

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

“Virtuelle Verbundenheit: Näher am Influencer - näher an sozialem Wohlbefinden?” Parasoziale Beziehungen zwischen Follower*innen und Lifestyle- Influencer*innen auf Instagram

verfasst von | submitted by
Bettina Kronberger BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Assoz. Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker Privatdoz.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Relevanz und Problemstellung	5
3. Literaturüberblick	7
3.1. Soziale Medien	7
3.2. Influencer*innen auf Instagram	9
3.3. Wohlbefinden, Lebensstil und soziale Medien	12
3.4. Parasoziale Beziehungen und Wohlbefinden in den sozialen Medien	14
4. Theoretischer Rahmen	19
4.1. Parasoziale Beziehungstheorie	19
4.2. Theorie des sozialen Vergleichs	27
5. Forschungsfragen	32
6. Sample, Methode & Erhebungsinstrumente	34
6.1. Möglichkeiten und Grenzen qualitativer Forschung	34
6.2. Leitfadeninterview	36
6.3. Strategisches Sampling	40
6.4. Auswertung der Interviews	41
7. Ergebnisse	44
7.1. Instagram Nutzungsweisen	45
7.2. Definitionen Wohlbefinden und soziales Wohlbefinden	49
7.3. Einstellungen und Meinungen zu Influencer*innen	52
7.4. Details und Beziehung zu den Lieblings-Influencer*innen	56
7.5. Kommunikation der Social-Media-Influencer*innen	73
7.6. (Sozialer) Einfluss von Influencer*innen	86
7.7. Vergleiche mit Influencer*innen	93
8. Diskussion der Ergebnisse	98
9. Fazit und Zukunftsausblick	111
10. Literaturverzeichnis	116
10.1. Internetquellen	128
11. Anhang	129
11.1. Interviewleitfaden	129
11.2. Interviewprotokolle	133
11.3. Kategoriensystem	141
11.4. Transkripte	167
11.5. Datenschutzerklärung	280
11.6. Abstract Deutsch	281
11.7. Abstract English	282

1. Einleitung

Heutzutage ist es fast unmöglich, nicht mit Medien in Berührung zu kommen, da durch die Medialisierung und Digitalisierung alle möglichen Formen mehr denn je mit unseren Alltagspraktiken verwoben sind. Zu diesen Medien zählen neben dem Fernsehen, Radio, Zeitung, Büchern und Streaming auch die sozialen Netzwerke und Medien wie Facebook, Twitter, Instagram und TikTok. Soziale Medien sind in einer digitalisierten Welt und im Alltag der meisten jungen Erwachsenen nicht mehr wegzudenken. Sie teilen ihr Leben auf Netzwerken wie beispielsweise Instagram über Videos und Bilder, folgen selbst anderen Personen, um deren Inhalte anzusehen. Neben Privatpersonen sind gerade auch Medienpersonen wie Prominente, Stars und Social-Media-Influencer*innen oft von Interesse. Diese sind Personen, welche auf sozialen Netzwerken über ihre digitalen Kanäle eine breite Personengruppe ansprechen können und aufgrund ihrer Themenkompetenz sowie der Persönlichkeit über eine zugesprochene Glaubwürdigkeit und kommunikative Fertigkeiten verfügen (Schach & Lommatzsch, 2018, S. 31). Von ihren Abonnent*innen werden Social-Media-Influencer*innen als Expert*innen in der jeweiligen Thematik wahrgenommen, indem sie ihren Lifestyle, Tipps und Weisheiten teilen (Jin et al., 2019). Eine hohe Reichweite (Wang & Shang, 2024) und digitale Kompetenzen spielen eine Rolle, wenn von der Community nach ihrer Meinung gefragt wird, somit können sie als sogenannte vormediale Entscheider agieren und Einfluss auf Entscheidungen der Follower*innen haben (Ruisinger, 2020, S. 128). Neben dem Fernsehen oder Radio können gerade bei Influencer*innen auf den Sozialen Medien durch die tägliche Rezeption parasoziale Phänomene zwischen Social-Media-Influencer*innen und ihren Follower*innen tendenziell entstehen (Thiele, 2023, S. 81-82). Fast alle Menschen, die die gängigen Medien regelmäßig nutzen, haben wahrscheinlich in ihrem Leben schon parasoziale Beziehungen ausgebildet

(Hartmann, 2017). Im Zuge dessen kommt in dieser Forschungsarbeit die parasoziale Beziehungstheorie von Horton und Wohl aus dem Jahr 1956 ins Spiel. Kerninhalt dieser ist die einseitige Beziehung zwischen Medienpersonen und Akteuren in Massenmedien und den Zuschauer*innen (Horton & Wohl, 1956, S. 215 ff.). Parasoziale Phänomene haben eine lange Forschungstradition in verschiedenen Disziplinen wie Marketing, Wirtschaft sowie in der Kommunikationsforschung und der Medienpsychologie. Durch die Trends der letzten Jahre sind letztere die Felder, in denen die meisten Forschungen durchgeführt werden (Giles, 2023, S. 25). Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Medienpersonen sind natürliche und weitverbreitete Phänomene der Medien (Hartmann, 2017, S. 10) und in Bezug auf Film- und Fernsehen eine häufig untersuchte Erscheinung in der kommunikationswissenschaftlichen Wirkungsforschung. Doch die interaktiven Onlinemedien können neue Forschungsperspektiven eröffnen (Stein et al., 2022; Sajan et al., 2024; Lou & Zhou, 2024). Die Plattformen entwickeln sich so gut wie täglich weiter und die trennscharfe Grenze, welche es früher gegenüber Stars und Medienpersonen im Fernsehen gegeben hat, verschwimmt im Zuge der Sozialen Medien immer mehr.

Durch die Logik und Entwicklungen der neuen Medien liegt es auf der Hand, dass parasoziale Beziehungen immer weiter und auf neue Art und Weise untersucht werden müssen, um die bisherigen Studien zu traditionellen Medienformen zu erweitern. Soziale Medien machen eine verstärkte Kommunikation zwischen Follower*innen und Social-Media-Influencer*innen möglich. Die vermehrte Interaktivität bietet immer mehr Möglichkeiten, somit das Leben der Nutzer*innen zu beeinflussen (Chauvin et al., 2024, S. 44). Die bisherige Forschung und neue Überlegungen eröffnen weiterzuentwickelnde Motive, Funktionen und Einflüsse von parasozialen Beziehungen auf Teile des Lebens und generell auf die Nutzer*innen. Die parasoziale Beziehung bezieht sich auf die empfundene

Sympathie sowie die Anziehung der Rezipienten auf die Medienperson, welche über die Medienrezeption hinaus bestehen bleibt. Unter der parasozialen Interaktion hingegen wird verstanden, dass durch die direkte Ansprache der Medienperson während der Rezeption das Gefühl entsteht, dass ein gegenseitiges Gespräch geführt wird (Nah, 2022, S. 2). Schon nach Gleich (1996, S. 116) wurde die parasoziale Interaktion als soziales Handeln verstanden.

Diese Masterarbeit konzentriert sich auf weibliche Follower*innen. In der Literatur, beispielsweise in der Studie von Bond (2016) zur Stärke von parasozialen Beziehungen von Jugendlichen, zeigten die Ergebnisse, dass Frauen stärkere parasoziale Beziehungen aufwiesen als Männer. Da Instagram eine App ist, die den Nutzer*innen dauerhaft die Möglichkeit bietet, Influencer*innen zu abonnieren, sich mit ihnen auseinanderzusetzen und im Zuge dessen auch mit ihnen zu kommunizieren, liegt der Fokus auf der bild- und videobasierten Plattform. Neben Beiträgen im Feed, Instagram-Stories, Privatnachrichten und Broadcast-Channels hat Instagram als Plattform kommunikativ viel zu bieten, mehr als zum Beispiel Twitter, da diese Plattform nur textbasiert ist. Die Forschungsergebnisse von Blight, Ruppel und Schoenbauer (2017) zeigten, dass Nutzer*innen der Plattform Instagram ein stärkeres Motiv für soziale Interaktionen mit ihren Lieblingsmedienpersonen aufweisen als beispielsweise auf Twitter. In der Studie von Ryan (2019) wurde erforscht, dass sich Instagram Storys gut eignen, um Gefühle von Intimität zu Follower*innen herzustellen. Deshalb wird Instagram als Plattform generell als effektiv angesehen, um parasoziale Beziehungen aufzubauen. Social-Media-Influencer*innen, welche treue und langjährige Follower*innen haben, können über die Plattform eine Bindung aufbauen, welche teilweise jener einer Freundschaft gleicht (Chung & Cho, 2017; Hwang & Zhang, 2018; Catalina García & Suárez Álvarez, 2022; Paul et al., 2024).

Die Arbeit gliedert sich in die Darstellung des Problems und die Hervorhebung der Relevanz für das Feld der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Danach werden der

Forschungsstand und die dahinter liegenden Theorien aufgezeigt. Dann folgen die Forschungsfragen und der Methodenteil sowie die Darstellung der Ergebnisse. Nach der Interpretation der Ergebnisse schließt diese Forschungsarbeit mit dem Fazit und dem Zukunftsausblick.

2. Relevanz und Problemstellung

Nach Hartmann (2017) trägt die Erforschung parasozialer Interaktionen zur Eigenständigkeit der Disziplin der Kommunikationswissenschaften bei. Grundlegende Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft spielen hier eine Rolle, wie zum Beispiel die interpersonelle, verbale und nonverbale Interaktion, welche generell als kommunikatives Handeln betitelt werden kann (DeVito, 2007; Hartmann, 2017). Parasoziale Beziehungen sind in den Sozial- und Kommunikationswissenschaften häufig untersuchte Phänomene, welche sich aber stetig weiterentwickeln und so liegt der Fokus der weiteren Forschung darauf, weiterhin die neuesten Entwicklungen in Studien aufzunehmen. Forschungen der letzten Zeit haben gezeigt, dass das Forschungsfeld rund um parasoziale Beziehungen noch lange nicht am Ende angekommen ist. Beispielsweise ist es wichtig, die emotionalen und psychologischen Faktoren, die ins Spiel kommen, zu bestimmen, wenn parasoziale Beziehungen zu Influencer*innen aufgebaut werden. Welche möglichen Auswirkungen haben parasoziale Beziehungen und wie können sich Follower*in-Influencer*in-Verbindungen auf das individuelle Wohlbefinden auswirken (Aw & Agnihotri, 2023, S. 10)? In Zeiten, die in den letzten Jahren von multiplen Krisen geprägt sind, kristallisiert sich immer mehr heraus, dass in der Altersgruppe von 16- bis 29-Jährigen das generelle Thema Gesundheit und im Zuge dessen das Wohlbefinden von großem Interesse ist. Neben verlässlichen Beziehungen, Freundschaften, Zeit für Interessen und einem gesicherten Arbeitsplatz steht Gesundheit an

erster Stelle. Vor allem bei jungen Frauen rückt das Thema psychische Gesundheit immer mehr in den Vordergrund (Großegger, 2023).

