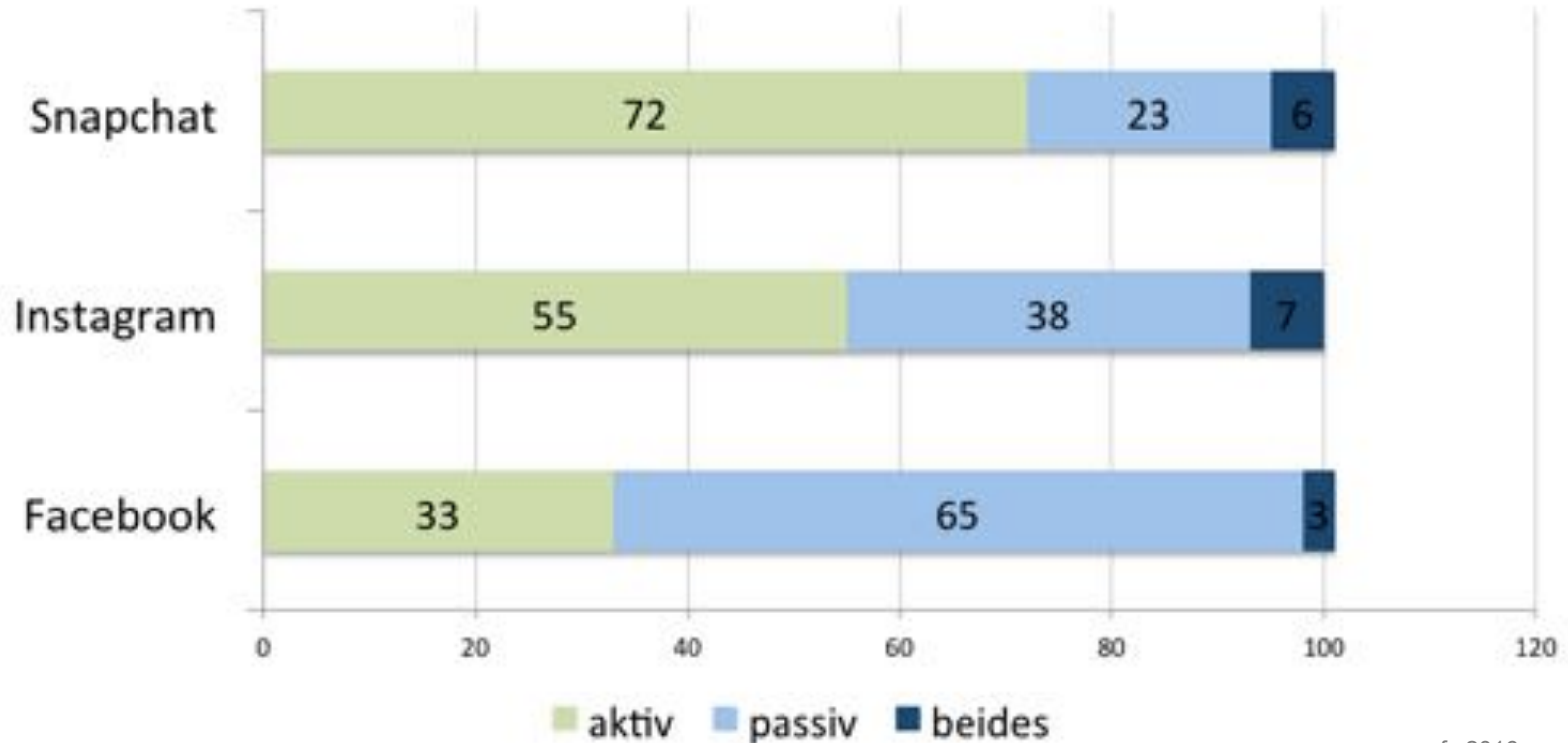
Welche Effekte
resultieren

Tätigkeiten in sozialen Netzwerken (allgemein)



(Waller et al. 2016)

