



Unterrichtseinheit  
**„Traumjob Influencer\*in?“**

Material für Lehrkräfte/Schulsozialarbeit  
Klassen 6-8

Janina Pape für GAMESHIFT NRW

# INHALT

<b>4</b>	Kurzüberblick über die Unterrichtseinheit
<b>5</b>	Kompetenzerwartungen/Lernziele
<b>6</b>	Anschluss an den Kernlehrplan sowie Medienkompetenzrahmen NRW
<b>8</b>	Kurzablauf der Einzelstunden
<b>14</b>	Arbeitsmaterial Lehrkraft
<b>16</b>	Anhänge <ul style="list-style-type: none"><li>• AB 1</li><li>• AB 2 (Gruppe 1)</li><li>• AB 2 (Gruppe 2)</li><li>• AB 3</li></ul>

## **Hinweis zur Entstehung dieser Unterrichtseinheit:**

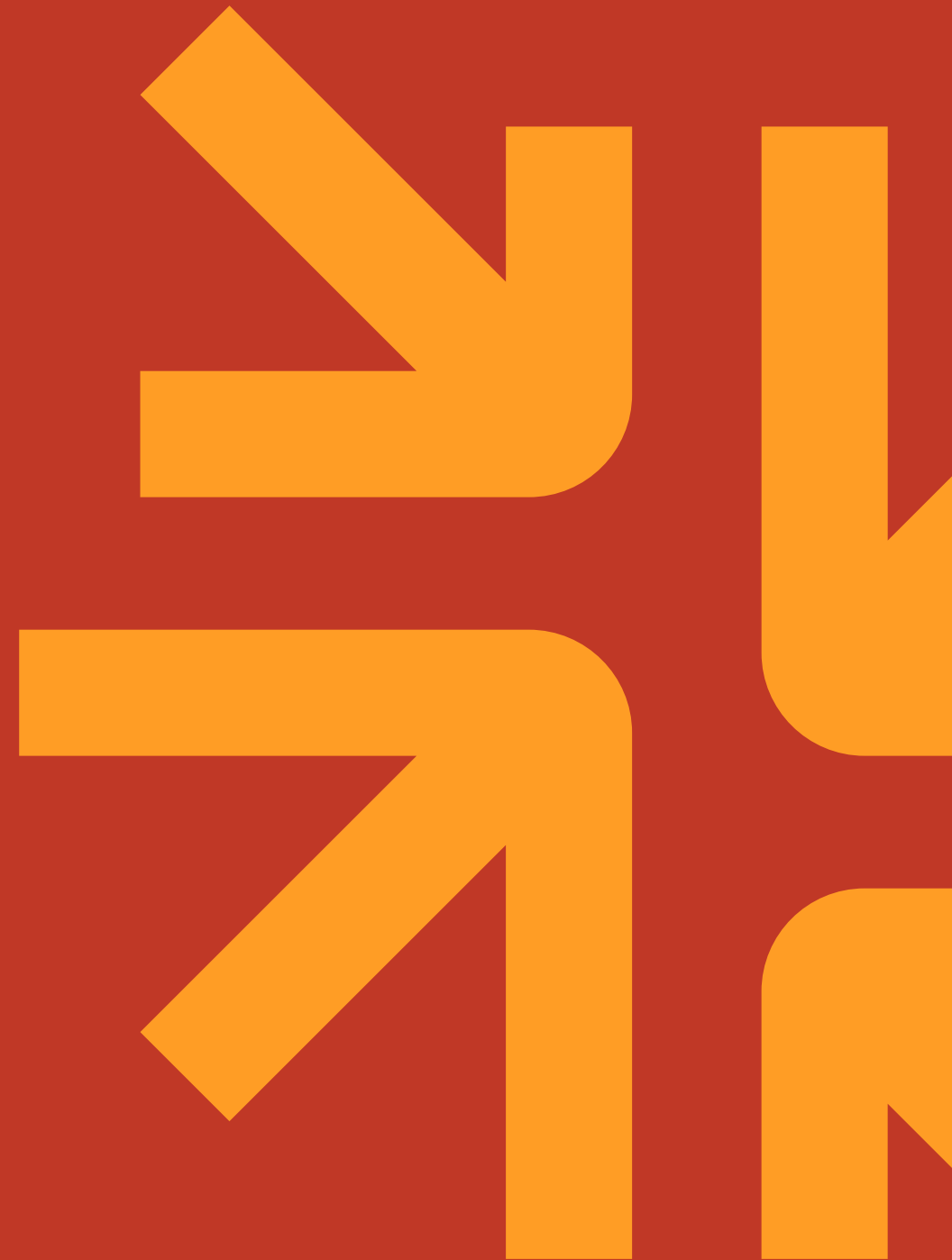
Diese Unterrichtseinheit wurde von Janina Pape im Auftrag der Pacemaker Initiative während eines Writer's Room für das Projekt GAMESHIFT NRW entwickelt. Sie steht Lehrkräften kostenlos unter der CC BY 4.0-Lizenz zur Verfügung.