Dieses Forschungsvorhaben soll in Folge neue Erkenntnisse für Influencer*innen bringen, um besser zu verstehen, welche Motive hinter der Kommunikation und Interesse ihrer Follower*innen stehen. Es soll zudem die Erwartungen aufzeigen, welche die junge Generation heutzutage an Social-Media-Influencer*innen als potenzielle Einflussquelle hat. Macro- und Mega(Star)-Influencer*innen haben eine riesige Anhängerschaft und eine große Wirkungsweise auf ihre Follower*innen (Ruisinger, 2020). Sie sind die Vorbilder und Orientierungshilfen der heutigen Zeit und haben durch ihre mächtige Wirkung die Chance, und in gewisser Weise die Verantwortung, etwas Positives für die Gesellschaft zu bewegen. Sie müssen sich bewusst sein, was für einen Einfluss sie haben können.

Im Zentrum dieses Forschungsvorhaben steht neben den Motiven und Wünschen der Follower*innen an die parasozialen Beziehungspartner*innen auch die Fragestellung, ob und inwiefern die Kommunikation der Influencer*innen auf Instagram Einfluss auf das soziale Wohlbefinden der Abonnent*innen ausüben kann. Bekannt ist allemal, dass soziale Bindungen im Offline-Kontext einen Einfluss auf das Wohlbefinden haben können (Hoffner & Bond, 2022, S. 1-2), schon Helliwell und Putnam (2004) beleuchteten welche große Bedeutung das Sozialkapital, also die Beziehungen, die wir mit anderen Individuen eingehen, auf das Wohlbefinden der Menschen haben kann. Die Erforschung von parasozialen Interaktionen und die daraus entstehenden parasozialen Beziehungen können als Garant für ein besseres Verständnis der menschlichen Kommunikation dienen, gerade in einer digitalisierten Welt, in der wir uns befinden. Grundlegend kann die Untersuchung zu eigenständigen Wissen im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaften beitragen (Hartmann, 2017, S. 10).

3. Literaturüberblick

3.1. Soziale Medien

Soziale Medien haben sich in der heutigen Zeit vor allem für junge Menschen zu einer vorherrschenden Gattung entwickelt, um Medien zu konsumieren. Zudem änderten sich dadurch Verhaltensweisen, wie Menschen an ihre tagtäglichen Informationen kommen und Neuigkeiten aus aller Welt beziehen (Paul et al., 2024). Soziale Netzwerkseiten geben den Nutzer*innen die Möglichkeit, eigene Profile zu erstellen, private Informationen miteinander zu teilen und mit anderen Personen in Verbindung zu treten. Bekanntschaften können vertieft werden und es ist möglich, miteinander über dieselbe Plattform zu kommunizieren (Tiggemann et al., 2018, S. 90). Soziale Medien sind nicht nur jederzeit abrufbar, im Zuge dessen sind sie interaktiv und man erhält unmittelbar Informationen und Content, je nachdem, welche Personen abonniert worden sind (Chung & Cho, 2017).

Nach den Daten von DataReportal (Kemp, 2024) zeigten sich im Jänner 2024 in Österreich 7,32 Millionen aktive Social-Media-Nutzer*innen und 6,49 Millionen Nutzende ab 18 Jahren, was 87 % der Gesamtbevölkerung in Österreich widerspiegelt. Laut Meta und deren WerbETOOLS nutzen 3,2 Millionen Menschen in Österreich 2024 das soziale Medium Instagram (Kemp, 2024). Instagram ist eine interaktive Plattform, die es ihren Nutzer*innen kostenlos ermöglicht, audiovisuelle Inhalte zu erstellen und miteinander zu kommunizieren (Endres, 2018). Instagram hat sich in den letzten Jahren als eine der beliebtesten Online Plattformen etabliert, besonders bei jungen Frauen (Pedalino & Camerini, 2022). Das Soziale Medium hat sich vor allem von anderen Services abgehoben, da sich die Logik hier ausschließlich um das Teilen von Fotos und Videos dreht und weniger textbasiert ist als Vorgänger wie Twitter oder Facebook (Tiggemann et al., 2018, S. 90). Nutzer*innen sind in der Lage, gleichzeitig Inhalte zu produzieren, können Content passiv konsumieren und das

Medium entsprechend ihren Bedürfnissen nutzen, um ihre persönlich angepasste Routine zu gestalten (Endres, 2018, S. 39). Dennoch haben sich die Charakterzüge der Plattform in den letzten Jahren immer mehr weiterentwickelt. Beispielsweise können neben den “normalen” Funktionen wie dem Posten von Foto- und Video-Beiträgen im Feed, dem Abonnieren von Accounts, Kommentare zu verfassen und Likes zu vergeben, auch das Teilen von Instagram Stories oder neuerdings der Broadcast-Channel genannt werden. Laut Instagram selber bieten Instagram Stories den Nutzer*innen die Möglichkeit, alltägliche Momente zu teilen und eine nähere Verbindung zu den Menschen aufzubauen. Für die Person wichtige Interessen oder Informationen können hervorgehoben werden, indem Fotos und Videos geteilt werden (Instagram Stories, o. D.) Instagram Stories sind folgend ganz nahe am Alltag gehalten und so wird diese Funktion von Social-Media-Influencer*innen oft täglich genutzt, um ihren Content zu zeigen. Das kann wiederum für die Follower*innen zur Gewohnheit werden und an eine Beziehung beispielsweise zu Freund*innen erinnern (Catalina García & Suárez Álvarez, 2022), wo man sich oft täglich hört und auf dem Laufenden hält (Chung & Cho, 2017; Hwang & Zhang, 2018). Eine neuere Funktion von Instagram ist der sogenannte Broadcast-Channel. Instagram selber bezeichnet das Feature als öffentlichen Nachrichtenkanal, über welchen die Influencer*innen direkt mit ihren Follower*innen Kontakt halten, laufende Updates geben und private Einblicke in ihr Leben gewähren können. Hier kann man nicht nur Videos, Fotos und Text-Beiträge teilen, sondern auch Sprachnachrichten, auf welche die Follower*innen dann mit Emojis reagieren und so den Influencer*innen ihre Antworten direkt mitteilen können (Neu: Broadcast-Channels auf Instagram | Instagram Blog, 2023).

3.2. Influencer*innen auf Instagram

Der hohe Stellenwert von Social-Media-Influencer*innen ist im Zeitalter von sozialen Medien nicht mehr abzustreiten. Influencer*innen sind auf allen Social-Media-Plattformen vertreten und absolut nicht zu unterschätzen, nicht zuletzt aufgrund ihrer Gabe, die Verhaltensweisen von Follower*innen zu beeinflussen und sich Vertrauen zu verschaffen (Paul et al., 2024). Als Follower*innen werden Individuen beschrieben, die zur jeweiligen Community der Influencer*innen gehören. Unter Social-Media-Influencer*innen kann man Personen verstehen, die als Vermittler von Kommunikation und Meinungen agieren und deren Wirkungsweisen sich auf die persönliche Community beziehen (Ruisinger, 2020). Mit einer großen Gemeinschaft fallen darunter Betreiber von Social-Media-Seiten beispielsweise auf Tik-Tok oder Instagram, welche ihre spezifischen Themengebiete innerhalb ihrer Gemeinschaft entwickelt haben und deswegen als “Opinion Leader” in jenen Bereichen angesehen werden (Ruisinger, 2020, S.128).

Was im Zuge der Thematik von Social-Media-Influencer*innen auch betont werden muss, ist der Marketing-Effekt, den sie mit sich bringen, oder besser gesagt, dass sie eine eigene Sparte, das sogenannte Influencer Marketing, bilden. Was früher als Modeerscheinung bezeichnet wurde, hat sich zu einer erfolgreichen Marketingstrategie gemausert, welche zahlreich von vielen verschiedenen Unternehmen eingesetzt wird (Ye et al., 2021). Die Ergebnisse der Studie von Ferreira et al. (2024) haben referenziell gezeigt, dass die Kommunikation von Influencer*innen über Marken eine effiziente Form ist, um Reaktionen von potenziellen Verbrauchern hervorzurufen und zu intensivieren. Der Stellenwert, den das Marketing hier einnimmt, hängt nach Ferreira et al. (2024) unter anderem von der Art und Intensität von parasozialen Interaktionen ab. Influencer*innen können als Mittel angesehen werden, um effektiv Markenbotschaften zu verbreiten, da sie von den Follower*innen oft nicht als Werbevermittler erkannt werden und zudem eine hoch involvierte Gemeinschaft

erreichen können (Ye et al., 2021). Sie können als Vermittlung zwischen Publikum und Marken angesehen werden und sollen parasoziale Interaktionen nutzen, um die Effektivität als Kommunikationsinstrument zu verbessern (Ferreira et al., 2024, S. 2).

Paul et al. (2024) argumentieren in ihrer Studie, dass für Social-Media-Influencer*innen durch ihre Beschaffenheiten die Möglichkeit besteht, einen großen Einfluss auf das Leben ihrer Follower*innen zu haben. Sie interagieren täglich aktiv mit ihren Anhänger*innen und zeigen ihren Alltag, um Aufmerksamkeit zu generieren und so eine Verbindung zu ihren Followern aufzubauen (Kim, 2022). Social Media Influencer*innen agieren mit ihren Follower*innen als authentische Personen durch informative oder auf Unterhaltung basierter Kommunikation und Interaktionen (Paul et al., 2024). Das offene Teilen ihres Lebens (Wang & Shang, 2024) und das tägliche Gespräch vermitteln ein Gefühl von Authentizität, Intimität und sozialer Präsenz, wodurch Influencer*innen zugänglicher als Prominente oder Stars aus anderen Medien erscheinen (Kim, 2022, S. 417). Durch das aufgebaute Vertrauen sieht die Community die Beziehung zu Social-Media-Influencer*innen als wichtig an und stellt diese manchmal sogar auf das Niveau von Familie und Freunden (Paul et al., 2024). Somit erlangen die eigentlich fremden Influencer*innen eine besondere Stellung bei den Follower*innen und können deren Verhalten und Einstellungen auf ihre Art und Weise beeinflussen (Kim, 2022). Die Ergebnisse der Studie von Kim (2022) ergaben zudem, dass alltägliche Updates neben beispielsweise Markenwerbung ein wichtiger Faktor für stärkere parasoziale Beziehungen auf sozialen Medien sind.

Social-Media-Influencer*innen können in jedem erdenklichen Interessens- und Themenbereich ihre Inhalte erstellen, um nur ein paar Beispiele zu nennen: Mode, Ernährung, Sport oder Gesundheit (Paul et al., 2024). Im Kontext dieser Forschung stehen Macro- und (Mega)Star-Influencer*innen auf Instagram im Lifestyle-Bereich im Vordergrund. Nach Kobilke (2019, S. 225) kann man Macro-Influencer*innen anhand von

mehreren hunderttausend Anhänger*innen definieren. Zu den Mega-Influencer*innen gehören auch „Star-Influencer*innen“, zu welchen neben Schauspieler*innen zudem Instagram-Stars wie Pamela Reif (@pamela_rf) oder Dagi Bee (@dagibee) zählen und eine riesige Community von einer oder mehreren Millionen Menschen haben. Jene Gruppe der Influencer*innen wird zwar durch geringeres Engagement, aber durch ein hohes Potenzial an Reichweite gekennzeichnet (Kobilke, 2019). Dieses Konzept kann auf jedes soziale Medium und deren Influencer*innen auf Plattformen wie Instagram übertragen werden.

