

LESEN

Influencer:- innen- Marketing

NIVEAU

Mittelstufe (B1)

NUMMER

DE_B1_2013R

SPRACHE

Deutsch



Lernziele

- Ich kann einen Text über die Geschichte des Influencer:innen-Marketings lesen.
- Ich kann über Werbung auf Social Media diskutieren.



Aufwärmen

**Guckst du noch oft
normales Fernsehen?
Warum (nicht)?**



**Was machst du, wenn
im Fernsehen Werbung
läuft?**



Einführung

Lies den Text und **beantworte** die Fragen.

Klassische Werbung in Form von Fernsehwerbespots oder Anzeigen wird für Unternehmen immer weniger interessant. Das liegt vor allem daran, dass besonders junge Menschen kaum noch fernsehen und auch nur noch selten gedruckte Zeitschriften lesen. Ein anderer Grund ist, dass viele Konsumenten und Konsumentinnen herkömmlicher Werbung nicht mehr vertrauen. Deswegen betreiben viele Firmen jetzt Influencer:innen-Marketing. Das heißt, sie bezahlen Influencer:innen, damit diese auf ihren Accounts Werbung für ihre Produkte machen. Die meisten Menschen vertrauen Influencer:innen viel mehr, weil sie das Gefühl haben, Teil einer großen Gemeinschaft zu sein und eine persönliche Beziehung zu ihren Social-Media-Helden und -Heldinnen zu haben.



1. Warum wird klassische Werbung für Unternehmen immer uninteressanter?
2. Warum vertrauen die Menschen Influencer:innen mehr als Unternehmen?



Und du?

**Vertraust du Werbung
von Influencer:innen
mehr als Werbung im
Fernsehen oder im
Internet?**

**Warum (nicht)?
Gibt es Werbung,
der du vertraust?**





Es nervt mich, dass Influencer:innen ihren Einfluss oft dazu nutzen, um ihren Followern irgendwelche Produkte **anzudrehen**.

Ist es positiv oder negativ, wenn man **jemandem etwas andreht**?

Frühes Influencer:innen-Marketing?

Lies den Text und **beantworte** die Fragen.

Natürlich ist Influencer:innen-Marketing eine neue Entwicklung, aber die Idee dahinter ist schon alt. Schon im 18. Jahrhundert hat der britische Hersteller von Keramikgeschirr, Josiah Wedgwood, das englische Königshaus als öffentliche Fürsprecher für seine Produkte gewonnen. Das Unternehmen wurde so erfolgreich, dass es noch heute existiert. Später gab es dann erste Testimonials – berühmte Personen, die exklusiv Werbung für eine bestimmte Marke machen. Das konnten zum Beispiel Zigaretten, Autos oder auch Kaffee sein. Solche Testimonials gibt es für große Marken auch heute noch. Was sie von heutigen Influencer:innen unterscheidet, ist, dass sie meistens nur für eine einzige Sache Werbung machen. Influencer:innen machen für ganz unterschiedliche Dinge Werbung. Es muss nur zu ihrer Person und ihrem Lebensstil passen.

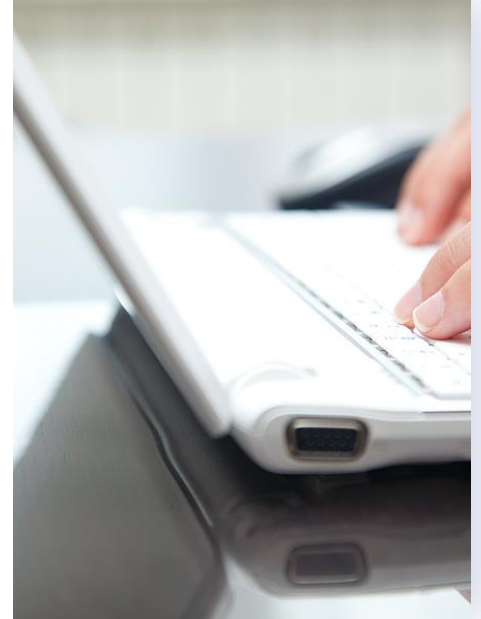


1. Wie ist Josiah Wedgwood erfolgreich geworden?
2. Was unterscheidet Testimonials von Influencern und Influencerinnen?

Am Anfang war der Blog

Lies den Text und **beantworte** die Fragen.