**1) KURZÜBERBLICK**

**2) KOMPETENZ-  
ERWARTUNGEN**

**3) ANSCHLUSS AN  
KERNLEHRPLAN &  
MEDIENKOMPETENZ-  
RAHMEN NRW**



# KURZÜBERBLICK

## Thema

Traumjob Influencer\*in? – Beleuchtung des Berufsbildes Influencer\*in und die Auswirkungen auf die Gesellschaft bzw. auf Individuen

## Fächer

Sozialwissenschaft, Wirtschaft, Praktische Philosophie

## Schulform

Realschule

## Klassen

7-9

## Umfang

7 Unterrichtsstunden

## Kurzbeschreibung/Relevanz des Themas

Der Beruf Influencer\*in ist für viele Jugendliche ein alltäglicher Bezugspunkt, der ihre Sichtweisen und Entscheidungen beeinflusst. Diese Unterrichtsreihe ist daher besonders relevant, um ihnen die Mechanismen hinter dem Beruf zu erklären, ihre Medienkompetenz zu fördern und sie zu einer kritischen Reflexion der gesellschaftlichen Auswirkungen anzuregen. So werden sie in die Lage versetzt, fundierte Entscheidungen in einer digitalisierten Welt zu treffen.

In dieser Unterrichtsreihe für die Jahrgangsstufen 7-10 setzen sich die Schüler\* kritisch mit dem Beruf der Influencer\*innen auseinander.

Sie lernen sowohl die Chancen wie Kreativität und Einkommensmöglichkeiten, als auch die Risiken, wie Datenschutzprobleme und psychische Belastungen, kennen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Analyse der gesellschaftlichen Auswirkungen, die Influencer\*innen auf Konsumverhalten, Schönheitsideale und politische Meinungsbildung haben. Durch den Einsatz digitaler Tools und interaktiver Methoden wird die Medienkompetenz der Schülerinnen und Schüler gestärkt, indem sie selbst Inhalte erstellen und reflektieren. Die Reihe wird mit einer Bewertung ihrer eigenen Haltung zum Influencer\*innen-Beruf eingeleitet und abgeschlossen.

### Hinweis Gesundheitskompetenz

Bei GAMESHIFT NRW geht es um Prävention von problematischer/exzessiver Mediennutzung, mit Fokus auf süchtigmachende Elementen und problematische Inhalte bei Games und Social Media. Unser präventiver Ansatz bedeutet einerseits Medienkompetenz und andererseits digitale Gesundheitskompetenz zu fördern. Die Grundlage für Medienkompetenz bildet dabei der Medienkompetenzrahmen NRW. Bei der digitalen Gesundheitskompetenz orientieren wir uns an dem 2023 veröffentlichten Studienbericht "[Digitale Gesundheitskompetenz und Schule](#)" von BARMER in Zusammenarbeit mit der TU München und der Hochschule Fulda.

# KOMPETENZERWARTUNGEN

(Lernziele pro Unterrichtsstunde)

Stunde	Stundenthema	Lernziele	Angaben zu Prävention/Digitaler Gesundheitsförderung (siehe Seite 4)
1	Die Welt der Influencer*innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen, was ein*e Influencer*in ist.</li> <li>• Die verschiedenen Plattformen und Arten von Influencer*innen kennenlernen.</li> <li>• Eigenes Interesse am Influencer*innen- Beruf bewerten.</li> </ul>	1 Operative Fähigkeiten 2 Navigationale Fähigkeiten 3 Suchen und Finden 4 Erstellen und Teilen
2-3	Die Chancen und Herausforderungen des Influencer*innen-Berufs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennen der Möglichkeiten und Vorteile, die der Influencer*innen- Beruf bietet.</li> <li>• Bewusstsein für die Risiken und Herausforderungen entwickeln.</li> </ul>	5 Bewertung der Qualität 6 Bestimmung der Relevanz
4	Die gesellschaftlichen Auswirkungen des Influencer*innen-Berufs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen, wie Influencer*in die Gesellschaft beeinflussen.</li> <li>• Kritische Auseinandersetzung mit den Auswirkungen auf z.B. Konsumverhalten, Schönheitsideale und politische Meinungsbildung</li> </ul>	5 Bewertung der Qualität 6 Bestimmung der Relevanz
5-6	Praktische Übung – Erstellen von Inhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktische Einblicke in die Arbeit von Influencer*innen gewinnen.</li> </ul>	1 Operative Fähigkeiten 4 Erstellen und Teilen 7 Datenschutz
7	Abschlussdiskussion und Reflexion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenfassung der erlernten Inhalte.</li> <li>• Kritische Reflexion der eigenen Haltung zum Influencer*innen-Beruf.</li> <li>• Bewertung des eigenen Interesses am Influencer*innen- Beruf erneut durchführen.</li> </ul>	5 Bewertung der Qualität 6 Bestimmung der Relevanz

Anschluss an

## **KERNLEHRPLAN NRW**

Diese Unterrichtsreihe berücksichtigt folgende Kompetenzen und Inhalte aus dem Kernlehrplan NRW für die Sekundarstufe I:

- Medienkompetenz: Umgang mit verschiedenen digitalen Medien und deren Wirkungen.
- Wirtschaftskompetenz: Verstehen ökonomischer Zusammenhänge und Geschäftsmodelle.
- Soziale Kompetenz: Reflexion und Diskussion gesellschaftlicher Themen.
- Selbstkompetenz: Selbsteinschätzung und Reflexion eigener Interessen und Fähigkeiten.

Diese Unterrichtsreihe bietet eine umfassende Betrachtung des Influencer\*in-Berufs, ermöglicht den Lernenden eine kritische Auseinandersetzung und fördert ihre Medien-, Wirtschafts-, Sozial- und Selbstkompetenz.