Lifestyle-Influencer*innen verkörpern auf den sozialen Medien ihre eigene Person und teilen private Lebenserfahrungen, was im besten Szenario eine unverkennbare Marke aufbaut und hohe Ansprüche auf ein authentisches Bild stellt (Petersson McIntyre, 2021, S. 1061; Hall, 2022, S. 38). Lifestyle-Blogs sind durch Alltagsthemen sowie die persönlichen Interessen der Betreibenden gefüllte Webseiten mit digitalen Inhalten und Kategorien. Bei weiblichen Influencer*innen sind dies Mode, Schönheit, Beziehungen, Reisen und Wellness (Hall, 2022, S. 38) sowie die Themen Konsum, ihre persönlichen Meinungen und Erfahrungswerte (Petersson McIntyre, 2021, S. 1061). Viele Inhalte drehen sich vor allem im Lifestyle-Bereich um den Alltag der jeweiligen Person und jene Aspekte, die ihnen persönlich sowie für ihr privates Leben besonders am Herzen liegen. Durch die offene Kommunikation und das Engagement mit ihren Follower*innen gewinnen sie nicht nur das Vertrauen, sondern auch die Loyalität ihrer Anhänger*innen, was sie zu einflussreichen Persönlichkeiten macht (Paul et al., 2024). Einige erfolgreiche Lifestyle-Influencer sind: @carmushka (1,1 Millionen Follower), @annavonklinski (759 Tausend Follower), @anajohnson (1,4 Millionen Follower), @dagibee (6,7 Millionen Follower), @mrsbella (2,5 Millionen Follower) oder @pamela_rf (9,2 Millionen Follower). Wenn man sich beispielsweise das Profil von Ana Johnson ansieht, stößt man auf Lifestyle-Inhalte wie Hausbau, Fashion, Rezepte, Ernährung und detaillierte Lebenserfahrungen (Instagram

@anajohnson). Carmen Kroll teilt private Details mit ihrer Community wie Schwangerschaft und die Beziehung mit ihrem Ehemann (Instagram @carmushka).

3.3. Wohlbefinden, Lebensstil und soziale Medien

Der sogenannte „Lifestyle“ - ein gutes Leben zu führen, sich selbst zu verwirklichen und das generelle Streben nach Wohlbefinden sind grundlegende Bedürfnisse eines jeden Menschen. Durch die Digitalisierung spielen das Internet und soziale Medien eine unabdingbare Rolle bei vielen Aspekten im Leben. Es steht außer Frage, dass das Wohlbefinden heutzutage wie noch nie zuvor, in einer medialen Umgebung angesiedelt ist (Oliver & Reinecke, 2017, S. 1). Es überrascht im Zuge dessen nicht, dass die Frage, wie sich Medien und deren Nutzung auf das Wohlbefinden auswirken können, schon lange unter anderem von den Kommunikationswissenschaften untersucht wird (Oliver & Reinecke, 2017, S.1).

Subjektives Wohlbefinden wird als psychologisches Konstrukt eingeordnet und kann im Allgemeinen als die subjektiv wahrgenommene Bewertung der Lebensqualität einer einzelnen Person verstanden werden (Alfonso et al., 1996, S. 276). Soziales Wohlbefinden ist hingegen ein Teil des sehr breiten Konstruktes des subjektiven Wohlbefindens und ohne Zweifel etwas Psychisches, woraus in den verschiedenen Forschungsrichtungen ein Abgrenzungsproblem resultiert. Das „Soziale“ liegt von Grund auf in der Natur des Menschen, denn viele seiner Merkmale und Eigenheiten sind erst durch Interaktionen und den Austausch mit anderen Individuen entstanden (Baumeister & Leary, 1995). Das menschliche Wesen strebt nach Verbindungen zu anderen Personen, baut Beziehungen auf und ist bemüht, sich um diese zu sorgen. Es entsteht ein Gefühl von Wohlbefinden und Geborgenheit, wenn der Mensch in Gesellschaft anderer Individuen ist (Baumeister & Leary, 1995). Deshalb ist für dieses Forschungsvorhaben eine Definition des sozialen Wohlbefindens wichtig, da soziale Bedürfnisse eines Menschen, wie es die Literatur

widerspiegelt, zu positivem Befinden führen (Sudeck & Schmid, 2012, S. 59-60). Zu den verschiedenen Facetten des sozialen Wohlbefindens zählt das Zugehörigkeitsgefühl also zu einer kommunikativen Netzwerk-Gruppe zu gehören (Cobb, 1976) und sich gebraucht zu fühlen (Schwarzer & Leppin, 1991). Auch die Wahrnehmung von sozialer Akzeptanz, also das Gefühl, geschätzt zu werden und die affektive Zuwendung gemocht oder geliebt zu werden, zählen zu den Aspekten (Cobb, 1976). Zudem sind der generelle Aufbau von Beziehungen, die Eingliederung in soziale Gemeinschaften und die daraus resultierende soziale Unterstützung wichtige Faktoren für das soziale Wohlbefinden (Wagner & Brehm, 2008; Schwarzer & Leppin, 1991).

Im Zuge von sozialen Netzwerken stand oft die Annahme im Raum, das junge Nutzer*innen online immer mehr ihre traditionellen Kontakt- und Kommunikationsformen durch die neuen Technologien ersetzen, also dass die echten sozialen Interaktionen in den Hintergrund gedrängt werden (Lotun, 2021, S. 138). Dennoch wurde erforscht, dass soziale Medien die Traditionen nicht vollständig verdrängen. Die bestehenden sozialen Netzwerke und Praktiken werden zum Beispiel durch parasoziale Beziehungen erweitert (Lotun, 2021, S. 139). Durch das Erleben dieser Interaktionen und Beziehungen entsteht zudem die Möglichkeit für neuen Gesprächsstoff (Keppler, 1996, S. 13ff; Morton, 2020). Vergleiche und Identifikation sowie daraus resultierendes Verhalten liefern Themen für Unterhaltungen, denn zahlreiche Konversationen beinhalten täglich Medien und die Aspekte, die dadurch behandelt werden. Durch die Gespräche und Handlungsanleitungen sind parasoziale Interaktionen ein Bestandteil der realen Welt und sozialen Beziehungen (Keppler, 1996, S. 13ff). Dies wurde auch in der Studie von Morton (2020) beleuchtet. Es wurden 30 junge Erwachsene befragt, um die Gründe zu erfahren, warum sie den Kanälen der Influencer*innen auf Social Media folgen. Es zeigte sich, dass sie die gezeigten Inhalte als inspirierend und informativ ansehen und zudem wurden die Motivatoren genannt, dass man

den Influencer*innen folgt, um mit Freunden und Familienmitgliedern darüber zu kommunizieren.

3.4. Parasoziale Beziehungen und Wohlbefinden in den sozialen Medien

Wie in den vorherigen Kapiteln erwähnt, können Follower*innen leicht eine Beziehung zu Influencer*innen aufbauen. Die Verbundenheit, die die Community gegenüber ihren Lieblings-Influencer*innen fühlt, ist in dieser Forschung von Interesse. In der Studie von Jin et al. (2019) wurde die besondere Art der Verbindung von Social Media Influencer*innen und ihren Follower*innen dadurch erklärt, dass die soziale Präsenz der Influencer*innen Einfluss auf die Leichtigkeit nimmt, mit welcher Menschen Kommunikation wahrnehmen. Außerdem zeigten die Ergebnisse, dass die wahrgenommene Kontaktfreudigkeit eine wichtige Rolle spielt, warum Social-Media-Influencer*innen vor allem im Marketingkontext gegenüber Celebrities bevorzugt werden (Jin et al., 2019).

Kim und Kim (2020) haben sich in ihrer Forschung die Frage gestellt, welche Faktoren die parasozialen Beziehungen zu Lieblingsprominenten auf sozialen Netzwerken beeinflussen und welche Rolle diese bei der Lebensqualität der Fans spielen. Es wurde herausgefunden, dass ein positiver Zusammenhang sowohl zwischen Ähnlichkeit der Interessen sowie der Sprache zu den jeweiligen parasozialen Beziehungspartner*innen besteht. Parasoziale Beziehungen können sich in unterschiedlicher Art und Weise auswirken. Allgemein bestehen Wirkungen auf die Stimmung der Rezipienten, wie auch die Studie von Zafina & Sinha (2024) zeigt. In der Studie geht es um parasoziale Beziehungen zwischen Prominenten und ihren Fans auf den sozialen Medien. Es wurde verdeutlicht, dass die Entwicklung von parasozialen Beziehungen im Zusammenhang mit der Präsenz der prominenten Person auf sozialen Medien steht. Authentizität, private und persönliche Details spielen eine besonders wichtige Rolle (Zafina & Sinha, 2024, S. 544). Zudem werden nach Chung & Cho (2017)

parasoziale Beziehungen gefestigt, wenn die Follower*innen den Eindruck bekommen, dass persönliche Details mit ihnen geteilt werden. Yuan und Lou (2020) haben erforscht, dass positive Verlinkungen zwischen der Ähnlichkeit der Influencer*innen und Follower*innen und im Zuge von parasozialen Beziehungen bestehen und weiters sind Haobin Ye, Fong und Luo (2021) zu einem ähnlichen Ergebnis gekommen.

Vergangene Studien zeigten, dass Personen welche soziale Interaktionen wie Kommentare auf Twitter aufwiesen, stärkere parasoziale Beziehungen hatten als es bei Nutzer*innen, welche kein Engagement aufwiesen, der Fall war (Bond, 2016). Auch die Forschung von Pennington, Hall und Hutchinson (2016) ergab, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen parasozialen Beziehungen auf Twitter und wahrgenommener sozialer Anerkennung gab, sowie dem Engagement auf der Plattform. Die Wichtigkeit von Interaktionen auf der Seite der Social-Media-Influencer*innen zeigte sich in der Studie von Tolbert & Drogos (2019), wenn von Youtuber*innen auf private Nachrichten geantwortet wurde, berichteten die Zuseher*innen von stärkeren parasozialen Beziehungen.

In der bisherigen Forschung zu Medienfiguren konnte bereits festgestellt werden, dass sie eine Rolle beim Wachstum einer Person spielen können. In der Studie von Maltby & Day (2017, S. 106ff.) wurde beispielsweise hervorgehoben, dass die Erweiterung und Entwicklung des Selbst ein Hauptgrund für das Interesse an Medienpersonen darstellen.

