### Marktanalyse: Virtuelle Mentoren als Digitale Influencer

### 1. Trends & Relevanz

* Zunehmende Beliebtheit virtueller Influencer (z. B. Lil Miquela, Kyra)
* Boom von Mentoring, Coaching, Mental Health
* KI-Vertrauen bei Gen Z & Millennials steigt

### 2. Wettbewerbsanalyse

* Direkte Konkurrenz: kaum Influencer-artige Mentoren
* Indirekte Konkurrenz: menschliche Influencer wie Ali Abdaal, Mel Robbins etc.

### 3. Plattformen & Nutzung

* TikTok: motivierende Snippets
* Instagram: visuell & interaktiv (Stories, Reels)
* YouTube: Tutorials & Deep Dives
* LinkedIn: Karriere-Kontext

## Zielgruppendefinition

### 1. Demografische Merkmale

* Alter: 16–35 Jahre
* Geschlecht: alle
* Bildung: Schüler:innen, Studierende, Berufseinsteiger:innen

### 2. Psychografische Merkmale

* Bedürfnisse: Motivation, Karriere-Orientierung, Struktur, Inspiration
* Werte: Offenheit, Neugier, Digitalaffinität
* Pain Points: Überforderung, Orientierungslosigkeit, Prokrastination

### 3. Verhalten

* Tägliche Nutzung sozialer Medien
* Bevorzugt kurze, motivierende Inhalte
* Interaktion durch Liken, Teilen, Kommentieren

## Plattform-Fokus: Instagram als Basis

### Warum Instagram?

* Große Reichweite (1+ Mrd. Nutzer:innen), starke Zielgruppen-Relevanz (13–34 Jahre)
* Kombination aus Ästhetik, Interaktion, Reichweite
* DMs & Story-Sticker für Community-Engagement

### Zielgruppe auf Instagram:

* 16–35 Jahre, technikaffin, sucht nach motivierendem Content
* Beliebte Formate: Reels, Carousels, Zitate, Story-Interaktionen
* Stilpräferenz: klar, ästhetisch, relatable

### Content-Ideen für Instagram Mentor:

* Story: Tägliche Reminder, Umfragen
* Carousel-Post: Mini-Guides (z. B. Lernhacks)
* Zitat-Post + kurzer Kontext
* Highlights: Themen wie Lernen, Karriere, Mindset

### Branding-Tipp:

* Einheitliches Design (Farben, Schrift)
* klare Persönlichkeit

## Timing:

* Höchste Aktivität am Wochenende
* Grundsätzlich zwischen 16 und 21 Uhr