

A woman with dark hair in a bun, wearing a brown plaid jacket and a brown backpack, is shown in profile, holding a smartphone up to take a photo of a stone wall. The background is a textured stone wall. A large, semi-transparent orange shape is overlaid on the bottom left of the image, containing the main text.

Social Media-Influencer werden! Eine Einführung in die Welt der Beeinflussung.

Prof. Dr. Alfred-Joachim Hermanni

Das bin ich – Ihr heutiger Dozent.



Prof. Dr. Alfred-Joachim Hermann

Professor für Medien- und
Kommunikationsmanagement;
Dozent an der SPIEGEL-Akademie

Publikationen (Auswahl):

- Personal sustainability: Eine Petition für individuelle Bedürfnisse der Gegenwart, Wiesbaden 2022
- Business Guide für strategisches Management. 50 Tools zum geschäftlichen Erfolg, Heidelberg 2016 / Zweitaufgabe 2022
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Weiterbildungseinrichtungen, Bielefeld 2019
- Influencer Marketing in den sozialen Medien. Ein Meinungsinstrument der Online-Kommunikation, Saarbrücken 2018

Bisherige Stationen auf meinem Weg

- Offizier beim Rundfunksender der Bundeswehr (Ausbildung: Journalismus im Hörfunk/ARD und bei Nachrichtenagentur/dpa sowie Public Relations)
- Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Präsidiums des Deutschen Roten Kreuzes (parallel Freier Mitarbeiter bei dpa und ARD/Südwestfunk)
- Abteilungsleiter Medienpolitik der CDU-Bundesgeschäftsstelle
- Chefredakteur/Geschäftsführer Eureka Television
- Chefredakteur PRO7
- Producer und Berater beim Holtzbrink Verlag
- Inhaber/Filmproduzent/Regisseur der Euromedia Film- und Fernsehproduktion (u.a. ARD "TATORT, große Fernsehspiele und weltweit Imagefilme)

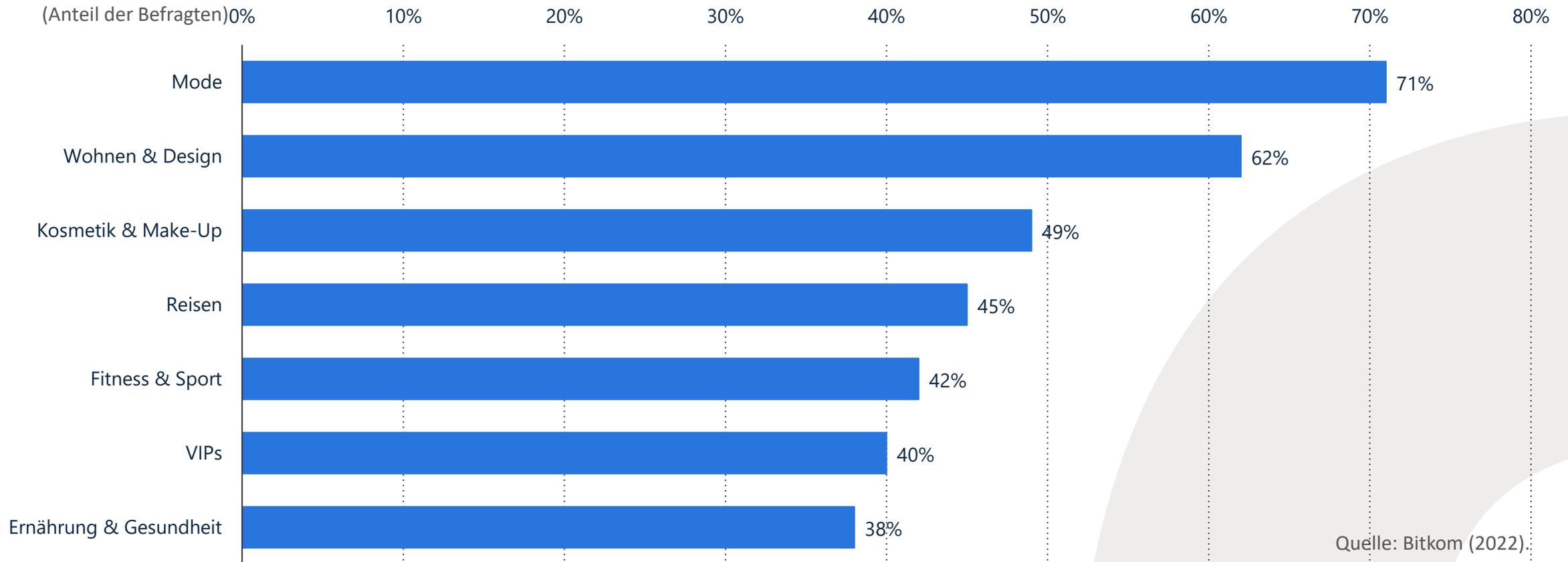
Wie lässt sich der Begriff „Influencer“ definieren?