Jain, Pandey und Roy (2017) erforschten die Beziehung zwischen öffentlicher Bekanntgabe einer Krankheit eines Prominenten und deren Wirkung auf die Menschen, sich daraufhin Hilfe zu suchen. Es stellte sich heraus, dass Medienfiguren, welche vorzeigen, dass sie herausfordernde Zeiten meistern und zuversichtlich in die Zukunft blicken, Einfluss auf ihre Follower*innen ausüben können, Informationen anzunehmen und Inspiration oder Anleitungen für ähnliche Situationen zu geben. In der Forschung von Sajan et al. (2024) wurde unter anderem untersucht, wie sich parasoziale Beziehungen zu Prominenten, die sie

bewundern, auf soziale Interaktionen und Verbindungen im realen Leben auswirken. Es hat sich gezeigt, dass die Teilnehmer*innen der Studie emotionale Bindungen zu den Prominenten aufgebaut haben und diese als Quelle für Inspiration nannten. Hervorgehoben wurde zudem, dass eine ausgebreitete Beobachtung von den Prominenten dazu führt, dass weniger Bedürfnis nach Interaktion vorhanden ist. Andere Teilnehmer*innen erlebten jedoch intensivere soziale Begegnungen innerhalb von Gemeinschaften von Fans der jeweiligen prominenten Person. (Sajan et al., 2024)

Die Studie von Sakib, Zolfagharian und Yazdanparast (2020) ergab, dass bei Vlogs zum Thema Gesundheit ein positiver Zusammenhang zwischen Homophilie der Vlogger*innen, ihren Zuseher*innen und parasozialen Beziehungen zu finden ist. In der Forschungsarbeit von Kim und Kim (2020) wurden amerikanische Fans untersucht, welche einem bevorzugten Star auf sozialen Medien folgten. Es kristallisierte sich heraus, dass es zu Lebensqualität und größerem Wohlbefinden führen kann, wenn Menschen Interessen oder Aktivitäten von medialen Personen auf sich übertragen und gleichzeitig mit diesen Stars eine parasoziale Beziehung besteht. Weiters wurde in der Studie von Paul et al. (2024) erforscht, dass sich das Selbstkonzept von Follower*innen erhöht, wenn ihr Vertrauen durch konsistente und reale Interaktionen gefördert wird. Das bedeutet dann wiederum das Follower*innen, welche den ausgewählten Social-Media-Influencer*innen vertrauen, positive Werte und Botschaften eher verinnerlichen und für ihr eigenes Leben annehmen.

In der Forschung von Ferreira et al. (2024) zeigte sich, dass die wahrgenommene Ähnlichkeit, Bewunderung, emotionale Faktoren wie Nähe und positive Gefühle parasoziale Interaktionen in einer effektiven Art und Weise beeinflussen. Schon Baumeister und Leary (1995) zeigen auf, dass das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und die Förderung von Wohlbefinden durch soziale Interaktionen positiv beeinflusst werden kann, wenn sie als

wohltuend empfunden werden und in einem Beziehungskontext eingebunden sind. Beides ist im Bezugsrahmen einer parasozialen Interaktion gegeben. Die bisherige Literatur, wie Hartmann (2017) schildert, zeigt, dass die Zufriedenheit der Nutzer mit parasozialer Interaktion in Verbindung steht. Er argumentiert zudem, dass Nutzer*innen von interaktiven Medienanwendungen Begegnungen auf den sozialen Medien intimer erleben als auf herkömmlichen Medienwegen, wie beispielsweise dem Fernsehen. Dieser Punkt könnte sich laut ihm positiv auf die soziale Unterstützung auswirken, da es durch die Interaktivität leichter fällt, auf sozialen Plattformen zu reagieren oder beispielsweise Kontakt aufzunehmen (Hartmann, 2017, S. 141). Die Forschung von Baek et al. (2013) legt nahe, dass das Wohlbefinden der Nutzenden durch die Bildung und Aufrechterhaltung von parasozialen Beziehungen positiv beeinflusst werden kann. Obwohl die Follower*innen die ausgewählten Social-Media-Influencer*innen nicht in persona kennen, kann es passieren, dass seitens der Follower*innen eine Verbindung entsteht und man sich der eigentlich fremden Person nahe fühlt. Diese Gefühle stärken parasoziale Interaktionen und dies wirkt sich wiederum positiv auf ihr Zugehörigkeitsgefühl aus (Ferreira et al., 2024, S. 6). Außerdem ergab auch die Studie von Hsu (2020), dass es einen positiven Zusammenhang zwischen parasozialen Beziehungen zu Vlogger*innen auf YouTube und Zugehörigkeitsgefühl sowie gleichen Einstellungen der Zuseher*innen gibt. Bei der Forschung von Blight, Ruppel und Schoenbauer (2017) ist zu erwähnen, dass parasoziale Beziehungen einen Einfluss auf das Gemeinschaftsgefühl ausüben können.

Aus der Perspektive der Follower*innen kann gesagt werden, dass sich diese eher mit Influencer*innen verbunden fühlen und dessen Lebensstil annehmen möchten, wenn sie es ihnen gleichtun wollen und sie als Vorbilder sehen. Verbundenheit wurde ebenfalls in der Forschung von Zafina & Sinha (2024) erwähnt. Es zeigt sich, dass Gemeinsamkeiten und persönliche Relevanz der prominenten Person die Verbindung stärken. (Zafina & Sinha,

2024, S. 544). Parasoziale Interaktionen auf sozialen Medien können Einsamkeit vermindern und das Gefühl von Unterstützung und als Person verstanden zu werden positiv beeinflussen. Zudem machen parasoziale Beziehungen es möglich, Bedürfnisse zu erfüllen, wie beispielsweise unterhalten zu werden oder die Suche nach sozialem Austausch. Infolgedessen besteht die Motivation, weiterhin an einer einseitigen Beziehung teilzuhaben. (Zafina & Sinha, 2024, S. 544).

Zudem können Lernerfahrungen, die von Influencer*innen erworben wurden, dazu führen, dass sich die Follower*innen in ihrem Selbstwert gestärkt fühlen (Kim, 2022). Die Studie von Kim (2022, S. 429) legt nahe, dass Fitness-Influencer*innen durch ihre Idol- und Vorbildrolle dazu beitragen können, dass ein fördernder Lebensstil von den Follower*innen in Erwägung gezogen wird. In der Forschung von Paul et al. (2024) stellte sich heraus, dass es günstige Folgen auf das Denken und Handeln der Follower*innen haben kann, wenn Social-Media-Influencer*innen ein großes Engagement ihnen gegenüber zeigen und sich dies ebenfalls in ihren Interaktionen widerspiegelt. Interaktivität wird im Kommunikationsdialog groß geschrieben. Das Interagieren mit Influencer*innen macht es den Anhänger*innen möglich, sich mit anderen oder neuen Denkansätzen auseinanderzusetzen und zu hinterfragen, was dies für ihr eigenes Leben zu bedeuten hat und was ihnen wichtig ist oder nicht (Paul et al., 2024, S. 14).

Starke parasoziale Beziehungen zu Medienpersonen können Auswirkungen auf das Verhalten der Zuseher*innen haben und zu Änderungen dessen führen. Sie können diesbezüglich die Verhaltensweisen, die sie bei den Medienpersonen wahrnehmen, zukünftig auf ihr eigenes Leben übertragen und diese übernehmen (Tian & Yoo, 2015). Die Studie von Chauvin et al. (2024) brachte als Ergebnis hervor, dass parasoziale Beziehungen zu Lifestyle-Youtuber*innen sozusagen als imaginäre Interaktion manifestiert werden, anstelle von der richtigen Rezeption. Zudem hatten die Zuseher*innen nicht nur Beziehungen

aufgebaut, sondern die Inhalte der Videos wurden als Vorbild verwendet, um Themen in ihrem Leben zu verändern oder Aspekte anders zu sehen (Chauvin et al., 2024, S. 47). Interaktivität und Informativität stellen wichtige Faktoren da, wenn es um Beeinflussung des Selbstkonzeptes der Follower*innen geht. Vertrauen zählt als Aspekt, welcher die Follower*innen dazu bringt, positive Gedanken über ihren sozialen Zustand zu entwickeln (Paul et al., 2024, S. 14). Außerdem kann gezeigtes Interesse an den Follower*innen auf Seite der Influencer*innen dem Wohlbefinden zugutekommen. Dies führt dann wiederum dazu, dass Empfehlungen eher angenommen und akzeptiert werden (Paul et al., 2024, S. 14).

4. Theoretischer Rahmen

4.1. Parasoziale Beziehungstheorie

Wie in den vorherigen Kapiteln erwähnt, bildet die theoretische Grundlage des Forschungsvorhabens die parasoziale Beziehungstheorie. Doch was verstehen wir unter parasozialen Beziehungen und was ist an ihnen besonders? Warum und wie werden sie gebildet? Diesen Überlegungen und Fragen sind in der Vergangenheit schon viele Forscher*innen nachgegangen. Auch für diese Forschungsarbeit wird auf das Konzept eingegangen und in Beziehung zu Social-Media-Influencer*innen gesetzt.

Im Zuge von Medien gab es immer schon Zuseher*innen oder generell ein Publikum, welches sich den verschiedenen Medienarten und Formen zuwendet. Die nutzenden Personen stehen häufig in einer Beziehung zu Personen, die in den Medien zu sehen sind. Es scheint so, als wären diese Personen ein Teil des eigenen sozialen Umfelds (Tukachinsky, Walter & Saucier, 2020). Wir können diese Erfahrungen in parasoziale Interaktionen und die parasozialen Beziehungen einteilen (Tukachinsky, Walter & Saucier, 2020, S. 869). Allgemein fallen diese beiden unter dem generellen Oberbegriff “parasoziale Phänomene”,

welche sozialen Beziehungen ähneln können, sich jedoch durch die parasoziale Natur differenzieren und somit davon abheben (Hartmann, 2017).

Eingeführt von Horton und Wohl (1956), bildet sich mit der parasozialen Beziehungstheorie in den Kommunikationswissenschaften ein prominentes Phänomen heraus (Schramm et al., 2002). Schon nach Baeßler deuteten die Forschungsergebnisse 2009 darauf hin, dass parasoziale Interaktionen und Beziehungen weit verbreitet in der Medienkommunikation sind. Das Phänomen bildet seit vielen Jahren ein umfangreich untersuchtes Forschungsthema in der Rezeptions- sowie der Wirkungsforschung. Besonders soziale Medien tragen dazu bei, dass das Thema weiter von Interesse bleibt und sich zusätzliche Forschungsmöglichkeiten entwickeln (Schramm et al., 2022).

Das ursprüngliche Konzept von Horton und Wohl (1956) hat in den Disziplinen der Kommunikationswissenschaft und Medienpsychologie dazu geführt, dass eine Vielzahl von Fragen erforscht sowie Studien dazu durchgeführt wurden. Demnach wird unter der parasozialen Beziehung eine imaginäre Verbindung zwischen Person A und Person B verstanden, welche jedoch nur Person A empfindet. Einzig eine von beiden beteiligten Personen hat Informationen über den anderen. Die andere Partei, also Person B, kennt diese Auskünfte jedoch nicht (Horton & Wohl, 1956). Parasoziale Beziehungen beschreiben situationsübergreifende Beziehungen zwischen einem Publikum und diversen Medienfiguren (Liebers & Schramm, 2019). Fan-Beziehungen zu Stars aus Radio, Fernsehen oder dem Kino, Moderator*innen, aber ebenso Mediencharaktere, welche man nicht mag, können als parasoziale Beziehungspartner aufgezählt werden (Hartmann, 2017, S. 17).