Kompetenzbereiche

## **MEDIENKOMPETENZRAHMEN NRW**

<https://medienkompetenzrahmen.nrw>

### **Bedienen und Anwenden**

Nutzung verschiedener digitaler Tools und Plattformen

### **Informieren und Recherchieren**

Selbstständige Informationsbeschaffung und kritische Bewertung von Quellen

### **Kommunizieren und Kooperieren**

Zusammenarbeit in Gruppen, digitale Kommunikation

### **Produzieren und Präsentieren**

Erstellung und Präsentation von digitalen Inhalten

### **Analysieren und Reflektieren**

Kritische Auseinandersetzung mit Medieninhalten und -wirkungen

### **Problemlösen und Modellieren**

Umgang mit Herausforderung und Risiken der digitalen Welt

# ZUSAMMENFASSUNG

## der Unterrichtseinheit

### Methoden

- Einzelarbeit
- Partnerarbeit
- Gruppenarbeit
- Plenumsdiskussion
- Pro-/Contra-Debatte
- Mindmap

### Material

- Arbeitsblätter 1-3
- Influencer\*in-Werkstatt
- Digitale Tools: Oncoo, TaskCards, eduPad, Videoschneideprogramm (z.B. Capcut, iMovie)

### Benötigte Technik

- Whiteboard+Beamer
- Handys/Tablets
- Internetzugang

### To-Dos vor dem Einsatz

- Vorbereiten der digitalen Tools
- Kopie oder digitale Bereitstellung der Arbeitsblätter

### Kosten und DSGVO-Konformität der eingesetzten

#### Tools

**TaskCards** ist eine digitale Pinnwand-Plattform, die in einer kostenlosen Basisversion verfügbar ist. Sie ist DSGVO-konform und hostet Daten auf Servern in Deutschland.

**Oncoo** ist nicht nur kostenfrei, sondern auch weitgehend DSGVO-konform, da es in Deutschland entwickelt wurde und den europäischen Datenschutzbestimmungen unterliegt. Dies macht es zu einer sicheren Wahl für den Einsatz in Schulen und anderen Bildungseinrichtungen innerhalb der EU. Es ist jedoch immer ratsam, die Datenschutzrichtlinien regelmäßig zu überprüfen, insbesondere wenn sich gesetzliche Vorgaben ändern oder neue Funktionen hinzugefügt werden.

**eduPad** bietet eine kostenfreie Version an. Da eduPad in der EU entwickelt wurde und betrieben wird, sind die Datenschutzstandards grundsätzlich hoch.

## SCHULSOZIALARBEIT

### Anschlussfähigkeit

- **Workshops zur Medienkompetenz:** Fokus auf Datenschutz, Cybermobbing, bewusster Medienkonsum.
- **Beratungsgespräche:** Individuelle Unterstützung bei Fragen zur Mediennutzung und Selbstbild.
- **Elternabende:** Information und Unterstützung für Eltern im Umgang mit der digitalen Welt ihrer Kinder.
- **Peer-Mediationsprogramme (z.B. Medienscouts):** Ausbildung von Schüler\*innen zur Unterstützung bei Cybermobbing und Medienproblemen.
- **Kooperation mit externen Partnern:** Workshops und Vorträge zu Medienkompetenz und digitaler Ethik.
- **Soziale Projekte:** Förderung von Projekten, die positive Mediennutzung und Wertevermittlung thematisieren.
- **Psychische Gesundheit:** Gesprächsrunden zu Selbstwert, Resilienz, Umgang mit Online-Hass.
- **Vorbilder und Werte:** Projekte zur Reflexion und Förderung positiver Vorbilder in sozialen Medien.

# 4) KURZABLAUF DER EINZELSTUNDEN





# KURZABLAUF

## Stunde 1

Stunden- thema	Inhalt	Methode	Medium/Arbeitsmaterial	Dauer in Min
Einführung in den Beruf Influencer*in	Vorbereitende HA: Ausfüllen des ABI	Einzelarbeit	<u>ABI</u>	
	Sammlung des Vorwissens zum Thema Influencer*innen	Mindmapping	Oncoo	8
	Definition "Influencer*in" erarbeiten und Überblick über verschiedene Plattformen (YouTube, Instagram, TikTok, etc.) geben -> Wie erreicht man dort Zielgruppe	Plenumsgespräch	Whiteboard	7
	Beispiele erfolgreicher Influencer*innen aus verschiedenen Bereichen (Mode, Fitness, Gaming, etc.) vorstellen	Partnerarbeit: Präsentieren von Influencer*innen über die Plattform TaskCards	Internetzugang für die Recherche Ausgefülltes <u>ABI</u> TaskCards	25
	Bewertung: Schüler*innen bewerten zu Beginn der Reihe, ob sie selbst gerne Influencer*in werden würden und warum (nicht)	Einzelarbeit: Kurze schriftliche Begründung der Meinung  Danach: Meldungen/Blitzlicht		5

### Lösungen/Erwartungshorizont

**Definition Influencer\*in:** "Influencer" sind Personen, die aufgrund ihrer starken Präsenz und Reichweite in den sozialen Medien als Multiplikatoren und Meinungsführer gelten. Sie beeinflussen die Wahrnehmung, das Verhalten und die Kaufentscheidungen ihrer Follower durch das Teilen von Inhalten und Empfehlungen.