Dabei handelt es sich um Personen, die aus eigener Initiative heraus andere Personen (sogenannte Follower) beeinflussen wollen. Sie nutzen dafür Inhalte als Content Creator zu einem bestimmten Thema, bewerben Produkte oder bieten Dienstleistungen an, und zwar über Kommunikationsmittel wie Sprache (Text), Bild, Audio, Video, Mimik und Gestik.

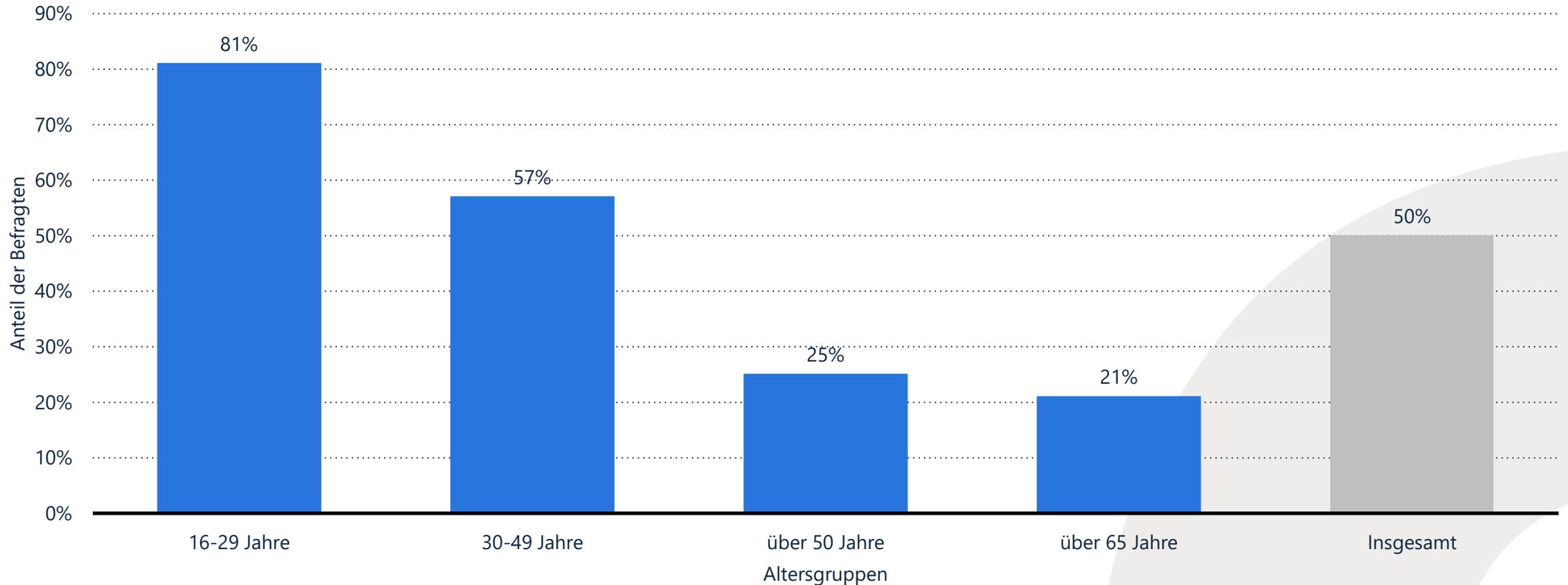
Nach statistischen Angaben (vgl. u.a. Institut der Deutschen Wirtschaft und Statista) ...