Von ihren Überlegungen sind Horton und Wohl (1956) anfangs ausgegangen, da sie beobachtet haben, dass Moderator*innen zum Beispiel im Fernsehen ihr Verhalten an die Rezipienten anpassen. Sie simulierten eine Interaktion von Angesicht-zu-Angesicht und

passten ihre Ansprache an die Zuschauer*innen an, was wiederum auf Wissen basierte, welches von der Forschung über die Rezipienten stammte. Diese direkte und persönliche Mimik, Gestik sowie Kommunikation kann zu ähnlichen Reaktionen wie bei realen Interaktionen führen, vor allem bei der direkten Adressierung der Medienperson (Baeßler, 2009, S. 20). Parasoziale Interaktionen können laut Vorderer et al. (2004) nicht nur als Startschuss für den Medienkonsum gesehen werden, sondern fördern diesen nachhaltig. In ihrer Forschung stellten sie fest, dass parasoziale Interaktionen und Beziehungen die Unterhaltung und die Freude an den Medien fördern können und im Zuge dessen die Auseinandersetzung mit dem vorkommenden und kommunizierten Inhalt. Die Nutzer*innen wollen mit den Medienpersonen weiterhin in Kontakt stehen und fühlen sich so, als würden sie mit ihnen interagieren (Vorderer et al., 2004, S. 396).

Das Konzept der parasozialen Beziehung hat sich im Wandel der Zeit weiterentwickelt und geht inzwischen weit über die Anfangsdefinition von Horton und Wohl (1956) hinaus. (Sajan et al., 2024, S. 13). Forschungen wurden erweitert, sodass nicht nur reale, sondern ebenso fiktionale oder virtuell erstellte Figuren (Stein et al., 2022) in Studien behandelt wurden. Dies spiegelt die Vielfalt wider, inwiefern parasoziale Beziehungen zu Figuren und Personen aus den Medien gebildet werden können (Sajan et al., 2024, S. 13). Der Term der parasozialen Beziehung wurde in der Zeit des traditionellen Fernsehens und Radios entwickelt und schloss die gegenseitigen Interaktionen zwischen Medienpersonen und Nutzer*innen, die heute durch soziale Medien möglich sind, nicht mit ein (Lou & Zhou, 2024, S. 3).

In diesem digitalen Zeitalter bieten sich somit die sozialen Medien als idealer Ort für die Entstehung und Entwicklung von parasozialen Interaktionen und parasozialen Beziehungen an (Boerman & van Reijmersdal, 2020, S. 5). Im Gegensatz zu sozialen Beziehungen gehen die Menschen hier mit realen oder fiktionalen Medienpersonen, Stars und Prominenten oder

Influencer*innen einseitige Verbindungen ein (Wang & Shang, 2024). Im Zuge dieser Forschungsarbeit werden die Follower*innen als Publikum und die Influencer*innen als die Medienfiguren verstanden (Hwang, & Zhang, 2018). Die Beziehung geht anders als bei der parasozialen Interaktion über einzelne Rezeptionen hinaus und kann sich, wie bei sozialen Verbindungen im realen Leben, zu einer langfristigen Beziehung entwickeln (Schramm et al., 2002; Schramm, 2008). Das heißt beispielsweise die Verbindung wird als beständig empfunden, auch wenn man nicht gerade die Instagram-Story von seiner/m Lieblings-Influencer*in schaut und direkt damit konfrontiert ist. Die Theorie kann somit nützlich sein, um die Beziehungen zwischen Influencer*innen also denjenigen, die Inhalte erstellen und ihren Follower*innen, denjenigen, die diese Inhalte konsumieren, erklären (Ferreira et al., 2024). Parasoziale Beziehungen entstehen jedoch nicht von heute auf morgen, es benötigt Zeit, damit diese Verbindungen aufgebaut und gefestigt werden können. Die Follower*innen müssen eine gewisse Zeit lang mit den Influencer*innen interagieren, sich ein Bild von den Personen machen und Gefühle von Nähe zulassen sowie erfahren (Boerman & van Reijmersdal, 2020, S. 5).

Ein wichtiger Schritt in der Forschung zu parasozialen Phänomenen war die theoretische Konzeptualisierung und Unterscheidung zwischen parasozialer Interaktion und Beziehung, da es hier in der Vergangenheit oft zu Verwirrungen kam. Frühere Forschungen haben oft nicht strikt zwischen beiden Phänomenen unterschieden. Das eine wurde auf das andere automatisch übertragen beziehungsweise beide wurden gleichgestellt (Tukachinsky, Walter, & Saucier, 2020, S. 870), obwohl sie eigentlich nicht genau dasselbe bedeuten. Es ist wichtig zu beachten, dass parasoziale Interaktionen nicht immer zwanghaft zu parasozialen Beziehungen führen müssen. Auf der anderen Seite können parasoziale Beziehungen außerdem ohne eine zuvor stattgefundene Interaktion entstehen (Dibble et al., 2016).

Das Konzept der parasozialen Interaktion kann unter dem interpersonalen Geschehen zwischen Medienpersonen und einem Publikum verstanden werden. Es beschreibt die Rezipient*innen grundlegend als aktiv, bezogen auf die Medienperson und handelnd aufgrund seiner Bedürfnisse (Baeßler, 2009). Man kann dieses Konzept als symbolisch-interaktionistischen Ansatz für Medienkommunikation betrachten. Bei der Rezeption von Medien wird durch die spezielle Form der Interaktion Bedeutung mit anderen entwickelt und verändert (Baeßler, 2009, S.18). Die Untersuchung von parasozialen Interaktionen befasst sich damit, wie Nutzer*innen Personen und Figuren aus verschiedenen medialen Umgebungen wahrnehmen und wie sie mit diesen interagieren (Hartmann, 2017, S. 10). Das Schema reflektiert den interpretativen Charakter der Kommunikation und berücksichtigt die sozialen, emotionalen und kognitiven Aktivitäten der Mediennutzer*innen während, aber auch nach der Rezeption. Dies kann wiederum zu parasozialen Beziehungen führen (Baeßler, 2009, S.19).

Schon Horton und Wohl (1956) gingen bei der parasozialen Interaktion davon aus, dass diese Ähnlichkeit zu einem Austausch von Angesicht zu Angesicht hat, mit einem Unterschied und zwar, dass keine Gegenseitigkeit vorhanden ist. Parasoziale Interaktion kann man als imaginäre Zusammenarbeit zum beiderseitigen Vorteil verstehen (Tukachinsky, Walter, & Saucier, 2020, S. 869). Hartmann (2017) beschreibt aus seiner Sicht, dass der Mensch das Bedürfnis nach sozialer Nähe hat und dass soziale Medien durch die auf der Plattform vorkommenden parasozialen Interaktionen befriedigt werden können.

Die Weiterentwicklung dieses Konzeptes führt zu einer parasozialen Beziehung, welche eine situationsübergreifende Verbindung zwischen einem Publikum und Medienpersonen beschreibt und als nachhaltiges Gefühl der Verbundenheit mit Medienpersonen verstanden werden kann (Tukachinsky, Walter & Saucier, 2020, S. 869). Dies bedeutet, dass eine

emotionale Bindung zu einer Medienfigur oder -person entsteht, auch wenn keine Kommunikation im direkten persönlichen Sinne stattfindet (Sajan et al., 2024, S. 14). Tukachinsky, Walter & Saucier (2020, S. 885f) nennen als Antreiber unterschiedliche Punkte, erstens die Befriedigung von sozialen Bedürfnissen. Zweitens sind parasoziale Beziehungen von höherer Intensität in jenen sozialen Gruppen, welche generell stärkere Bindungen ausbilden. Hier werden Frauen erwähnt, denn sie haben meist tiefere freundschaftliche Beziehungen und dementsprechend sind deren parasoziale Verbindungen oft intensiver. Zudem steht das Ausmaß der parasozialen Beziehung ebenfalls in Verbindung mit Faktoren, welche Bindungen erleichtern, wie zum Beispiel wahrgenommene Wertschätzung (Tukachinsky, Walter & Saucier, 2020, S. 869).

Nach Hartmann (2017) lernen die Nutzenden durch parasoziale Interaktionen etwas Neues, erstens über sich selbst, aber natürlich ebenso über den anderen Interaktionspartner, also z.B. den/die Influencer*in. Bezogen auf Influencer*innen können parasoziale Interaktionen und Beziehungen in den sozialen Medien also durchaus wichtig dafür angesehen werden, inwiefern Beiträge, angesprochene Ideen und Themen auf Anhänger wirken können (Stein et. al, 2022). Zudem besteht ein Unterschied zwischen den Personen, welche sich in parasozialen Beziehungen engagieren und sich dort entfalten, und jenen, die bestimmte soziale Fähigkeiten in persönlichen Interaktionen im realen Leben zeigen (Branch et al., 2013).

Da parasoziale Beziehungen vor allem von Einseitigkeit geprägt sind, kann darauf hingewiesen werden, dass die Interaktionen nur auf einer Seite stattfinden und keine gegenseitigen Abhängigkeiten bestehen (Branch et al., 2013). Im Gegensatz zu realen Beziehungen ist die parasoziale nicht exklusiv, sie werden oft mit Freunden, Mitgliedern der Familie oder des generellen sozialen Umfeldes geteilt (Branch et. al., 2013). Ebenfalls

Hoffner und Bond (2022, S. 1) postulieren, dass das Folgen von Kanälen von Medienpersonen parasoziale Interaktionen und Beziehungen verstärken, da in Bezug auf Social-Media-Influencer*innen sich die Funktionen gegenüber realen Freunden nicht unterscheiden. Sie zählen parasoziale Beziehungen zu einem bedeutenden Bestandteil des sozialen Umfelds mancher Menschen (Hoffner & Bond, 2022, S. 4). Ebenso Tukachinsky (2011) berichtet in seiner Studie von parasozialer Freundschaft und verdeutlicht, dass Zuseher*innen starke Verbindungen zu Medienpersonen aufbauen, indem sie Gefühle von Empathie und emotionaler Nähe erleben, ähnlich zu realen Freundschaften. Parasoziale Beziehungen können zudem zeigen, wie Menschen emotionale und soziale Erfüllung aus interaktiven Begegnungen mit Medienpersonen erfahren (Tukachinsky, 2011). Parasoziale Interaktionen können folgend Nutzer*innen verstärkt glauben lassen, dass sie eine echte Freundschaft zu Influencer*innen haben (Catalina García & Suárez A´lvarez, 2022, S. 8). Schon Horton und Wohl (1956) erwähnen in diesem Kontext die sogenannten parasozialen Freundschaften. Diese erscheinen vertrauensserweckend und reliabel, da die Medienperson immer “verlässlich” in ihrer Mediumgebung wiederkehrt. Da die Medienpersonen von ihrem Publikum abhängig sind, verhalten sie sich nicht ablehnend gegenüber den Rezipienten. Im Zusammenhang mit sozialen Medien trifft dies ebenso zu, da Social-Media-Influencer*innen damit ihr Geld verdienen und es ihre Berufung ist. Durch Funktionen wie Instagram-Stories sind die Influencer*innen jeden Tag auf ihren Kanälen präsent und teilen verlässlich Content sowie ihren Alltag. Wenn dies jeden Tag passiert, kann die These aufgestellt werden, dass gewisse Erwartungen vorhanden sind, weil es schon zur Gewohnheit wurde, den/die Influencer*in jeden Tag zu sehen und zu erfahren, was die Person macht und wie es ihr geht.