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon, Definition "Influencer".

# KURZABLAUF

## Stunden 2-3

Stunden-thema	Inhalt	Methode	Medium/Arbeitsmaterial	Dauer in Min
Die Chancen und Herausforderungen des Berufs Influencer*in	Überprüfung von Vorwissen und persönlichen Meinungen der Lernenden zum Berufsbild Influencer*in	Unterrichtsgespräch		7
	Recherche in zwei Gruppen zu den Risiken und Chancen des Berufsbilds, Festhalten der Rechercheergebnisse im eduPad	Gruppenarbeit: Analyse von YouTube-Videos und Infomationstexten	<u>AB2 Gruppe 1</u> <u>AB2 Gruppe 2</u> eduPad	38
	Mischen der zwei Gruppen: Zusammenführen der Informationen aus den Gruppen	Gruppenarbeit: Austausch der zwei Gruppen zu Ergänzung der Informationen		35
	Formulierung der Endergebnisse, Ergänzung fehlender Ergebnisse	Unterrichtsgespräch	Tafel/Whiteboard/Flipchat	10

### Lösungen/Erwartungshorizont

#### Chancen des Influencer\*innen-Berufs:

Finanzielle Unabhängigkeit, Kreative Freiheit, Flexibilität und Selbstständigkeit, Einfluss und Anerkennung, Ruhm und Bekanntheit, Vielseitige Einnahmequellen, Gratisprodukte bei Partnern, Spaß

#### Herausforderungen des Influencer\*innen-Berufs:

Psychische Belastungen, hoher Druck durch Wettbewerb, „Hate-Speech“, Mobbing, Unsicheres Einkommen, zeitintensiv, Verlust der Privatsphäre und persönlicher Freiheit, Algorithmen

# KURZABLAUF

## Stunde 4

Stundenthema	Inhalt	Methode	Medium/Arbeitsmaterial	Dauer in Min
Die gesellschaftlichen Auswirkungen des Berufs Influencer*in	Selbsteinschätzung: „Wie sehr lasst ihr euch auf einer Skala von 1-10 von Influencer*innen beeinflussen?“ Blitzlicht: „Wie lasst ihr euch beeinflussen?“	„Skala im Raum“ Blitzlicht		10
	Selbstständige Erarbeitung von positiven und negativen Auswirkungen von Social Media und Influencer*innen, erst allein, dann zu zweit, dann mit allen	Think-Pair-Share	<u>AB3</u>	20
	Sammlung und Diskussion der Arbeitsergebnisse	Plenumsdiskussion	Tafel/Whiteboard	10
	Abschlussreflexion: Wie hat sich eure Sichtweise auf Influencer*innen verändert?	Unterrichtsgespräch	Tafel/Whiteboard/Flipchat	5

### Lösungen/Erwartungshorizont

- **Konsumverhalten:** Beeinflussen Kaufentscheidungen und Popularität von Produkten.
- **Trends und Mode:** Setzen neue Trends in Mode, Lifestyle und Technologie.
- **Schönheitsideale:** Vermitteln oft unrealistische Schönheitsstandards.
- **Meinungsbildung:** Beeinflussen politische und soziale Ansichten.
- **Soziale Normen:** Prägen Verhaltensnormen und gesellschaftliche Werte.
- **Selbstwahrnehmung:** Beeinflussen das Selbstbild und die Selbstwahrnehmung, besonders bei Jugendlichen.
- **Kultur:** Fördern die Verbreitung und Akzeptanz verschiedener Kulturen und Subkulturen.

# KURZABLAUF

Stunden 5-6

Stundenthema	Inhalt	Methode	Medium/Arbeitsmaterial	Dauer in Min
Praktische Übung - Erstellen von Inhalten	Grundlagen der Content-Erstellung: Videografie, Bearbeitung Vorstellung Tool Influencer-Werkstatt		<u>"Influencer-Werkstatt" der Medienberatung</u>	15
	Themenfindung, Zielgruppenanalyse und Erstellung des Videos  Ideen: Ein Tag als Schüler*in an der (Name der Schule), Werbung für ein Produkt, Tutorials, etc.	Gruppenarbeit	<u>"Influencer-Werkstatt" der Medienberatung</u> Smartphones oder iPads. Bearbeitungssoftware z.B. iMovie (Apple) oder andere integrierte Bearbeitungstools der Smartphones	50
	Präsentation der Ergebnisse, Einholen von Feedback	Plenum	Beamer/Whiteboard	20
	Reflexion der Arbeitsphase (Besprechung von Erfolgen und Problemen bei der Arbeit)	Unterrichtsgespräch		5