Unterschiedliche Dienste sind für unterschiedliche Bedürfnisse



mpfs 2016

Mögliche positive Effekte der Nutzung sozialer Medien

- Soziale Unterstützung
- Weniger soziale Ängste
- Höherer Selbstwert
- Weniger soziale Isolation
- Raum zum ausprobieren von Identitäten
- Problematische Communities als erste Anlaufstelle



Mögliche negative Effekte der Nutzung sozialer Medien

- Communities, die gesundheitsschädliches Verhalten fördern
- Soziale Isolation
- Kanal für Cybermobbing
- Verminderter Selbstwert



Fazit Nutzung sozialer Medien

- Am aktivsten kommunizieren Jugendliche auf Snapchat, wo die Kommunikation flüchtig ist
- Soziale Medien sind heute auch ein Kanal, der zum reinen „Konsumieren“ verwendet wird
- Den typischen Nutzer sozialer Netzwerke gibt es nicht, jeder Nutzer trägt unterschiedliche Bedürfnisse zu unterschiedlichen Momenten an die Dienste heran
- Die Effekte sozialer Netzwerke hängen stark vom Offline-Freundeskreis und den persönlichen Lebensumständen der Nutzer ab → bis hin zu gegenteiligen Effekten





Social Influencer: Schein und Sein in sozialen Netzwerken



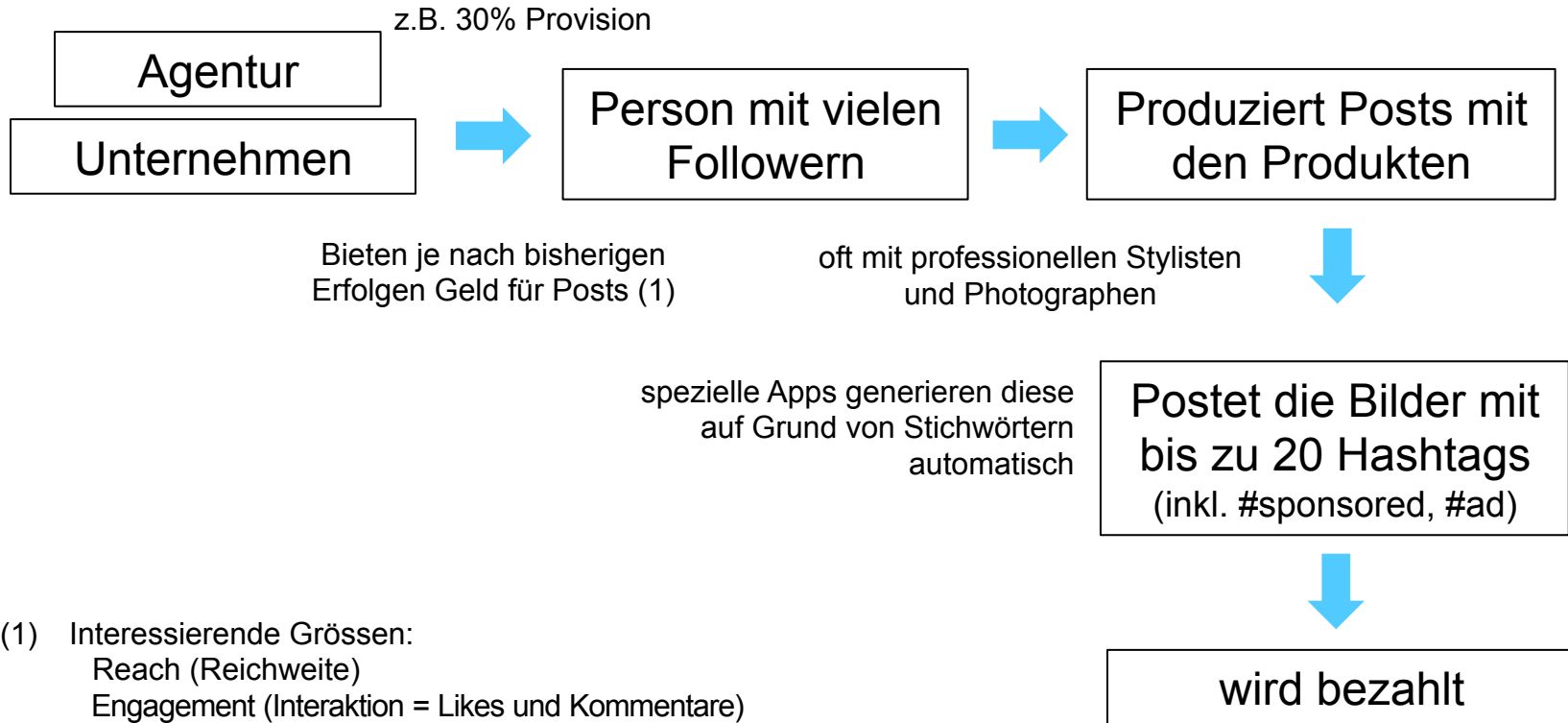
Soziale Medien als Werbeträger

- Soziale Medien liefern klar identifizierbare Zielgruppen, die in der Regel viel Zeit auf den Diensten verbringen → hohe Attraktivität für Werbefirmen
- Eine Möglichkeit ist es daher, Werbeanzeigen in die Streams der Nutzer einzublenden
- Die Follower haben durch die Person, der sie folgen, bereits selber festgelegt, dass ihnen der Auftritt der Social-Media-Persönlichkeit gefällt → Die Person muss von den Werbern nicht erst bekannt gemacht werden
- Die Interaktion der Follower mit der Social-Media-Persönlichkeit ergibt eine „parasoziale Beziehung“: Die Follower wissen so viel über die Person, dass sie denken, diese zu kennen. Diese Nähe schafft Glaubwürdigkeit
- Interessierende Größen: Reach (Reichweite), Engagement (Interaktion = Likes und Kommentare) und Sales (Verkäufe)
- Social Influencer = Menschen mit vielen Followern werden von Firmen dafür bezahlt, dass sie auf Foto/in Videos deren Produkte zeigen