Im Rahmen der Studie von Abidin (2013) wurde erforscht, welche Anforderungen Leser*innen an Lifestyle-Blogger*innen im Zusammenhang mit wahrgenommener

Verbundenheit stellen. Die Nutzer*innen der Blogs gaben an, dass sie gewisse Erwartungen bezüglich der Aspekte Verlässlichkeit, Exklusivität, Unmittelbarkeit, Nähe und hoher Qualität haben (Abidin, 2013, S. 11). Am deutlichsten zu sehen waren die Hoffnungen bezogen auf regelmäßige Beiträge und Interaktionen (Abidin, 2013, S. 7).

Eine spätere Forschung von Abidin (2015) zeigt als Erweiterung zu parasozialen Beziehungen das neuere Schema der „wahrgenommenen Interkonnektivität“ (2015, S. 9ff.), welches im Zusammenhang mit Verbindungen zwischen Social-Media-Influencer*innen und den Follower*innen steht. Diese Beziehungen auf den sozialen Medien bringen neue Dynamiken mit sich, welche sich von den klassischen Massenmedien und deren festen Abläufen abheben (Abidin, 2015, S. 10). Influencer*innen haben die Möglichkeiten, im Gegensatz zu Personen aus dem Fernsehen oder Radio auf Gespräche einzugehen oder direkt zu antworten (Abidin, 2015). Lou (2022) hat diesen Ansatz weitergeführt und in der diesbezüglichen Studie eine weitere fortgeschrittene Form der parasozialen Beziehung vorgeschlagen, und zwar das trans-parasoziale Beziehungskonzept. Dies darf im Zuge dieser Forschung nicht außer Acht gelassen werden. Das Konzept bezieht neue digitale Technologien und ebenfalls Influencer*innen mit ein und verdeutlicht, dass diese Beziehungen wechselseitig, interaktiv und gemeinschaftlich sein können. Denn das Potenzial besteht, dass Social-Media-Influencer*innen gezielt auf Wünsche oder Anfragen reagieren, mit ihren Follower*innen direkt kommunizieren und auch Ideen und Beiträge der Follower*innen unmittelbar einbeziehen können (Lou, 2022).

Wie in den vorherigen Kapiteln aufgezeigt, können nicht nur Einstellungen und Verhalten, sondern ebenso der Lebensstil durch parasoziale Phänomene beeinflusst werden. Bezüglich dieser Forschung kann die Annahme aufgestellt werden, dass durch bestehende parasoziale Beziehungen zusätzlich auf das soziale Wohlbefinden eingewirkt werden kann.

4.2. Theorie des sozialen Vergleichs

Die Forschungsarbeit bezieht sich zudem auf die Theorie des sozialen Vergleichs (Social Comparison Theory), welche aus der Sozialpsychologie stammt (Festinger, 1954) und allgemein als ein Merkmal des menschlichen Soziallebens gilt (Buunk & Gibbons, 2007). Die Theorie hat als psychologischer Mechanismus einen großen Einfluss auf das Erleben und Urteilen des Menschen. Außerdem besteht eine Wirkung auf seine Verhaltensweisen und so kann verdeutlicht werden, dass Vergleiche in jeglicher Hinsicht nahezu allgegenwärtig sind (Mussweiler, 2006, S. 103).

Soziale Vergleiche finden, wenn man die psychologische Forschung mit einbezieht, so gut wie ständig zwischen der eigenen Person und anderen Individuen statt und beeinflussen Urteile, Erfahrungen und das Verhalten von Menschen immens (Crusius et al., 2022, S. 1).

Nach Festinger (1954) besagt die Theorie, dass Individuen mit dem Motiv leben, ihr Selbstbild stabil aufrechtzuerhalten und die eigenen Meinungen zu bewerten. Er argumentierte zudem, dass, wenn Menschen keine objektiven Indizien oder Informationen vorliegen, um eine Eigenschaft zu bewerten, sie sich an andere Individuen wenden, um gewisse soziale Hinweise zu erhalten. Das heißt, jeder Einzelne bewertet seinen Wert und sein Selbstwertgefühl im Zuge eines Abgleichs mit anderen aus seiner Bezugsgruppe. Damit dies passieren kann, werden beispielsweise soziale Vergleiche mit anderen Menschen aus dem Umfeld gemacht. Dadurch soll exemplarisch Selbsterkenntnis erlangt werden (Gleich, 2014, S. 247). Das heißt, dass sich Personen gerne andere Individuen zum Vergleich nehmen, die dem Selbst ähnlich sind oder zumindest so erscheinen (Stein et. al., 2023, S. 98). Beispielsweise kann man hier erläutern, dass junge Erwachsene eher darauf achten, welchen Hobbys Freund*innen gerade nachgehen, anstatt sich etwa an den Freizeitaktivitäten ihrer Nachbar*innen oder Großeltern zu orientieren.

Möglichkeiten für soziale Vergleiche finden Menschen allgegenwärtig und werden durch tägliche soziale Interaktionen mit anderen Menschen und die Rezeption der Medien möglich gemacht. Diese Praktiken sind voller Informationen über andere Personen und deren Handlungen, Meinungen und Lebensstile (Lyubomirsky & Ross, 1997, S. 1141). Ausgehend davon, dass der soziale Vergleich in sozialen Beziehungen mit inbegriffen ist, kann im Schluss dieser Forschung angenommen werden, dass soziale Vergleiche ebenfalls innerhalb von parasozialen Verbindungen eine Rolle spielen (Gleich, 2014, S. 250).

Soziale Vergleiche dienen den Menschen dazu, Informationen über ihre eigene Person zu erhalten, Einstellungen, die sie haben, zu bestätigen und gewisse Unsicherheiten zu vermindern (Buunk, Gibbons & Visser, 2002). Das heißt, die Art und Weise, wie wir uns als Mensch selber sehen und uns in bestimmten Situationen fühlen, hängt stark von diesen Vergleichen ab. Um selbst zu erfahren, ob man etwas gut kann oder nicht, werden die eigenen Stärken und Schwächen mit jenen anderer verglichen (Crusius et al., 2022). Beispielsweise kann ein Vergleich mit einer besonders extrovertierten Person dazu führen, wie sozial kompetent sich ein Mensch selbst sieht, wie zufrieden er mit den eigenen sozialen Fähigkeiten ist und was eventuell dazu führen könnte, sich in dieser Situation zu verbessern (Mussweiler, 2006; Crusius et al., 2022).

Es gibt unterschiedliche Arten von sozialen Vergleichen, einerseits den Aufwärtsvergleich und andererseits den Abwärtsvergleich. Ersterer beschreibt, dass sich der Mensch mit besser situierten Personen vergleicht. Beispielsweise können somit Indizien zur Verbesserung und Wahrnehmung des Selbst gefunden werden (Mussweiler, 2006, S. 104). Bei Zweiteren passiert genau das Gegenteil, hier geht der Vergleich mit schlechter Gestellten vonstatten (Buunk & Gibbons, 2007). Es können eigene Schwächen als "besser" angesehen werden, wenn die Vergleichsperson hingegen noch größere Schwächen aufzeigt (Mussweiler, 2006).

Diese Art von Vergleich macht es möglich, wichtige Informationen für die Verbesserung des Selbst zu bekommen und diese gezielt einsetzen zu können, um seine Leistung zu steigern (Mussweiler, 2006). Im Zusammenhang mit Abwärtsvergleichen (Wills, 1981) kann man also die Erlangung eines positiven Selbstbildes erwähnen (Mussweiler, 2006, S. 104), jedoch auch unsere Motivation zu einer Veränderung verringern. Auf der anderen Seite können Aufwärtsvergleiche negative Auswirkungen auf den Wert des Selbstbildes haben, aber ebenso Motivation positiv stärken und als Inspirationsquelle angesehen werden (Gerber et al., 2018; Stein et al., 2023, S. 98).

Obwohl die oben genannten Gründe so wirken, als wäre jeder soziale Vergleich ein strategischer Prozess, können diese oft spontan passieren (Mussweiler, 2006, S. 104). Insgesamt kann man zwei wichtige Gründe für das breite Vorkommen sozialer Vergleiche abgrenzen. Einerseits die Motivation, um Informationen, welche für die eigene Person von Relevanz sind, zu verarbeiten und andererseits logische Bedingungen, um soziale Informationen zu verarbeiten. Dies bezieht sich beispielsweise auf Referenznormen und Standards, welche bei der Verarbeitung von sozialen Hinweisen beachtet werden (Mussweiler, 2006, S. 105).

Im Zuge des Vergleichs können Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu anderen festgestellt und in verschiedenen Facetten ausgewertet werden. (Gerber et al., 2018) Es können diverse Gegenstände oder Objekte im Vergleich stehen, der soziale Vergleich bezieht sich aber einzig und allein auf Vergleiche mit anderen Menschen (Festinger, 1954). Alles Erdenkliche kann durch das Maß einer anderen Person gemessen werden, beispielsweise Fähigkeiten, Einstellungen und Meinungen. Hier sollte erwähnt werden, dass Meinungen leichter geändert werden können als Fähigkeiten, da hier natürliche Grenzziehungen bestehen. Meinungen existieren als Klasse nebeneinander und sind nicht von Grund auf besser als

jeweils andere (Festinger, 1954).

Menschen ziehen für den sozialen Vergleich oft Personen heran, die ihnen ähnlich sind. Bedeutet im Schluss, dass sich in einer Masse von Menschen eine Person eher für das Individuum entscheidet, welches einem möglichst ähnlich vorkommt, damit die Selbstbewertung folgend leichter fällt (Festinger, 1954).

Es liegt in der Natur, dass sich der Mensch in diversen Bereichen und Möglichkeiten mit anderen bewusst oder unbewusst vergleicht, denn wo zwischenmenschliche Interaktion gefunden werden kann, darf der soziale Vergleich nicht außer Acht gelassen werden (Mahire & Tufan, 2022, S. 4). Soziale Medien und Netzwerke haben sich im letzten Jahrzehnt immens verbreitet und im Zuge dessen finden soziale Vergleiche in einem Ausmaß statt, das vorher gar nicht in diesem Tempo möglich gewesen wäre (Verduyn et al., 2020, S. 32). Ein Merkmal, welches man sozialen Medien zuschreiben kann, ist, dass sie, wenn man möchte, 24 Stunden sieben Tage die Woche, also dauerhaft und zu jeder Uhrzeit Interaktionen ermöglichen (Mahire & Tufan, 2022, S. 4). Neben den traditionellen Medien können also die sozialen Medien in den Fokus gestellt und als besonders relevant angesehen werden, da das Prozedere des Vergleichs hier besonders unterstützt wird (Tiggemann et al., 2018, S. 91; Pedalino & Camerini, 2022, S. 2).