Heute sind Influencer:innen nicht mehr wegzudenken. Richtig angefangen hat diese Entwicklung in den 2010er Jahren. Damals sind die ersten Online-Tagebücher, auch Blogs genannt, erschienen. Immer öfter schrieben Blogger:innen auch über Produkte. Das war noch keine bezahlte Werbung, aber natürlich haben viele Unternehmen bemerkt, dass es hier großes Potenzial gibt. Denn die Leser:innen nehmen die Blogs nicht als Werbung wahr, sondern als Meinung einer Person, mit der sie sich verbunden fühlen.



1. Womit hat die Influencer:innen-Bewegung so richtig angefangen?
2. Warum hatten die Blogs in den Augen der Unternehmen so großes Potenzial?



Was stimmt, was nicht?

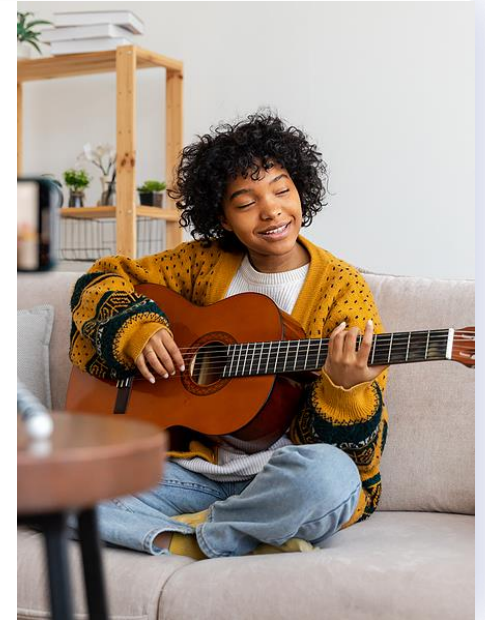
Kreuze an.

		richtig	falsch
1	Schon im 18. Jahrhundert existierte die Grundidee von Influencer:innen-Marketing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Testimonials sind berühmte Personen, die Werbung für viele unterschiedliche Marken machen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Testimonials gibt es heute nicht mehr.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Ein Blog ist so etwas wie ein Online-Tagebuch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Blogger:innen haben von Anfang an bezahlte Werbung gemacht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Werbung als zusätzliches Einkommen

Lies den Text und **beantworte** die Fragen.

Nach den Blogs kamen die Vlogs (Blogs im Videoformat) und heute sind es die Profile in sozialen Netzwerken. Eine immer größere Zahl von Menschen arbeitet hauptberuflich als Influencer:in, mit professionellen Fotos und Videos, manchmal sogar einer Management-Agentur. Aber auch Menschen, die mit ihrem eigentlichen Beruf zeitweise nicht viel Geld verdienen (z. B. Musiker:innen oder Künstler:innen), machen nebenbei Werbung über ihre Profile. Und so kommt es, dass Fans einer bestimmten Musik auf einmal auch Käufer:innen eines Beauty-Produkts werden.



1. Was ist typisch für hauptberufliche Influencer:innen?
2. Warum machen z. B. auch Musiker:innen und Künstler:innen manchmal Werbung auf Social Media?



Und du?

Im Breakout-Room oder im Kurs:

1. **Fragt** und **antwortet**.
2. **Teilt** eine Gemeinsamkeit im Kurs.

Hast du früher auch Blogs gelesen oder Vlogs angeschaut?



Hast du vielleicht sogar selbst einen Blog geschrieben?

Könntest du dir vorstellen, Werbung auf Social Media zu machen?



Du gehst in den **Breakout-Room**? Mach ein **Foto** von dieser Folie.



