

Influencer

(J.v.Troschke)

Das, inzwischen in die deutsche Sprache übernommene, englische Wort klingt so, wie die lateinische Bezeichnung für eine weit verbreitete Erkältungskrankheit. In der Tat handelt es sich um ein Phänomen, das hochgradig ansteckend ist.

Es geht um Vorbilder, die von Kindern und Jugendlichen im Internet "abgerufen" werden, denen "gefolgt" wird, weil sie über zwei entscheidende Merkmale verfügen: Bekanntheit und Geld. Beides hängt eng zusammen - Influencer bekommen Geld, weil sie bekannt sind. Sie sind bekannt, weil sie viel Geld verdienen. Je mehr davon, desto besser.

Dabei ist es unwichtig woher die Berühmtheit oder das Geld stammt. Hauptsache das.

Bewunderer anderer Menschen hat es schon immer gegeben. Denen, die man bewundert hat, versuchte man möglichst nah zu sein. Dazu eignen sich "Reliquien" aller Art. In den Zeiten der Vermarktung von Stars und Sternchen entstanden die Fanclubs. Bewunderer einer bestimmten Person schlossen sich in Vereinen zusammen, um gemeinsam ihrem Idol zu huldigen.

Mit der Entwicklung des Internet (bzw. von YouTube und Instagram) bekam das Phänomen eine neue Dimension. Jeder Besitzer eines Computers kann nunmehr jederzeit seine Vorbilder auswählen, deren veröffentlichten Leben verfolgen und sich an deren Performance erfreuen und orientieren. Wenn ich mich so wie der von mir erwählte Influencer verhalte, kann ich davon ausgehen, das andere Fans Ähnlichkeiten bei mir wahrnehmen und mich deshalb mögen ("liken") werden. Ich kann meine soziale Beachtung und Wertschätzung dadurch erhöhen, dass ich, ebenso wie die anderen "Follower" bzw. "Abonnenten" auf YouTube, dessen "Selbstdarstellungen" verfolge, mit anderen darüber reden kann und die gleichen Produkte erwerbe, die dieser zu bevorzugen scheint. Mit der Zeit zunehmend werde ich Mitglied einer Gemeinschaft von Gleichgesinnten. Indem ich mich selber so zu verhalten versuche, wie derjenige dem (oder diejenige der) ich folge, kann ich mich der Illusion hingeben, ich selber wäre so wie er (oder sie).

Der Erfolg hängt ausschließlich von der Zahl der "Abonnenten" ab. Ein Influencer muß genau so sein, wie alle anderen und sich dabei in gewisser, leicht wieder erkennbarer, Weise unterscheiden. Er oder sie muß scheinbar permanent präsent sein. Immer, wenn ich mich einschalte, muß ich sofort wissen, was gespielt wird. Je schneller ich verstehen kann, worum es jetzt gerade geht, um so besser. Die Bereitschaft, dabei zu bleiben hängt davon ab, inwieweit ich mich persönlich angesprochen fühle. Dafür muß ich vieles mir Bekannte wieder entdecken und dann wieder irgend ein neues Detail wahrnehmen, das meine Neugier weckt.

Gestern habe ich mal kurz in den Kanal des YouTubers "julienco" hinein geschaut. Er befand sich in seiner Wohnung und erzählte irgendetwas über das, was er gerade gemacht hatte oder gleich machen wollte. Das besondere Thema war, dass er dem Zuschauer versprach - "gleich" - sein Abizeugnis zeigen zu wollen. Auch, wenn ich durchaus neugierig geworden war, habe ich es nicht so lange ausgehalten. Ich kann aber davon ausgehen, dass ich mir die Sendung mit dem Titel "mein Abizeugnis" noch einmal ansehen könnte, wann immer ich das wollte.

Im Internet finde ich dazu einige Bilder und Statistiken:



Die Zwillinge Lisa und Lena haben insgesamt 14 Millionen "Abonnenten"

Bianca Claßen,
(5,5 Millionen "Abonnenten"
bei Instagram)



In der Rangliste der Reichweite der erfolgreichsten "Instagramer" Deutschlands finden sich Influencer mit "tagebuchähnlichem Feed" und einer jungen, beeinflussbaren Zielgruppe, die sie für Unternehmen attraktiv und wertvoll macht:

1. **bibisbeautypalace** hat die meisten Follower, und damit den höchsten "Medienwert". Die 24-Jährige Bianca Claßen ist auch außerhalb sozialer Medien bundesweit bekannt geworden. Hält "Bibi" eine Sonnenbrille vor die Kamera, sehen das 5,5 Millionen Instagram-Abonnenten – eine Reichweite, für die Unternehmen rund 22.500 Euro zahlen.
2. **dagibee**. Mit 4,9 Millionen Abonnenten und einem Media Value von 20.827 Euro pro Foto ist sie Deutschlands zweitwichtigste Instagramerin. Auch Dagi postet Fotos von sich, ihrem Freund und gemeinsamen Reisen.
3. **julienco**. Contentmäßig ähnelt der Instagram-Kanal dem seiner Freundin Bibi.: Lachende Gesichter, Reisen in ferne Länder, blaues Meer, Spaß, junge Menschen. Das scheint die Zielgruppe zu begeistern: Mit vier Millionen Abonnenten hat jeder seiner Posts einen Wert von rund 17.000 Euro.
4. **shirindavid**. Mit ihrer Weiblichkeit begeistert sie 3,8 Millionen Abonnenten für sich. Sie wirbt unter anderem für dm und erzielt pro "Post" eine Reichweite im Wert von 15.693 Euro.
5. **julienbam**. Durch Tanzvideos wurde der junge Mann auf YouTube bekannt – heute ist ein Instagram-Foto des 29-jährigen 14.000 Euro wert. 3,5 Millionen Abonnenten schauen sich seine Fotos an, auf denen er zu Beispiel für Fanta wirbt.

Natürlich ist das kein Phänomen, das nur Kinder und Jugendliche betrifft. Auch beim Verhalten von Erwachsenen in den öffentlichen Medien kann man viele Entsprechungen feststellen.