Die Studie von Mahire & Tufan (2022) ergab, dass auf Instagram die Anzahl von sozialen Vergleichen höher ist als auf textbasierten Seiten. Es wurde zudem festgestellt, dass Aufwärtsvergleiche häufiger auf sozialen Netzwerkseiten stattfinden als Abwärtsvergleiche. Plattformen wie Instagram bieten ein breites Angebot, um Informationen zu teilen, aber auch Informationen aufzunehmen, welche wiederum für soziale Vergleiche ausgeschöpft werden können, wie z.B. Bilder, Videos, Alltagsberichte (Stein et al., 2023). Instagram bietet die Möglichkeit, sich nicht nur neben Leuten im selben Alter zu präsentieren, Stars und Medienpersonen sind ebenso vielzählig auf den Services wie Instagram unterwegs (Pedalino

& Camerini, 2022, S. 2). Diese Logik macht es möglich, mit Personen in Kontakt zu kommen, die normalerweise nicht persönlich bekannt sind oder allein durch die Medien. Zu diesen Personen zählen des Weiteren die sogenannten Influencer*innen (Pedalino & Camerini, 2022, S. 3).

Die Auswirkungen des sozialen Vergleichs auf die Selbsteinschätzung, Emotionen und das Verhalten von Personen wurden in verschiedenen Bereichen untersucht, darunter ebenso die Nutzung sozialer Medien (Vogel et al., 2014). In der Studie von Meier et al. (2020) hat sich das Ergebnis gezeigt, dass Inspiration durch den Vergleich mit anderen Leuten auf sozialen Netzwerken entstehen kann, was wiederum das Wohlbefinden steigern kann. Soziale Vergleiche können zudem in böartigen oder gutartigen Neid eingeteilt werden. Diese Tatsache legt nahe, dass dieses soziale Vergleichen auf das Selbstkonzept und das Wohlbefinden der Menschen Einfluss nehmen kann (Paul et al., 2024). In der Studie von Paul et al. (2024) wurde hervorgehoben, dass Influencer*innen, welche persönliche und soziale Themen aufgreifen, Vertrauenswürdigkeit steigern und dass sich dies wiederum positiv auf das Selbstkonzept der Follower*innen auswirkt. Auf Social Media kann die Art der Kommunikation der Influencer*innen auf den Charakter des Neids Einfluss nehmen, sie haben somit die Möglichkeit, ihre Follower*innen auf positive Weise zu ermutigen und Inspirationen vorzuleben (Lim & Kim, 2018). Nach Chauvin et al. (2024, S. 44) sucht sich das Publikum Personen, welche sie ähnlich einstufen, um im Zuge dessen der Medienperson nachzueifern. Ergebnisse zeigten, dass in Folge von Aufwärtsvergleichen folgende Emotionen getriggert werden: Ehrgeiz, Mut, Inspiration, Glück, Begehren und Bewunderung. Negative Emotionen wie Neid oder Missgunst wurden hingegen seltener angegeben. Bei den Abwärtsvergleichen zeigte sich, dass Sympathie die Emotion war, welche sowohl auf Twitter als auch auf Instagram ausgelöst wird, dahinter folgen Schadenfreude und Mitleid (Mahire & Tufan, 2022S. 12).

5. Forschungsfragen

Ziel dieser Forschung ist ein vertieftes Verständnis dafür zu entwickeln, was dazu führt, dass parasoziale Beziehungen zu Influencer*innen auf Instagram beibehalten werden und inwiefern auf der Seite der Follower*innen ein Einfluss auf das soziale Wohlbefinden besteht (Kim & Kim 2020; Paul et al., 2024; Ferreira et al., 2024). Basierend auf dieser Ausgangslage, der Literatur sowie dem Forschungsstand, wurde die folgende Forschungsfrage sowie die dazugehörigen Unterfragen formuliert:

FF: Welche Motive führen und bekräftigen parasoziale Beziehungen zwischen Follower*innen von Lifestyle-Influencer*innen auf Instagram und inwiefern spielen diese Verbindungen eine Rolle für das soziale Wohlbefinden der Follower*innen?

Dabei stellen junge Menschen im Alter zwischen 21 und 30 Jahren die zu untersuchende Grundgesamtheit dar. Die Frage, wie parasoziale Beziehungen durch die Follower*innen gesehen, bekräftigt und gefestigt werden und inwiefern diese Beziehungen das soziale Wohlbefinden beeinflussen, steht im Mittelpunkt. Die eventuellen Erwartungen der Follower*innen sollen in den Vordergrund gerückt werden und in der Forschung Beachtung finden. Die Frage nach den Motiven soll in die Tiefe theoretisch erweitert werden, mittels Literatur sowie in den qualitativen Interviews durch die Erfahrungen von treuen Follower*innen von ihren Lieblings-Influencer*innen.

Folgende Unterfragen sollen die Forschung und die Beantwortung der Forschungsfrage begleitend unterstützen:

Welche Erwartungen haben Follower*innen an die Influencer*innen?

Hier soll beleuchtet werden, inwiefern die Follower*innen gewisse Handlungen, Verhaltensweisen oder Kommunikation erwarten oder sich erhoffen.

Inwiefern beeinflussen soziale Vergleiche die parasozialen Beziehungen?

Im Zuge der parasozialen Beziehung ist es ganz normal, dass soziale Vergleiche entstehen, genauso wie bei anderen Beziehungen (Tiggemann et al., 2018; Pedalino & Camerini, 2022). Die Frage nach dem Einfluss dieser auf die Beziehung zur/m Influencer*in und wie dieser Vergleich von den Follower*innen eingeschätzt wird, steht hier im Lichte.

Welche Rolle spielt die Art der Kommunikation der Influencer*innen und das Engagement der Follower*innen innerhalb der Beziehung?

Hier stellt sich die Frage, wie genau die Follower*innen die Art und Weise, wie die Influencer*innen mit ihnen in Kommunikation treten, wahrnehmen, einordnen und diese bewerten. Auch im Zuge der Beziehung soll hervorgehoben werden, was die Kommunikation ausmacht und ob Erwartungen bestehen.

Welche Wirkungen werden auf das soziale Wohlbefinden der Follower*innen wahrgenommen?

Das soziale Wohlbefinden ist für menschliche Wesen ein unabdingbarer Bestandteil des Lebens (Baumeister & Leary, 1995). Hinsichtlich dieser Forschung soll ergründet werden, inwiefern durch das Abonnieren des Kanals und die Beziehung zu den Influencer*innen ein Einfluss auf das soziale Wohlbefinden stattfindet und ob die Community sich durch die Beschäftigung mit den Social Media Influencer*innen wohlfühlt bzw. positive Gefühle auslösen können. Zudem soll das generelle "soziale" Empfinden in den Vordergrund gestellt werden (Hsu, 2020; Zafina & Sinha, 2024; Ferreira, 2024).

6. Sample, Methode & Erhebungsinstrumente

Die angestrebte Erforschung von Beziehungen zwischen Follower*innen von Social-Media-Influencer*innen in Österreich auf Instagram soll eine tiefgründige Analyse dieser parasozialen Verbindungen, die dahinter liegen, liefern. Sie soll als Grundlage für zukünftige Forschungen und Fragestellungen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften angesehen werden. Im Vordergrund dieses Forschungsvorhabens stehen die Motive der Follower*innen sowie die dahinterliegenden Wünsche. Es sollen individuelle Erlebnisse und Geschichten ans Tageslicht kommen. Der methodische Zugang dieser Forschungsarbeit steht im Kontext qualitativer Forschung und beginnt mit qualitativen Leitfadeninterviews mit narrativ-offenen Elementen (Loosen, 2016; Helfferich, 2014). Befragt werden acht junge Frauen zwischen 21-30, es sollen die Meinungen und Hintergründe einfangen werden. Im Zuge der Auswertung werden dann die Ergebnisse mit der qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring, 2000; Flick, 2011; Mayring, 2019; Mayring, 2022) begutachtet und mithilfe von MAXQDA codiert, analysiert und dahingehend im Zuge der bisherigen Forschung interpretiert.

Da Fragen zum Wohlbefinden und Beziehungen private Themen sind, wird die angebrachte Rücksicht und Respekt gegenüber den Personen der Stichprobe angenommen. In diesem Sinne werden die Grundregeln wissenschaftlicher Ethik wie zum Beispiel Vertraulichkeit, Anonymität und Privatsphäre geachtet und den Follower*innen zugesichert (Friedrichs, 2014).

6.1. Möglichkeiten und Grenzen qualitativer Forschung

Das Ziel der qualitativen Forschung ist die Rekonstruktion von Prozessen, welche die soziale Wirklichkeit strukturiert und sinnhaft wiederherstellen (Lamnek, 2010, S. 30). Wichtige

Prinzipien der qualitativen Sozialforschung sind die Offenheit gegenüber der Untersuchungspersonen, der Untersuchungssituationen und der Methoden der Untersuchungen (Lamnek, 2010, S. 24). Ein weiterer wichtiger Punkt der qualitativen Sozialforschung ist der Prozess von Reproduktion, Modifikation und das Deuten von Handlungsmustern. Die Wirklichkeit wird durch die sozialen Akteure hervorgebracht und sie sollen dahingehend dokumentiert, rekonstruiert und nachvollziehbar gedeutet und erläutert werden (Lamnek, 2010, S. 21).

Handlungsorientierungen werden innerhalb des Forschungsfeldes nachvollzogen und entdeckte soziale Welten werden mit gewisser Methodik nachgebaut. Bei der qualitativen Sozialforschung passiert dies in einem fortlaufenden Prozess der Entdeckung, des Prüfens und des Vergleichs (Pohlmann, 2022, S. 53).

Qualitative Forschung bezieht sich darauf, die soziale Realität vom Subjekt her zu erfassen, das heißt, es geht um die jeweilige Sicht des Individuums (Kleining, 1995, S. 19). Dies bietet die Möglichkeit, durch Rekonstruktion von kollektiven Deutungsmustern subjektive soziale Wirklichkeit zu erfassen und abzubilden (Flick et al., 1995).

Operiert wird mit kleinen Stichproben, somit ist nicht Repräsentativität und die Generalisierung der Ergebnisse das Ziel, sondern die Relevanz der entdeckten Strukturen (Lamnek, 2010, S. 167; Scholl, 2016, S. 28).

Ein Charakterzug der qualitativen Sozialforschung ist die generelle Offenheit gegenüber dem Gegenstand der Forschung. Das bedeutet, der gesamte Forschungsprozess muss flexibel bleiben und an das Forschungsobjekt, in diesem Falle die befragten Personen angeglichen werden (Scholl, 2016, S. 29). Dies liegt der Reflexivität im Forschungsprozess zugrunde, was heißt, dass der Forscher selbst im Bereich des Objektes liegt, denn der Prozess der Forschung ist ein sozialer Vorgang und ein Phänomen nicht bloß ein Abbild davon (Scholl,

2016). Aufgrund dieser Überlegungen wurden die Forschungsfragen offen zu Beginn formuliert und vorab keine Hypothesen gebildet.

Die für die qualitative Forschung interessierte soziale Wirklichkeit, in der Perspektive des Subjekts entstehen durch interaktive und interpretative Vorgänge. Dies birgt jedoch besondere Schwierigkeiten bei der Auswertung von Daten qualitativer Natur und wird oft von Kritikern hervorgehoben (Küsters, 2009, S. 19).

Dadurch wird ersichtlich, dass die qualitative Sozialforschung nicht zu sehr mit quantitativen Vorgehen zu vergleichen ist und ihre Qualität nach ihren eigenen Richtlinien zu beurteilen ist (Pohlmann, 2022).

Die Methode dieser Forschungsarbeit wird im Zuge der Diskussion bewertet und reflektiert, es werden Probleme und Schwachstellen dieser besprochen.