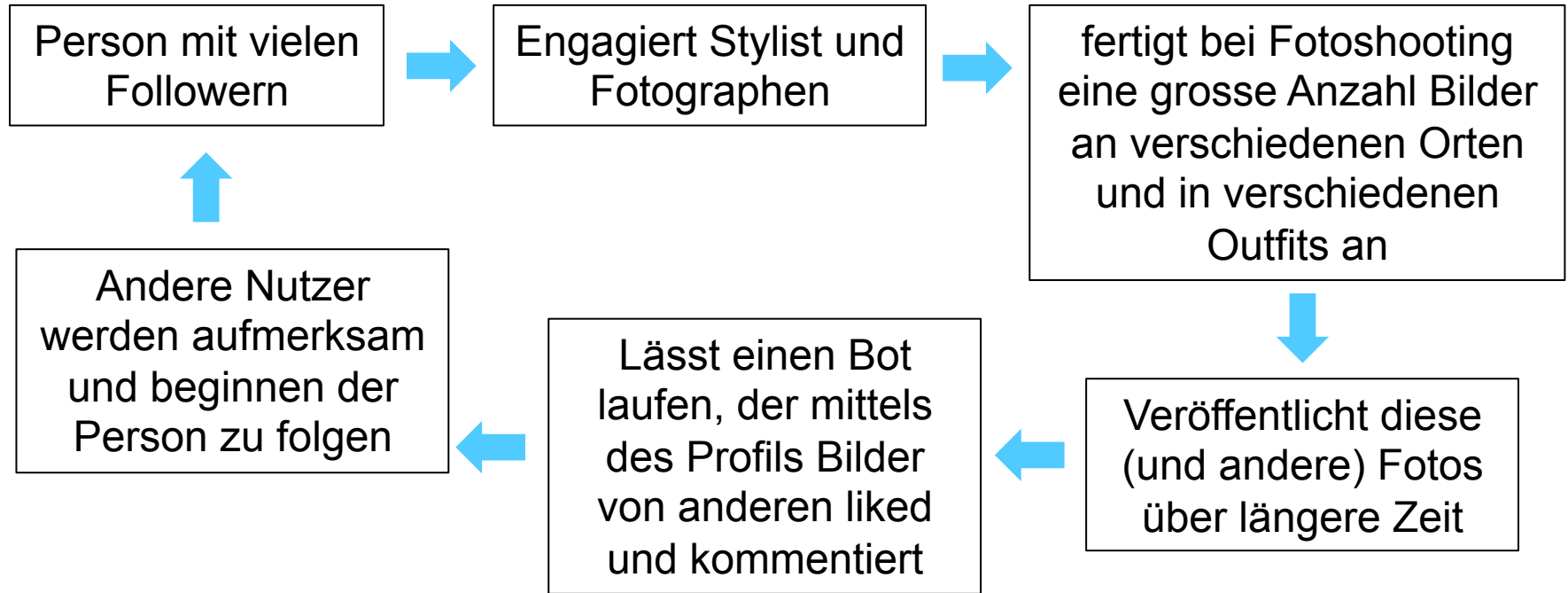
Social influencer vs. in-feed

	In-Feed Werbung	Social Influencer Werbung
Zielgruppe	Klar eingrenzbar 	Klar eingrenzbar 
Sichtbarkeit	Sichtbar/störend 	Unsichtbar/eingebettet 
Nutzererlebnis	Stört die Nutzung 	Ist in die Nutzung eingebettet 
Werbetreibende	Keine Verbindung / Firma 	„Vertrauensverhältnis“ / Person 
Einstellung zu Werbung	ca. ab 15 Jahren skeptisch gegenüber Werbung 	Offen gegenüber Personen, die glaubwürdig und zur eigenen Gruppe gehören 

Wie #sponsored #ad Posts erstellt werden



Wie Social Influencer ihre Followerzahl vergrössern



900 Likes und 240 Kommentare pro
Tag = \$10 pro Monat

Wenn die Realität nicht perfekt genug ist

z.B. 20 Fotos
von
verschiedenen
Lebensmittel für
\$400 vom
Fotografen, die
man dann auf
Instagram als
seine eigenen
ausgeben kann



Chafkin 2016



Elisa Becker: Cinderelly___

- 20 Jahre alt, Deutschland
- 228'000 Follower auf Instagram
- Aktuelle Kooperationen:
Natural Mojo GmbH,
updressed GmbH,
Odernichtoderdoch
GmbH, Hello Body UG,
PAUL HEWITT GmbH &
Co. KG, foodspring®,
I.C.B. ect.





cinderelly__

Folgen

Gefällt 4.683 Mal

5Std.

cinderelly__ Hey ihr Lieben! 🥰 In Kooperation mit @braunbeautyde durfte ich den neuen Braun FaceSpa testen! Ich habe schon viele Reinigungsbürsten getestet aber ich war nie wirklich zufrieden... entweder war das Gerät viel zu laut oder mein Gesicht war danach total rot und empfindlich. Dieser Aufsatz verschafft euch ein verfeinertes Hautbild, schon nach 3 Anwendungen fühlt sich eure Haut weicher an! 🥰 Ich bin wirklich froh, dass ich endlich mein Alltags-Produkt gefunden habe! 🥰 Eine sanfte- und schonende Gesichtereinigung! 🥰 Sagt den Pickeln & Mitesser BYEBYE! 🙌
#braun#braunbeauty#facespa#germany
#bestskincare#skincare#skin#ad#sponsored#germany

weitere Kommentare laden

kelbayi_hasan ❤️



Kommentar hinzufügen ...