## Lösungen/Erwartungshorizont

Individuelle Arbeitsergebnisse

# KURZABLAUF

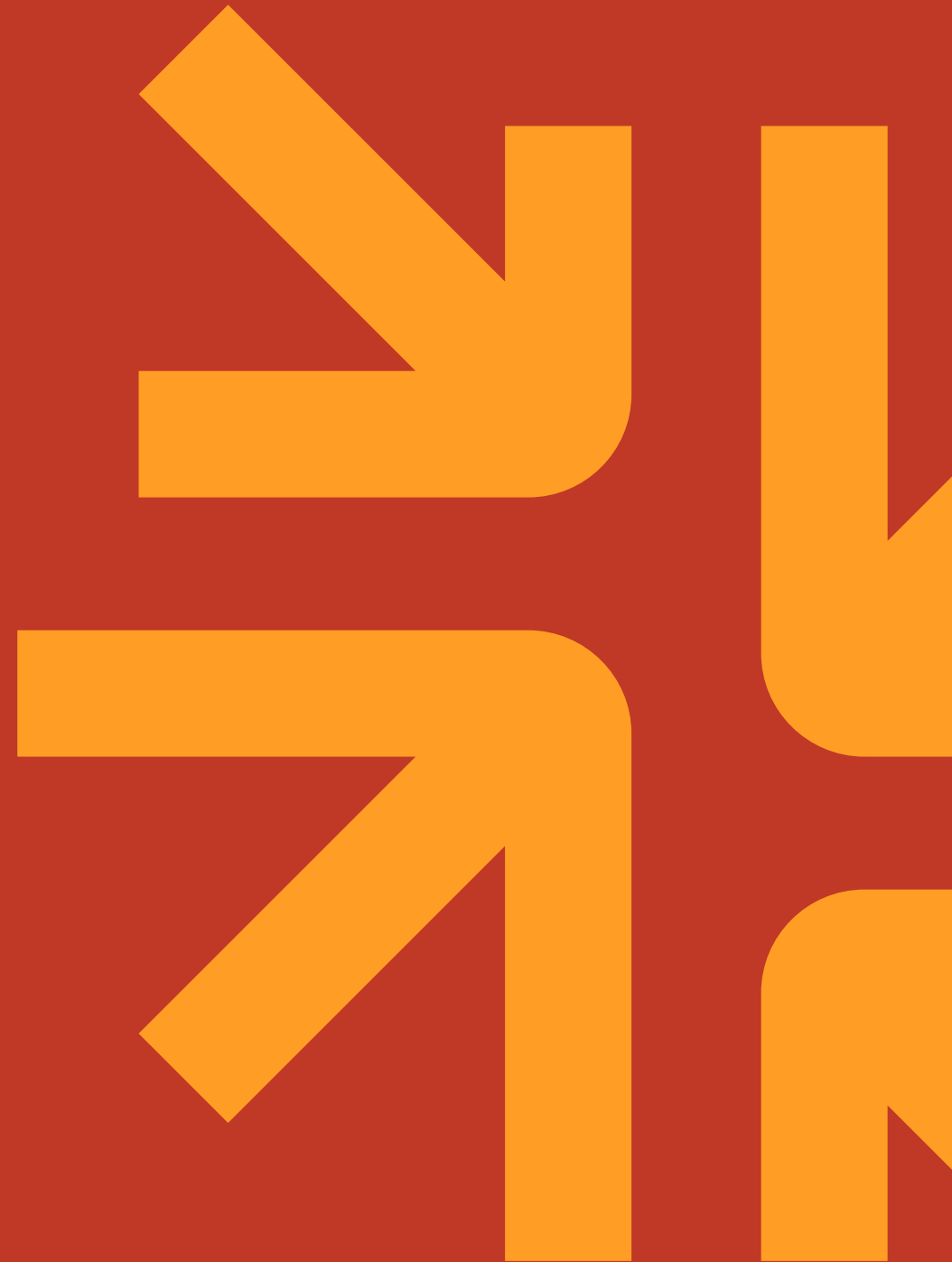
## Stunde 7

Stundenthema	Inhalt	Methode	Medium/Arbeitsmaterial	Dauer in Min
Abschluss- diskussion und Reflexion	Rückblick auf die Unterrichtsreihe	Moderierte Diskussion im Plenum		5
	Diskussion: Ist der Influencer*innen-Beruf ein Traumberuf?  Zwei Gruppen auslosen, die jeweils Pro oder Kontra sind Zuerst sammeln der Argumente, dann Diskussion	Pro-/Kontra-Debatte	Tafel, Whiteboard oder Flipchart.	30
	Bewertung: Schüler*innen bewerten am Ende der Reihe erneut, ob sie selbst gerne Influencer*in werden würden.	Einzelarbeit		3
	Reihenreflexion siehe Leitfragen	Unterrichtsgespräch: Vergleich der Anfangs- und Endbewertungen		7

### Lösungen/Erwartungshorizont

Individuelle Arbeitsergebnisse

# 5) ARBEITSMATERIAL LEHRKRAFT



# ARBEITSMATERIAL

## Lehrkraft

### Stunde 1: Einführung in den Beruf Influencer\*in

- AB1 Influencer\*innen Steckbrief

### Stunden 2-3: Die Chancen und Herausforderungen des Berufs

- AB2 - Gruppe 1 Chancen und Herausforderungen des Influencer-Berufs
- AB2 - Gruppe 2 Chancen und Herausforderungen des Influencer-Berufs
- Ursprünglicher Text: „Traumberuf Influencer\*in: Die Creator Economy in Deutschland“
- YouTube-Videos:
  - Traumjob Influencer – Fame, Likes und Depressionen
  - Beruf Influencer – zwischen Millionen und Depressionen
  - Meine Vorteile als Influencer

Bei Bedarf können auch noch zusätzliche bzw. andere Videos mit ähnlichem Inhalt herangezogen werden.

