



Instagram

Influencer*innen



Instagram-Nutzung

Tab. 11 Nutzung von WhatsApp und Onlinecommunitys 2016 und 2017 – mindestens wöchentlich
Gesamtbevölkerung, in %

	2016 Gesamt	2017 Gesamt	Frauen	Männer	14-19 J.	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
WhatsApp	58	64	65	64	92	90	82	54	20
Facebook	34	33	32	34	50	59	42	22	4
Instagram	9	9	9	10	51	36	6	1	0
Snapchat	5	6	6	6	43	28	1	0	0
Twitter	4	3	2	4	11	7	4	1	0
Xing	3	2	2	3	2	3	5	1	0

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2017: n=2 017; 2016: n=1 508).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016 und 2017.

Tab. 12 Nutzung von WhatsApp und Onlinecommunitys 2016 und 2017 – täglich
Gesamtbevölkerung, in %

	2016 Gesamt	2017 Gesamt	Frauen	Männer	14-19 J.	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
WhatsApp	49	55	57	53	90	87	72	41	13
Facebook	22	21	21	21	33	43	25	13	2
Instagram	7	6	6	5	33	23	3	0	0
Snapchat	4	4	4	4	30	19	0	0	0
Twitter	1	1	1	2	3	3	2	0	0
Xing	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2017: n=2 017; 2016: n=1 508).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016 und 2017.



Instagram-Influencer*innen

- ...erzielen eine hohe **Reichweite**
 - ...verleihen den von ihnen angepriesenen **Produkten** eine persönliche Note (**Produkt-Marketing**)
 - ...wollen **Aufmerksamkeit** und Anerkennung durch Kommentare ihrer Follower*innen
 - ...können **kompetent** mit sozialen Netzwerken umgehen
- **beeinflussen ihre Gefolgschaft**
- **sind Markenbotschafter*innen**





Instagram-Influencer*innen

Was ist ein*e Influencer*in?

- abgesehen von der Reichweite
- abgesehen von der Vermarktung von Produkten
- Was macht sie aus?
- Wie sehen sie sich selbst?
- Wie werden sie von anderen gesehen?
- ...





Instagram-Influencer*innen

Aus Sicht der Nutzenden ist ein*e Influencer*in:

- eine Person, die viel postet
- eine Person, die den Geschmack ihrer Follower*innen trifft
- durch Lebensstil und Aussehen beeinflusst
- zum Nachdenken anregt
- einen Mehrwert bietet
- authentisch ist
- inspirierend wirkt
- das Bedürfnis weckt, mehr wissen zu wollen





Instagram-Influencer*innen

Formel:

Kontinuität und **Verlässlichkeit**
durch regelmäßiges Posten

+

Authentizität sowie ein durchdachtes, **ästhetisches**
Konzept, das an der Welt der Follower*innen anschließt

=

Inspiration ohne Beeinflussung auf „Druck komm raus“



Instagram-Influencer*innen

- Influencer*innen machen sich selbst zum Thema.
→ **Expertentum**
- Sie haben einen strategischen Inszenierungsplan, der Authentizität evoziert. (nichts ist spontan)
→ **Professionalität**
- Die Kanalgestaltung (Inhalte und Architektur) ist direkt an die Erwartungen der Nutzenden gekoppelt. (Feedback über Likes und Kommentare)
→ **Kompetenz**





Instagram-Influencer*innen

Formel:

Aufmerksamkeit = Währung = Messinstrument
(für Beliebtheit gezollt in Reichweite)

im Tausch gegen

Bekanntheit (Ruhm)

Kooperationen mit Unternehmen (Geld)

Einfluss auf Follower*innen (Macht)



Instagram-Influencer*innen

Selbstzuschreibung: Blogger*in, Schauspieler*in...

Fremdzuschreibung: Rolle als Influencer*in

Was macht eine Instagrammer*in zu einer Influencer*in?

- Anzahl der Follower*innen
- Kontinuierliche Posts und Verlässlichkeit
- Identifikationspotenzial durch Themenkongruenz
- Authentizität der Inszenierung
- Inspiration für Nutzende