**Glaubst du, es ist wichtig, dass
die Fotos und Videos von
Influencer:innen professionell
gemacht sind?**

Warum (nicht)?



Beruf oder nicht?

Lies die beiden Aussagen und **beantworte** die Fragen.



Torsten

Influencer:in ist in meinen Augen kein Beruf. Man muss dafür nichts Besonderes können. Und alle paar Tage ein Video hochzuladen ist wirklich nicht schwer.

Ich glaube, Influencer:in ist ein normaler Beruf. Natürlich gibt es noch keine Ausbildung. Aber nur, weil alles noch so neu ist. Und professionelle Fotos und Videos zu machen, mit Unternehmen und Follower:innen zu kommunizieren – das ist harte Arbeit!



Morgan

Was denkst du? Ist Influencer:in ein Beruf? Warum (nicht)?

Glaubst du, dass es in Zukunft eine Ausbildung als Influencer:in geben wird?

Glaubst du, dass es schwierig ist, Fotos und Videos zu machen und mit Unternehmen zu kommunizieren?



Kritik

Lies den Text und **beantworte** die Fragen.

Ein wichtiger Kritikpunkt vor allem in der Anfangszeit des Influencer:innen-Marketings war, dass man Werbung nur schwer als solche erkennen konnte. Influencer:innen haben schon immer ihre Meinung zu Produkten gesagt, auch ohne Bezahlung. Wenn sie aber für Werbung bezahlt werden, ist es natürlich wichtig, darauf hinzuweisen. Deswegen gibt es seit einigen Jahren ein Gesetz: Es muss einen Hinweis geben, wenn es Werbung ist. Dieses Gesetz ist sogar so streng, dass ein Post auch dann als Werbung markiert werden muss, wenn ein Markenname vorkommt – auch wenn die Influencer:innen gar kein Geld bekommen, sondern das Produkt normal gekauft haben und einfach nur gut finden.



1. Was wurde oft kritisiert?
2. Was macht das neue Gesetz besonders streng?

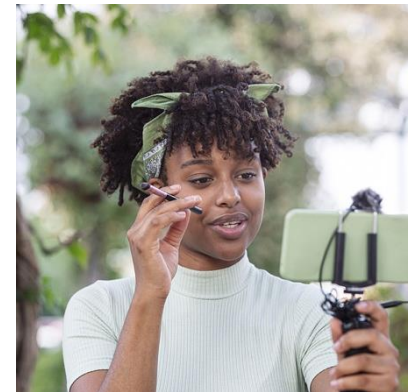
Werbung oder Meinung?

Jeder Post mit Markenname muss als Werbung markiert werden – auch, wenn die Influencer:innen das Produkt normal gekauft haben und gar kein Geld bekommen.

Findest du das richtig oder zu streng?

Warum ist das deiner Meinung nach so?

Ist es überhaupt Werbung, wenn es kein Geld gibt? Oder ist es nur eine Meinung?





Redewendung

das Aushängeschild für etwas sein

Bedeutung: Jemand macht Werbung für etwas.

Beispiel: Die Firma konnte einen Influencer als *Aushängeschild* für die neue Produktlinie verpflichten.



Zusatzübungen



Was müssen Influencer:innen alles machen?

Was müssen Influencer:innen alles für ihren Beruf machen? **Schreibe** eine Liste.



- professionelle Fotos und Videos
- ...

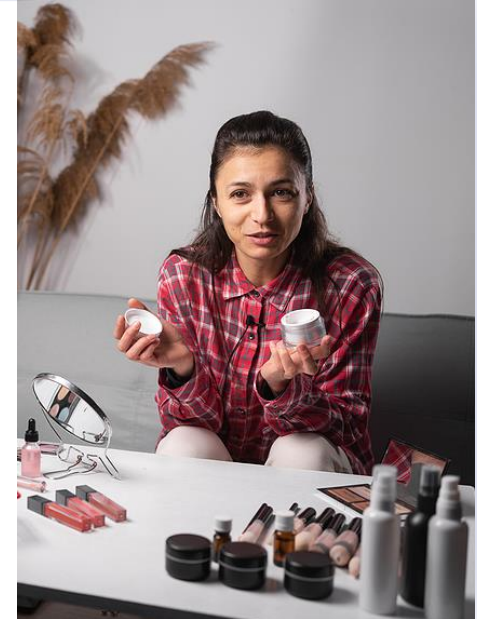


Nichts als Werbung

Lies den Text und **ergänze**.