- erreichen Influencer in Deutschland 61 Millionen User
- sind die Mehrheit der Influencer in Deutschland Mikro-Influencer mit 5.000 - 20.000 Followern
- ist der Markt um „Social Media-Stars“ weitgehend gesättigt
- kann man als Influencer langfristig kein Geld verdienen
- sind sich Experten über die Herausforderungen beim Influencer-Marketing einig: die Messung des Return-on-Investment sowie den Nachweis der Brandingwirkung der Kampagnen.

Follower von Influencern in Deutschland nach präferierten Themengebieten im Jahr 2022

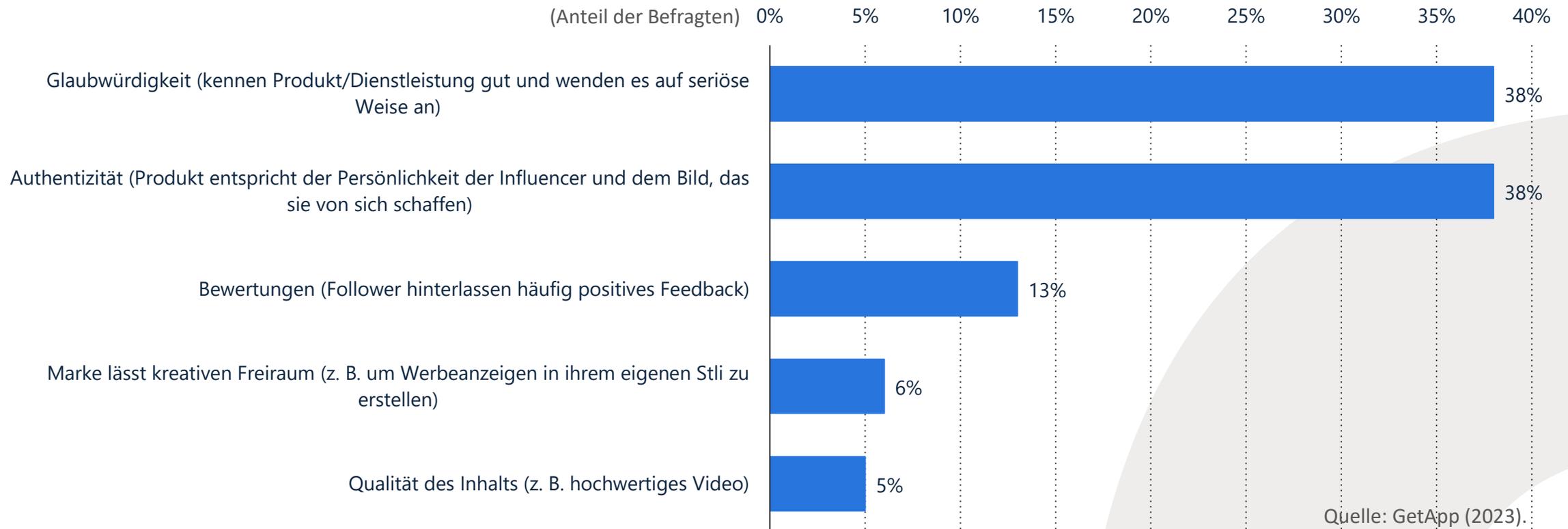


Anteil der Nutzer sozialer Medien, die Influencern folgen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2022



Quelle: Bitkom (2022).