cinderelly__

Folgen

Gefällt 9.546 Mal

2Tage

cinderelly__ Ich bin ja ein absoluter @naturalmojo_de Fan! 🌿 Zurzeit trinke ich #berryboost sehr gerne, da es super fruchtig schmeckt! 🍓💕 Größtenteils frühstücke ich sehr ungesund... Nutella 🚫 Marmelade 🚫 Weißbrot 🚫 2 Tage in der Woche versuche ich dann morgens mich mit #superfoods zu ernähren, damit mein Körper wieder ausreichend mit Vitaminen versorgt ist. Ich empfehle euch das #berryboost mit Joghurt und Früchten zu mixen! Es schmeckt einfach so unfassbar gut! 🍓💕 15% Rabatt mit dem Code "cinderelly" bei @naturalmojo_de 🌿
#ad#naturalmojo#naturalmojo_de#naturalmojofamily#healthyishappy#healthyfood#superfood#berryboost#bloggerstyle#blogger_de#germany#cg#dus

weitere Kommentare laden

dominika.es.31 🍷🍷🍷



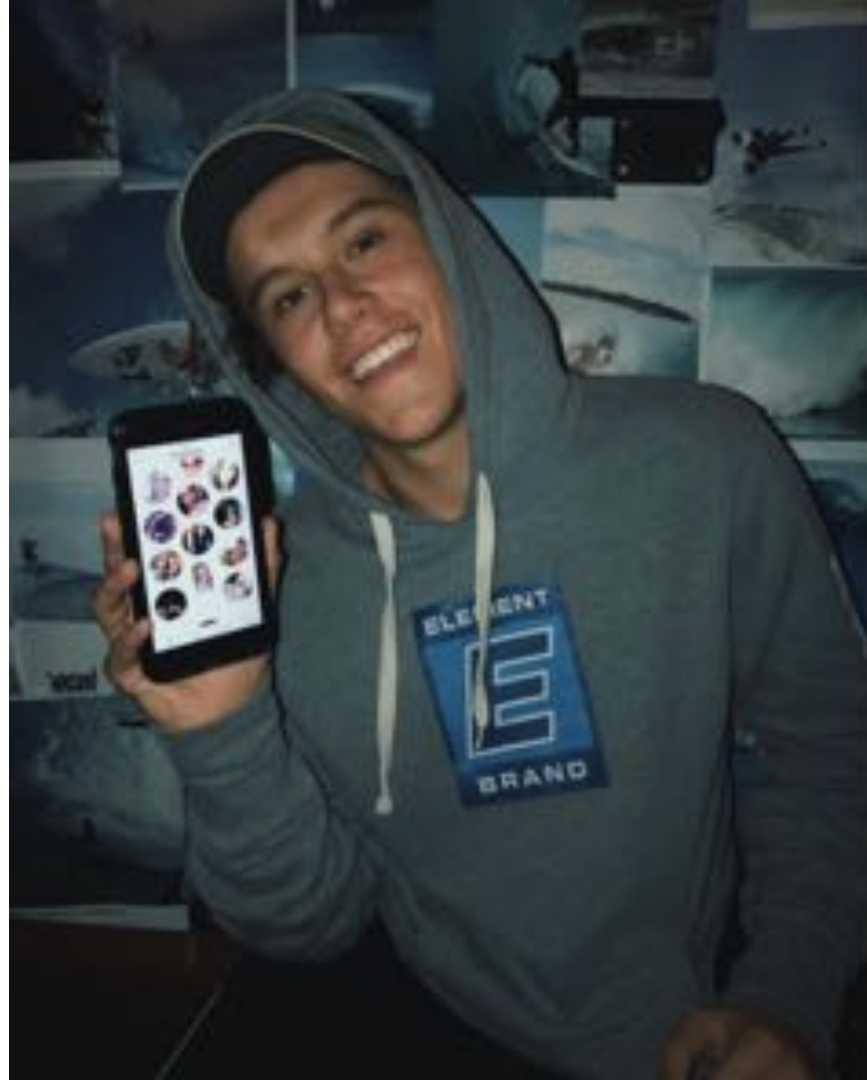
Kommentar hinzufügen ...