### Stunde 4: Die gesellschaftlichen Auswirkungen des Berufs

- AB3: Der Einfluss von Influencer\*innen auf die Gesellschaft

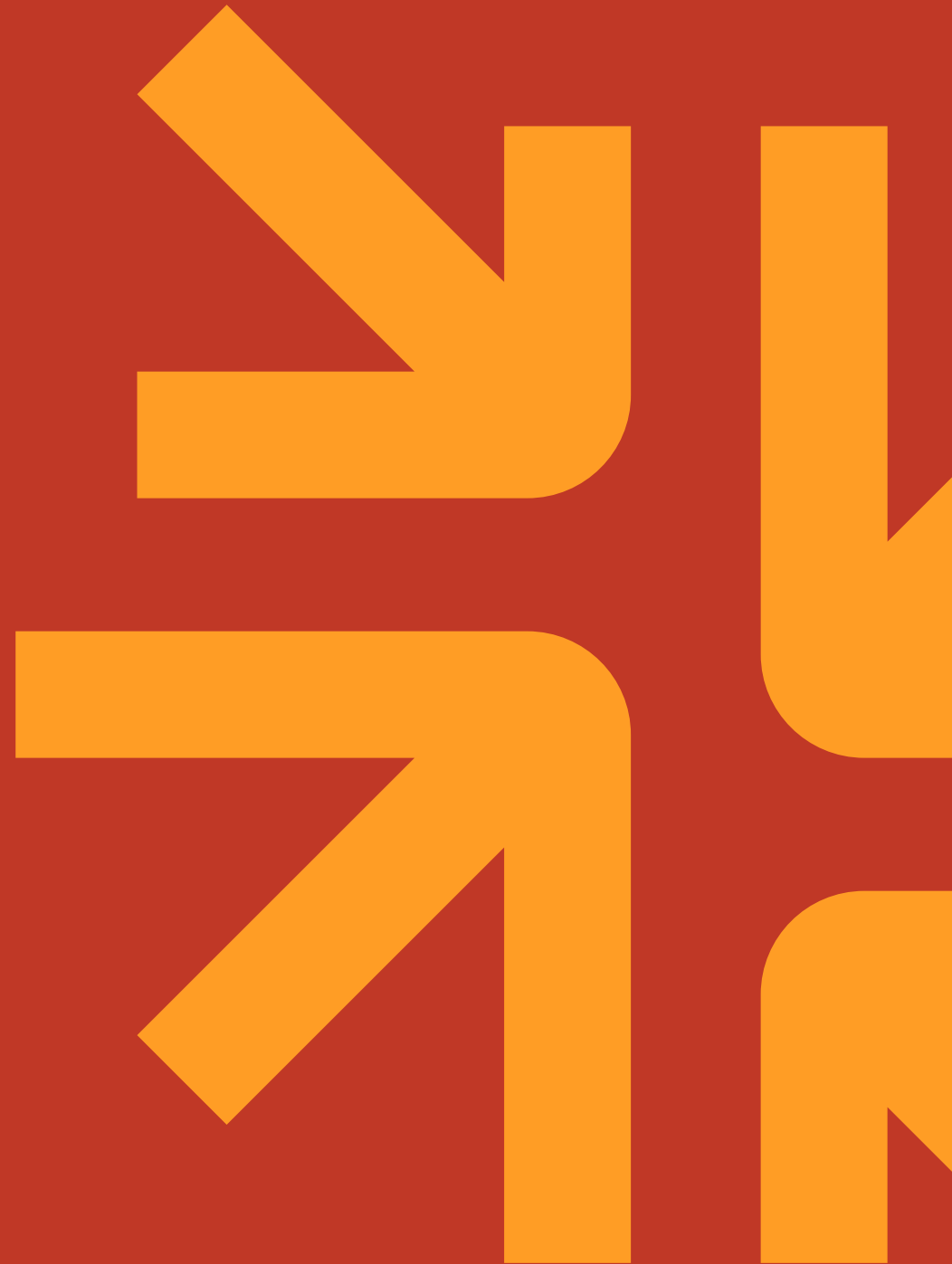
### Stunden 5-6: Praktische Übung – Erstellen von Inhalten

- Arbeitsauftrag: Erstellt mit eurer Gruppe eigenes Kurzvideo. Nutzt dazu die Planungsvorlage der "Influencer-Werkstatt". Macht euch vorher Gedanken zum Thema, der Zielgruppe, zur Kategorie des Videos und der Art der Influencer\*innen. Überlegt euch dann, wie ihr euer Video gestalten wollt. Nutzt zur Inspiration die Buttons zur Filmsprache.
- "Influencer-Werkstatt" der Medienberatung

### Stunde 7: Abschlussdiskussion und Reflexion

- **Einleitungsfrage zu Beginn der Stunde:**
  - Welche wesentlichen Erkenntnisse habt ihr aus der Unterrichtsreihe gewonnen?
- **Leitfragen zur Reflexion:**
  - Welche neuen Informationen habt ihr über den Influencer\*innen-Beruf gelernt?
  - Welche Aspekte des Influencer\*innen-Berufs findet ihr besonders klar oder unklar?
  - Welche Aufgaben oder Gruppenarbeiten haben euch am meisten dabei geholfen, die Vor- und Nachteile des Berufs zu erkennen?
  - Gab es bestimmte Aspekte des Themas, die euch schwergefallen sind oder die ihr nicht gut nachvollziehen konntet?
  - Was hat euch in dieser Unterrichtsreihe besonders gut gefallen und was könnte verbessert werden?