Social Media sind für _____ da! Das klingt übertrieben, ist aber oft richtig. Ein _____ für ein Hautpflege-Produkt hat meistens eine viel größere Reichweite als ein Post mit politischem Inhalt. Und das wertvollste an einem sozialen Netzwerk ist in der Regel der _____, der bestimmt, was die _____ sehen. Und es gibt sogar Länder, die _____ einladen, damit sie Werbung für einen Urlaub dort machen.



Algorithmus

Video

Influencer:-
innen

Werbung

Nutzer:innen



Was ist gemeint?

Ordne zu.



1 Fernsehwerbespots

2 Unternehmen

3 Fotos und Videos

4 Blogs

A

In den 2010er Jahren haben viele Menschen angefangen, sie zu schreiben. Sie funktionieren wie Online-Tagebücher, in denen die Autoren und Autorinnen ihre Meinung zu verschiedenen Dingen sagen.

B

Sie zahlen Influencern und Influencerinnen Geld, damit sie auf ihren Profilen Werbung machen.

C

Sie werden für Unternehmen immer uninteressanter, weil die meisten jungen Menschen alles im Internet anschauen.

D

Sie müssen heute sehr professionell sein, damit Influencer:innen erfolgreich Werbung machen können.



Lösungen

S. 4: 1. Junge Menschen sehen kaum noch fern und lesen auch nur noch selten gedruckte Zeitschriften.; 2. Weil sie das Gefühl haben, Teil einer großen Gemeinschaft zu sein und eine persönliche Beziehung zu ihren Social-Media-Helden und -Heldinnen zu haben.

S. 6: negativ

S. 7: 1. Das englische Königshaus hat für seine Produkte geworben.; 2. Testimonials machen nur für eine Sache Werbung.

S. 8: 1. mit Blogs; 2. Die Leser:innen nehmen die Blogs nicht als Werbung wahr, sondern als Meinung einer Person, mit der sie sich verbunden fühlen.

S. 9: wahr: 1, 4; falsch: 2, 3, 5

S. 10: 1. Sie arbeiten mit professionellen Fotos und Videos und haben oft auch ein Management.; 2. Weil sie mit ihrem eigentlichen Beruf nicht immer viel Geld verdienen.

S. 14: 1. Die Werbung war nicht als solche erkennbar.; 2. Man muss einen Post auch dann als Werbung markieren, wenn ein Markenname vorkommt – auch wenn die Influencer:innen gar kein Geld bekommen.

S. 20: Werbung; Video; Algorithmus; Nutzer:innen; Influencer:innen

S. 21: 1C; 2B; 3D, 4A



Zusammenfassung

Klassische Werbung

Im Sinne von **Fernsehwerbespots oder Radioanzeigen** sind für Unternehmen **immer weniger interessant**. Viele Konsumenten greifen heutzutage bei ihrer Produktwahl auf Influencer:innen zurück. Dies hat vor allem den Grund, dass sie diesen mehr **Vertrauen schenken** als herkömmlicher Werbung.

Influencer:innen-Marketing

Seit den 2010er Jahren **wird Influencer:innen-Marketing** immer populärer. Hierbei machen sog. Influencer:innen Werbung auf ihren Social-Media-Profilen für **diverse Produkte und Dienstleistungen**. Heutzutage **beherrschen Vlogs (Blogs im Videoformat) den Markt**. Sofern Werbung betrieben wird, sind Influencer:innen verpflichtet, diese **deutlich erkennbar** zu machen.



Wortschatz

der Blog, -s

gucken

der Vlog, -s

andrehen

das Potenzial, -e

hinweisen