Jai Waetford: jaiwaetford

- 20 Jahre alt
- Musiker
- 544'000 Follower auf Instagram
- Songs und andere Clips auf YouTube
- Aktuelle Kooperationen: Up and Go, badoo





jaiwaetford

Folgen

Gefällt 15.335 Mal

5Std.

jaiwaetford Travelling everywhere is made a little easier with @badoo's #peoplenearby feature to find photographers, creatives and cool people in new locations #badoo #ad

weitere Kommentare laden

zoey_teh u lil hottie

25.01.1999 Jai is getting sponsored. He got sponsored by Up and Go and now Badoo

mark__sway I want kiss you ,and I'm a boy,I'm little bit shy

iamoumalmab Do u remembre when we met ☺

pointless.jai Cool bro is that how u have found all the recent photographs

raan.aa 😊

jaixwaetford Hottie 🥰🥰🥰

...
...



Kommentar hinzufügen ...



Beispiel aus der Schweiz: Michèle Krüsi, thefashionfraction

- 25 Jahre alt
- Grafik-Designerin
- 112'000 Follower auf Instagram
- Aktuelle Kooperationen: Zimmerli, Nile, Richmondfinch, Sarenza





thefashionfraction

Folgen

Gefällt 3.943 Mal

2Tage

thefashionfraction morning cuddles with 🐻
in my @zimmerli_switzerland PJ
#zimmerliofswitzerland #ad
#wearesummer17

weitere Kommentare laden

pingu5188 Awww cute

fleuroceane_ So cute!

lisa.2211 Cute 🥰

isabella_von_reichenau Cute 🌸

stylingliebe Oooooo sweeeeet 🥰🥰🌸

fitnfashion_kay Ich will den auuch 🥰

sabinecs Teddy 🥰🥰

blondebeccy hoffe du hattest einen
schönen Start in die Woche, HÜbsche!
🥰🥰LG an dich meine Süße 🌸

wantthefashion cutest 🌸🥰

smami_official Best friend



Kommentar hinzufügen ...



Kann man davon leben? Social Influencer als Einkommensquelle (Preise in USA)

- 3-7 Millionen Follower
 - \$180'000 für Post auf YouTube
 - \$75'000 für Instagram oder Snapchat
 - \$30'000 für Twitter
- 50'000-500'000 Follower
 - \$2'500 auf Youtube
 - \$1'000 auf Instagram oder Snapchat
 - \$400 auf Twitter

Workshop

- Öffnen Sie ein Inkognito-Fenster im Browser
- Gehen Sie auf www.instagram.com
- Suchen sie nach den Nutzern thefashionfraction oder nach cinderelly
- Schauen Sie sich die Fragen auf dem Aufgabenblatt an und beantworten sie ein paar davon

Literatur

Blumer, Claudia (2017): Unruhe in der NZZ nach Kurswechsel. NZZ-Online. In: <http://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/unruhe-in-der-nzz-nach-kurswechsel/story/16588250>. (3.5.2017).

CNBC (2016): Read all about the biggest fake news stories of 2016. In: <http://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html> (2.5.2017).

Chafkin, Max (2016): Confessions of an Instagram Influencer. *Businessweek*. 2016,

Dahinen, Urs/Trappel, Josef (2005): Mediengattungen und Medienformate. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern.

Donges, Patrick/Imhof, Kurt (2005): Öffentlichkeit im Wandel. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern.

Eurobarometer (2017). Press. In: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Chart/index> .

Grabe, Shelly/Ward, Monique L./Hyde, Janet Shibley (2008): The Role of the Media in Body Image Concerns Among Woman: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. In: *Psychological Bulletin* 134, H. 3, S. 460-476.

mpfs (2016): JIM 2016. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland 2016

Schärer, Marcel/Weber, Sonja (2015): Das Körperbild von Jugendlichen in der Schweiz. Ergebnisse einer Befragung. Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier 35. Bern.

Silverman, Craig/Alexander, Lawrence (2016): How Teens in the Balkans are Duping Trump Supporters With Fake News. In: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm_term=.yhewLZ3K#.nwdBR5jOg (2.5.2017)

Weischenberg, Siegfried (2006): Qualitätssicherung — Qualitätsstandards für Medienprodukte. In: Scholz, Christian (Hg.): *Handbuch Medienmanagement*. S. 663-685.

Waller, G.; Willemse, I.; Genner, S.; Suter, L. & Süss, D. (2016): JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich

Bildnachweise: freepik.com