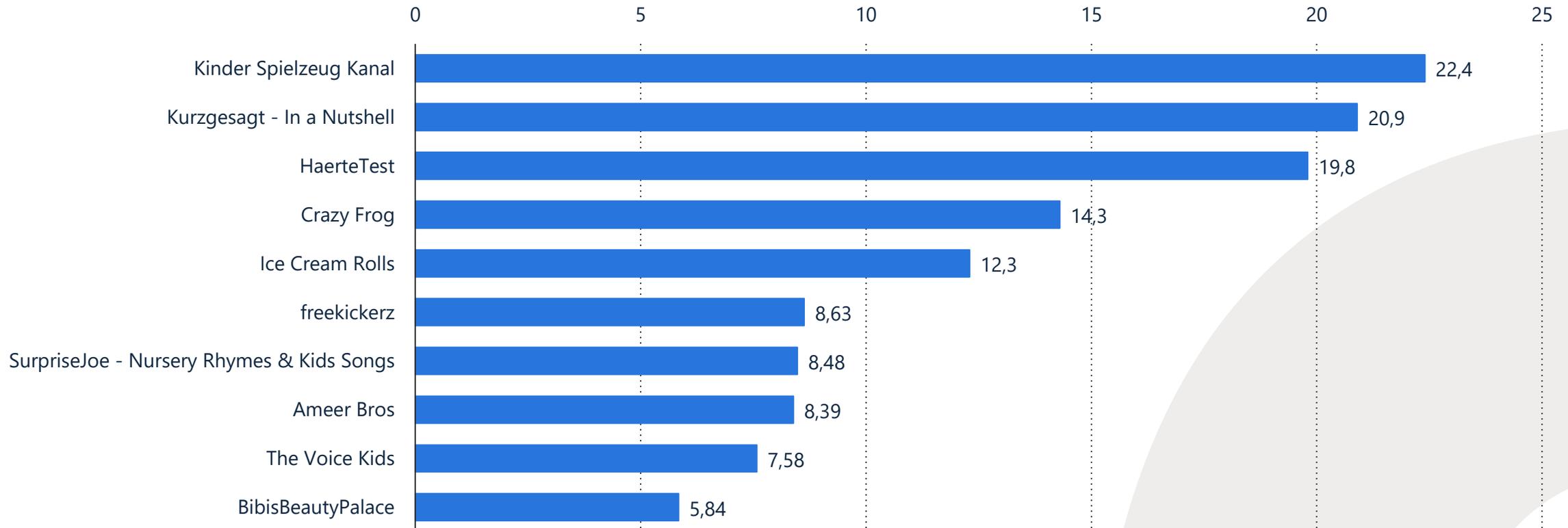
Welche der folgenden Elemente lassen Influencer am vertrauenswürdigsten wirken?



Top 10 der meistabonnierten deutschen YouTube-Kanäle nach der Anzahl der Abonnenten im Juni 2023