# 6) ANHÄNGE





## AB 1

# STECKBRIEF INFLUENCER\*IN

Erstelle als Hausaufgabe einen Steckbrief zu deinem Lieblingsinfluencer bzw. deiner Lieblingsinfluencerin. Nutze dazu diese Vorlage (AB) und recherchiere notwendige Informationen im Internet.

Name und Pseudonym: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum und Alter: \_\_\_\_\_

Herkunft und Wohnort: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum und Alter: \_\_\_\_\_

Plattformen: \_\_\_\_\_

Followerzahlen je Kanal: \_\_\_\_\_

Themen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Zielgruppe: \_\_\_\_\_

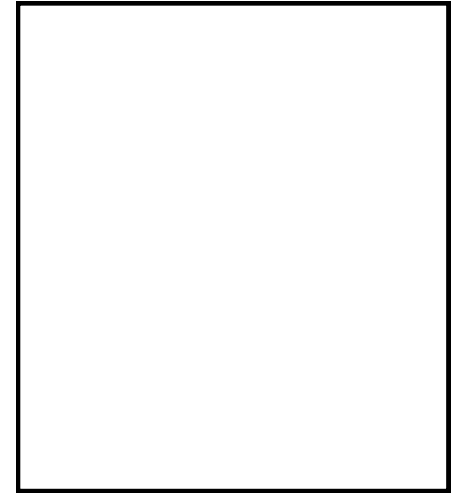
\_\_\_\_\_

Bekannteste Inhalte: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Kooperationen und Sponsoren: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Einnahmequellen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Sonstige wichtige/interessante Fakten:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## AB 2 – Gruppe 1

# CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN DER INFLUECER\*INNEN

### Arbeitsauftrag:

Teilt die Materialien innerhalb eurer Gruppe auf und erarbeitet die Vorteile bzw. Chancen des Influencer\*innen-Berufs. Tragt eure Informationen auf eurem eduPad zusammen

### Material 1:

#### Text: Die Chancen des Berufs „Influencer“

Die Creator Economy bietet vielen Menschen die Chance, ihre Kreativität auszuleben und damit Geld zu verdienen. Wer ein Smartphone hat, kann theoretisch sofort starten, da die Hürden für den Einstieg gering sind. Dank neuer Technologien wie KI, Animationstools und Fotoeditoren ist es einfacher denn je, kreative Inhalte zu erstellen (Peres et al, 2023).

Creators lernen ständig dazu, egal ob es um technische Fähigkeiten wie das Bearbeiten von Videos oder um soziale Fähigkeiten wie den Aufbau von Beziehungen zu ihrem Publikum geht. Dies gilt sogar für sehr junge Influencer. Junge YouTube-Creators verbessern dabei ihre technischen und sozialen Fähigkeiten, wie zum Beispiel die Kommunikation mit ihrem Publikum.

Influencer\*innen können ihre Tätigkeit auch positiv auf ihre Identität und ihr Selbstbild auswirken lassen (Marôpo et al., 2017). Viele von ihnen nehmen ihre Rolle als Vorbild ernst und genießen es, Menschen zu erreichen und zu beeinflussen. Für einige Content Creators wird ihre Leidenschaft sogar zur Einnahmequelle und führt zu einer stabilen Karriere. Die Hauptquelle ihres Einkommens sind Werbekooperationen mit Marken. Besonders erfolgreich sind Creators, die eine starke Bindung zu ihren Followern haben, was durch Likes, Kommentare, Shares und Abonnements sichtbar wird.

Neben Werbung verkaufen manche Creators auch eigene Produkte wie Kleidung oder Kosmetik. Das ist oft profitabler, weil sie die Gewinne aus dem Verkauf selbst behalten können. Zudem werden sie dadurch unabhängiger von den sozialen Plattformen, da ihre Produkte auch außerhalb des Internets verkauft werden können.

Andere Wege, um Geld zu verdienen, sind das Anbieten von Mitgliedschaften, kostenpflichtigen Inhalten oder Auftritte bei Veranstaltungen. Aber trotz dieser vielfältigen Möglichkeiten verdienen die meisten Creators nicht genug, um davon leben zu können. Nur wenige schaffen es, ein großes Publikum zu erreichen und davon finanziell zu profitieren (Florida, 2023). Die Mehrheit verdient eher wenig und betreibt ihre Tätigkeit als Hobby oder Nebenjob. Daher sind die Chancen, allein von der Creator Economy zu leben, eher gering.

© Vereinfachter Text auf Basis von: „Traumberuf Influencer: Die Creator Economy in Deutschland“ veröffentlicht vom Deutschen Institut für Wirtschaft

### Material 2:

Video: „Traumjob Influencer – Fame, Likes und Depressionen (2:00min – 16:55min)“



### Material 3:

Youtube-Shorts: „Meine Vorteile als Influencer“ (0:43 min)



## AB 2 – Gruppe 2

# CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN DER INFLUECER\*INNEN

### Arbeitsauftrag:

Teilt die Materialien innerhalb eurer Gruppe auf und erarbeitet die Herausforderungen des Influencer\*innen-Berufs. Tragt eure Informationen auf eurem eduPad zusammen

### Material 1:

**Text: Die Herausforderungen des Influencer\*innen-Berufs**

Eine große Herausforderung der Creator Economy ist der zunehmende Wettbewerb. Es gibt Anzeichen dafür, dass der Markt bereits gesättigt ist, was es schwieriger macht, erfolgreich zu sein. Um Erfolg zu haben, müssen Creators viel Zeit, Geduld und einzigartige Inhalte mit Mehrwert bieten.

