**AB 3 Parasoziale Beziehungen** 

**Influencer:innen Marketing**

Stell dir vor, du siehst auf Instagram eine Person, der du gerne folgst. Sie zeigt ein Deo und erzählt, warum sie es mag. Weil du ihr vertraust und sie spannend findest, überlegst du vielleicht, das Deo auch zu kaufen. So funktioniert Influencer:innen-Marketing: Personen mit einer grossen Reichweite auf Social Media empfehlen Produkte, und viele ihrer Follower:innen lassen sich davon beeinflussen.

Was bedeutet parasoziale Beziehung?

Parasoziale Beziehungen sind eine besondere Art von   
Verbindung, die zwischen Influencer:innen und ihren  
Follower:innen in den sozialen Medien entsteht. Im Gegensatz   
zu normalen Freundschaften, bei denen beide Personen   
miteinander sprechen und sich austauschen, ist die   
parasoziale Beziehung einseitig. Das bedeutet, dass   
die Follower:innen das Gefühl haben, eine enge Beziehung   
zu den Influencer:innen zu haben, während die Influencer:innen   
wahrscheinlich nichts über die einzelnen Follower:innen wissen.  
Wie beispielsweise die Follower:innen von «aditotoro» und

«paulomuc».

Ein Bild, das Text, Kleidung, Person, Mann enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Wie entsteht eine solche Beziehung?

Ein Bild, das Inneneinrichtung, Im Haus, Mobiliar, Fenster enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Diese Art von Beziehung entsteht, wenn die Follower:innen   
regelmässig die Videos, Beiträge oder Kommentare der   
Influencer:innen anschauen und darauf reagieren. Sie fühlen sich   
den Influencer:innen nahe, fast so, als würden sie sie persönlich   
kennen. Oft entwickeln sie starke Gefühle wie Bewunderung,   
Vertrauen oder sogar Zuneigung zu ihnen.  
Beispiel: Hier gibt «nathistyle\_» einen Einblick in ihr Wohnzimmer.

Ein Bild, das Person, Text, Menschliches Gesicht, Fastfood enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Ziel einer solchen Beziehung

Im Influencer:innen-Marketing sind diese Beziehungen besonders   
wichtig, weil die Follower:innen den Influencer:innen stark vertrauen.   
Dadurch sind sie eher bereit, die Produkte zu kaufen, die die  
Influencer:innen empfehlen. Influencer:innen nutzen diese enge   
Verbindung, um Werbung zu machen und ihre Fans dazu zu bringen,  
bestimmte Dinge zu kaufen. Beispiel: «Der Praktikant» nimmt seine   
Follower:innen auf alle seine Ausflüge mit und lässt sie an seinem   
Alltag teilhaben. Hier macht der Influencer Werbung für ein   
Restaurant. Das zeigt, dass es beim Marketing nicht nur um Produkte  
geht, sondern auch um Orte oder Erlebnisse, die empfohlen werden.

Diskussionsfragen

* Warum sind parasoziale Beziehungen für Influencer:innen-Marketing so wichtig?
* Gibt es für dich auch eine Influencerin oder einen Influencer zu dem du eine parasoziale Beziehung hast?
* Wie zeigt sich das bei dir?
* Welche Risiken siehst du in solchen Beziehungen?