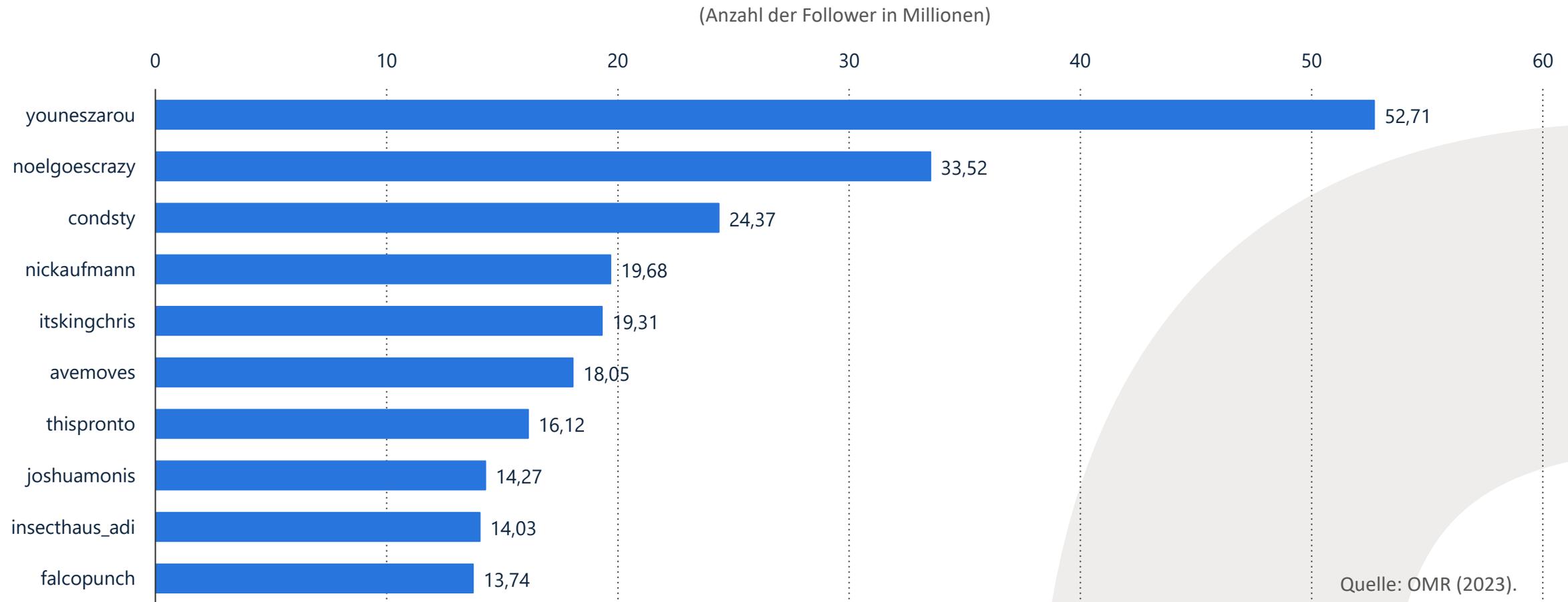


Anzahl der Abonnenten in Millionen



Quelle: HitchOn (2023)

Ranking der beliebtesten deutschen und deutschsprachigen TikTok-Accounts nach Anzahl der Follower im Juni 2023 (in Millionen)



Quelle: OMR (2023).

Marktdurchschnittspreis für einen Beitrag von Influencern auf Instagram weltweit im Jahr 2022.



Typen / Kategorien von Followern	Durchschnittlicher Verdienst pro Post [Hinweis: 1 Euro entspricht ca. 1,06 US-Dollar]
Nano-Influencer (1K – 10K Follower)	von 10 bis 100 US-Dollar pro Post
Micro-Influencer (10K – 50K Follower)	von 100 bis 500 US-Dollar pro Post
Mid-tier Influencer (50K – 500K Follower)	von 500 bis 5.000 US-Dollar pro Post
Macro-Influencer (500K – 1M Follower)	von 5.000 bis 10.000 US-Dollar pro Post
Mega-Influencer & Celebrities (> 1M Follower)	Von 10.000 bis 1.000.000 US-Dollar pro Post

Quelle: Influencer Marketing Hub (2023)

Mini-Workshop. Stellen Sie Fragen zu Ihrem möglichen „Influencerjob“.

Interviewen Sie wechselseitig Ihre benachbarte Person im Raum; Zeit: jeweils 10 Minuten

Welches Thema
könntest Du bei den
sozialen Medien
anbieten?

Handelt es sich dabei um
eine Marktlücke (ein
Alleinstellungsmerkmal)?

Was qualifiziert
Dich als
Influencer/in?

Wie viele Beiträge
willst Du pro Woche
verfassen?

Wie viel Zeit willst
Du wöchentlich für
Deinen Kanal
einplanen?

Noch Fragen?

Sie finden mich bspw.:

- bei Instagram unter dem Profil „medienprofessor“
- an der SRH Fernhochschule: www.mobile-university.de
- unter www.wissensbank.info