Viele Creators müssen jahrelang arbeiten, bevor sie eine nennenswerte Anhängerschaft aufbauen. Fast 37 Prozent produzieren seit vier oder mehr Jahren Inhalte, bevor sie Erfolg haben (Geyer, 2022). Auch erfolgreiche Creators arbeiten hart: 28 Prozent der Vollzeit-Creators arbeiten mehr als 40 Stunden pro Woche. Das Erstellen von Inhalten und die Interaktion mit der Community sind zeitaufwendig und können die Work-Life-Balance belasten (ConvertKit-Studie, 2022).

Als öffentliche Personen verlieren Creators einen Teil ihrer Privatsphäre und persönlichen Freiheit. Ihre Meinungen, Entscheidungen und sogar ihr Privatleben werden öffentlich kommentiert. Manchmal sind sie auch Hasskampagnen ausgesetzt, vor denen sie sich kaum schützen können.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist Authentizität. Creators müssen echt wirken, um eine Verbindung zu ihren Followern aufzubauen. Das bedeutet, dass sie konsistent in ihrem Stil und ihren Botschaften sein müssen und aufrichtig mit ihren Followern interagieren sollten. Authentische Creators zeigen echtes Interesse an ihrer Community und nehmen sich Zeit, auf Kommentare und Fragen einzugehen.

Die ständige Sichtbarkeit, der Druck, immer neue Inhalte zu liefern, und die Erwartungen der Follower können gesundheitliche Folgen haben. Fast zwei Drittel der Creators gaben an, im Jahr 2021 an einem Burnout gelitten zu haben (ConvertKit, 2022). Eine weitere Herausforderung ist, dass die Creator Economy eine unsichere Einkommensquelle ist. Der Erfolg ist oft nicht nachhaltig und hängt stark von den Plattformen und den Vorlieben der Follower ab. Creators müssen ständig neue Inhalte veröffentlichen, um Follower zu gewinnen und zu halten. Zu häufiges Posten kann jedoch als langweilig oder zu kommerziell wahrgenommen werden, während seltenes Posten die Sichtbarkeit verringern kann. Es ist schwierig, die richtige Balance zu finden (Sanyoura/Anderson, 2022).

Die Einnahmen der Creators sind oft unvorhersehbar, da es schwer zu sagen ist, wie viele Nutzer ihre Inhalte sehen und damit interagieren werden. Dies hängt auch von den Algorithmen der Plattformen ab, die sich ständig ändern. Creators müssen sich daher immer wieder neu anpassen, was viel Aufwand bedeutet. Besonders problematisch ist die Situation für junge Influencer\*innen. Viele von ihnen arbeiten, um das Einkommen ihrer Familie zu sichern, und nicht aus Freude am Erstellen von Inhalten. Dies wirft Fragen zum Kinderschutz auf (McGinnis, 2022).

© Vereinfachter Text auf Basis von: „Traumberuf Influencer: Die Creator Economy in Deutschland“ veröffentlicht vom Deutschen Institut für Wirtschaft

### Material 2:

**Video: „Traumberuf Influencer – Fame, Likes und Depressionen“ (2:00min – 16:55min)**



### Material 3:

**Video: „Beruf Influencer – zwischen Millionen und Depressionen“ (15:10min)**



# AB 3 DER EINFLUSS VON INFLUENCER\*INNEN AUF DIE GESELLSCHAFT

## Aufgabe 1:

Sieh dir die Videos an:

1) Die Macht der Influencer  
- logo! erklärt - ZDFtivi



2) "Idole im Netz" - Klicksafe  
Youth Panel zum Thema  
Influencer



## Aufgabe 2:

Wie werden Menschen von Influencer\*innen beeinflusst?  
Ergänzt zu den Beispielen aus den Videos auch eigene Beispiele  
aus eurem Alltag bzw. aus eurer eigenen Erfahrung.

Positiv	Negativ

## Aufgabe 3:

Wie haben dich Influencer\*innen schon einmal beeinflusst?  
Erzähle.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# IMPRESSUM



## GAMESHIFT NRW

 [www.gameshift.nrw](http://www.gameshift.nrw)

 [info@gameshift.nrw](mailto:info@gameshift.nrw)

 [gameshift.nrw](https://www.instagram.com/gameshift.nrw)

GAMESHIFT NRW ist ein Projekt der gemeinnützigen Pacemaker Initiative.

# PACEMAKER

WIR GESTALTEN BILDUNG IN DER DIGITALITÄT.

## Pacemaker Initiative

getragen durch:

EDUCATION Y Bildung. Gemeinsam. Gestalten.

Eingetragener Gemeinnütziger Verein

Am Wehrhahn 18 - 40211 Düsseldorf

 [www.pacemaker-initiative.de](http://www.pacemaker-initiative.de)

 [info@pacemaker-initiative.de](mailto:info@pacemaker-initiative.de)

 [pacemakerinitiative](https://www.instagram.com/pacemakerinitiative)