

Fachtagung Forum Medienpädagogik: Bedeutung von Influencern für Kinder und Jugendliche

von **Johanna Lindner** am **15. Oktober 2019**

*Ob sie ein perfektes Leben auf Instagram zeigen, Abenteuer auf YouTube erleben oder auf politische Themen aufmerksam machen. Themenfeld und Reichweite von Influencer*innen sind mittlerweile riesig. Die Bedeutung dieser neuen Vorbilder von Kindern und Jugendlichen untersucht die 25. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM am 7. November 2019.*

Anregungen für die Pädagogische Praxis

Was genau macht diese Vorbilder aus? Wie können auch Lehrer*innen helfen, sich reflektiert und informiert mit den Vorbildern auseinanderzusetzen? Antworten darauf werden in spannenden Vorträgen von Expert*innen aus dem Fachgebiet vorgestellt. Die Fachtagung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien „#followme – Bedeutung von Influencern und anderen Vorbildern für Kinder und Jugendliche“ setzt sich mit aktuellen Entwicklungen auseinander. Daneben gibt es noch Anregungen für die pädagogische Praxis.

Was macht Influencer*innen aus?

Nach der Eröffnung der Tagung durch BLM-Geschäftsführer **Dr. Thorsten Schmiede** beantwortet die Medienwissenschaftlerin **Dr. Martina Schuegraf** die Frage, was Influencer*innen eigentlich sind und was sie ausmacht. Das untersuchte sie in einem Forschungsprojekt an der Filmuniversität Babelsberg. Sie zeigt einige Beispiele von Influencer*innen von früher und was sie dagegen heute ausmacht.

Was diese medialen Vorbilder zur Identitätsentwicklung von Jugendlichen beitragen, betrachtet die Dozentin für Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Zürich **Dr. Eveline Hipeli** im zweiten Vortrag des Tages.

Körperbild und alte Rollenbilder in Social Media

Nach einer Mittagspause mit Informationsmöglichkeiten im Foyer und Anregungen für die pädagogische Praxis geht es dann weiter mit einem Vortrag zu Genderequality. **Dr. Christine Linke**, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienforschung an der Universität Rostock, untersucht, ob und wie auf sozialen Netzwerken alte Geschlechterklischees gefestigt werden.

Wie Jugendliche mit dem vermeintlich perfekten Körperbild umgehen, das auf Social-Media-Angeboten verbreitet wird, untersucht **Prof. Dr. Katrin Döveling**, Professorin für Kommunikationswissenschaften/Medienkommunikation an der Hochschule Darmstadt. Sie zeigt Herausforderungen des Themenfeldes auf.

Kinder-Influencer werden von Eltern vermarktet und in Szene gesetzt

Zum Geschäftsmodell von Influencer*innen gehören Partnerschaften mit Firmen, Sponsoring und Werbung über verschiedene Social-Media-Profile. **Ingo Barlovic**, Geschäftsführender Gesellschafter des Spezialinstituts für Marktforschung bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen iconkids & youth, wirft einen genaueren Blick auf diese Werbung.

Am Ende der Fachtagung steht noch ein Exkurs an. **Luise Meergans**, Leiterin der Bereichs Kinderrechte und Bildung beim Deutschen Kinderhilfswerk e.V., gibt einen Einblick in die Welt der Kinder-Influencer, die von ihren Eltern vermarktet und in Szene gesetzt werden. Auch in Deutschland stehen schon Kleinkinder vor der Kamera

und werden für Videos aufgenommen, die ein riesiges Publikum und hohe Werbeeinnahmen haben. Was das für Auswirkungen hat und die kinderrechtliche Perspektive darauf, ist Teil ihres Vortrags.