6.2. Leitfadeninterview

Als Methode dieser Forschung wurde das Leitfadeninterview gewählt sowie offene narrative Elemente darin miteinbezogen. Das Leitfadeninterview zählt zu den qualitativ-offenen Formen der Befragung, ist aber im Vergleich mit anderen Methoden eine relativ strukturierte Interview-Methode. Es entwickelte sich in der qualitativen Forschung zu einer gut ausgearbeiteten und verbreiteten Methode (Helfferich, 2014).

Das Interview steht für eine Situation, in welcher meistens mündlich und von Angesicht zu Angesicht ein Gespräch abläuft. Damit das Interview zu einer wissenschaftlichen Methode wird, müssen im Laufe des Forschungsprozesses alle Vorgänge an ein methodisches Regelwerk gekettet sein (Loosen, 2016, S. 139). Das Interview bekommt durch den Leitfaden thematisch einen Rahmen und dieser soll alle Themen, die mit der Forschungsfrage zusammenhängen, abdecken. Bei qualitativen Interviews ist der Zugang zur

Sinngebung der interviewten Personen als Baustein des interessierenden Phänomens von entscheidender Wichtigkeit (Pohlmann, 2022).

Durch diese gewählte Methode besteht die Möglichkeit, eine gewisse Vorgabe für das Interview zu schaffen, aber dennoch individuelle Einschätzungen an die Oberfläche zu bringen und persönliche Geschichten zu betonen. Die Situationen der Gespräche haben somit notwendige Offenheit und Strukturiertheit, damit die Inhalte der Befragung im Zuge der Auswertung verglichen werden können (Loosen, 2016, S. 139).

Außer Acht darf jedoch auch nicht das bestehende “Dilemma des qualitativen Interviews” (Hopf 1978, S. 114) gelassen werden. Dies besagt, dass die natürliche Komponente des Gesprächs möglichst erhalten bleiben soll, ohne die Regeln der Kommunikation im Alltag anzunehmen. Das kann mitunter so verstanden werden, dass der Interviewer nicht Gefahr laufen darf, dass das Thema aus dem Mittelpunkt gerät, in dem zum Beispiel die Regeln, die für das Gespräch gelten, nicht einhalten werden. Auf der anderen Seite muss wiederum darauf geachtet werden, dass die kontrollierte Gesprächssituation nicht zu streng ausfällt, da sonst die Offenheit und die Flexibilität der Kommunikation eingeschränkt werden (Loosen, 2016, S. 142).

Damit das Interview strukturiert wird, wird im Zuge dieser qualitativen Forschungsmethode ein Leitfaden eingesetzt, der die Themen und Fragen eingrenzt und festlegt (Loosen, 2016, S. 145). In dieser Forschungsarbeit wird die Methode des halbstandardisierten Interviews angewandt, wobei nur der Inhalt der Fragen und die Reihenfolge dieser im Leitfaden vorgelegt sind (Loosen, 2016, S. 142). Er wurde nach dem Prinzip gestaltet, ihn so offen wie möglich zu halten und nur dort Strukturierungen vorzunehmen, wo es unbedingt notwendig ist (Helfferich, 2014, S. 566). Auf Seite der forschenden Person wird die Kontrolle der Kommunikationssituation dadurch gewährleistet, dass das Thema beziehungsweise die

Fragen vorgegeben werden, hier darf aber wiederum nicht auf das Prinzip der Offenheit der qualitativen Forschung vergessen werden (Loosen, 2016, S. 145).

Für die Erstellung des Leitfadens können folgende Schritte genannt werden. Zuerst werden möglichst viele Aspekte als Fragen bezogen auf das Forschungsinteresse gesammelt, ohne sich zu sehr einzuschränken. Dann sollte kritisch geprüft werden, ob und inwiefern die Fragen Potenzial haben, Neues und Fremdes herauszufinden. Als nächstes werden die Fragen so sortiert, dass sie inhaltlich und zeitlich Sinn ergeben und in den Ablauf passen. Zuletzt sollen dann die Fragen so verdichtet werden, dass sie in einer erzählgenerierenden Form und mit einzelnen wichtigen Aspekten einander untergeordnet werden können (Helfferrich, 2014, S. 567). Im Zuge der Interviews werden offene Erzählaufforderungen und näher zu bestimmende Nachfragen kombiniert (Misoch, 2019, S. 60). In einem ersten Schritt sollten die Befragten nach der Aufforderung zum Erzählen so frei wie möglich möglichst viele Aspekte ansprechen, welche für die Forschung von Wichtigkeit sein könnten. Im Anschluss werden zuvor nicht erwähnte Aspekte nachgefragt. Die beiden Schritte können beliebig oft wiederholt werden. In Folge werden Fragen gestellt, die zuvor festgelegt worden sind. Diese Mischung ist notwendig, um die Anforderungen an einen Leitfaden zu erfüllen. Priorität zur Offenheit, Übersichtlichkeit und Anpassung an die Erzählstruktur kann beansprucht werden (Helfferrich, 2014, S. 567). Dies bedeutet, dass Limitationen so klar wie möglich behandelt werden sollten und mit dem Forschungsinteresse übereinstimmen müssen. Zudem ist zu beachten, dass der Leitfaden nicht zu viele Fragen beinhaltet, denn dies schränkt die notwendige Erzählzeit ein. Des Weiteren sollten keine abrupten Sprünge oder Wechsel von Themen erzwungen werden. Der Leitfaden soll einer Begründungslinie folgen (Helfferrich, 2014, S. 567). Die strikte Einhaltung der Reihenfolge der Fragen sollte notwendigerweise immer spontane Äußerungen miteinbeziehen und diese als Dringlichkeit ansehen (Helfferrich, 2014, S. 567).

Die genannten Aspekte bei der Erstellung eines Leitfadens sollen helfen, Forschungsziele zu realisieren, Reflexion zu ermöglichen und maximale Offenheit zu gewährleisten, anstatt sich zu sehr auf vorab fixierte Detailfragen zu konzentrieren (Helfferrich, 2014, S. 567).

Im Zuge der Durchführung der Interviews wurde für jedes Fragen-Gespräch ein Interviewprotokoll erstellt. In diesem sind persönliche Eindrücke, Auffälligkeiten und Indizien dokumentiert, die der Forscherin aufgefallen sind und von Wichtigkeit für das Forschungsinteresse sind. Ebenfalls für die weitere Analyse und Interpretation der Studie könnte dies von Wichtigkeit sein. Dies ist hilfreich, um einzelne Informationen festzuhalten und benötigte Hinweise zeitnah zu beziehen und diese eventuell in den nächsten Interviews zu beachten (Loosen, 2016, S. 149). Alle Interviewprotokolle, die festgehalten wurden, sind im Anhang zu finden.

Das Leitfadeninterview für diese Forschungsarbeit gestaltet sich wie folgt:

Begonnen wird mit einem Vorgespräch, das heißt, es wird die Anonymität versichert, zum Datenschutz und über die Dauer des Gesprächs aufgeklärt. Der ausgewählte Ort sollte ruhig sein und die Interviewteilnehmer*in sollte sich in dem Umfeld wohlfühlen. Zur Aufnahme der Interviews wird das iPhone der Forscherin gewählt und über die App "Sprachmemos" werden die Gespräche festgehalten. Nach der Durchführung der Interviews folgt die Danksagung und es wird erfragt, ob die Teilnehmer*innen die Ergebnisse der Forschung erhalten möchten. Um die Interviews angemessen auswerten zu können, werden die Tonaufnahmen verschriftlicht. Das zu jedem Interview erstellte Transkript ermöglicht die Zuordnung jeder getätigten Aussage zu einer bestimmten Seite und ist im Anhang nummeriert einzusehen.

Im Zuge dieser Forschungsarbeit werden folgende Aspekte der Gespräche berücksichtigt. Redepausen sind in Form einer Klammer anzugeben. Damit die Transkripte besser zu lesen sind, werden Wortwiederholungen ausgelassen. Außerdem werden alle Hinweise, welche die Anonymisierung der befragten Personen gefährden, weggelassen und wenn notwendig ersetzt (Küster, 2009, S. 68).

6.3. Strategisches Sampling

Doch wie erfolgt demnach das Akquirieren von erzählenden Follower*innen? Um die Interviews ziel geleitet durchführen zu können und die passenden Interviewpartner*innen zu finden, wird als Vorgehen das strategische, gezielte Sampling eingesetzt. Es ist ebenso bekannt unter dem Namen „Purposive“ Sampling und bedeutet, dass bestimmte Fälle gezogen und in der qualitativen Studie der Analyse unterzogen werden (Misoch, 2019, S. 208).

Um gezielt Personen auswählen zu können, müssen vorab Informationen über die relevanten Merkmale für die Beantwortung der Forschungsfragen vorliegen. Der Vorgang wird dann so gestaltet, dass die zu befragenden Personen nach den bestimmten Kriterien gewählt und kontaktiert werden. Im Falle dieser Forschung sind es acht Frauen zwischen 21 und 30 Jahren, welche einen intensiven Konsum, also mindestens die tägliche Verwendung des sozialen Mediums Instagram aufzeigen und bestehende Follower*innen von mindestens einem Macro- oder Mega/Star-Influencer*in aus dem Lifestyle-Bereich sind. Zudem sollen die Befragten dieser Person schon mindestens ein Jahr lange folgen und einmal mit diesem/r Influencer*in online in Kontakt getreten sein und beispielsweise Kommunikation über Privatnachrichten, das Kommentieren von Beiträgen und Instagram-Stories oder das Liken von dem ausgespielten Inhalt der Influencer*in. Der Fokus bei der Auswahl der Interviewpartner*innen liegt darauf, wenige, aber wirklich auf das Forschungsziel

abgestimmte Fälle zu finden. Die Suche wird im näheren persönlichen Umfeld der Forscherin gestartet und eventuell auf Foren und/oder sozialen Medien erweitert, um ein passendes Sampling zu generieren.

Ein erstes Test-Interview wurde Anfang Februar 2024 durchgeführt. Mit den Erkenntnissen wurde der Leitfaden dementsprechend angepasst und adaptiert, um auf die fokussierten Aspekte dieses Forschungsvorhabens einzugehen.

Im Zusammenhang der Befragung und im Zuge einer ethisch korrekten Forschung ist zu erwähnen, wie wichtig der richtige Umgang mit persönlichen Daten ist. Heikle Themen werden in der Wissenschaft als solche verstanden, wo davon ausgegangen wird, dass das Forschen zu diesem Thema oft nicht ohne Probleme abläuft, was durch mögliche Verletzung der Privatsphäre oder durch soziale Erwünschtheit passieren kann. Dies kann in der Durchführung der Forschung zu qualitativen Einbußen führen (Wolter, 2022, S. 359). Umso wichtiger ist es, in einem Interviewgespräch zu persönlichen Meinungen ein angenehmes Setting vorzubereiten und zu gewährleisten, dass sich die Interviewpartner*innen keineswegs unwohl oder gedrängt fühlen, etwas zu sagen, was sie nicht möchten.

6.4. Auswertung der Interviews

Das Datenmaterial, welches durch die Interviewgespräche gewonnen wird, soll mit Unterstützung eines Kategoriensystems ausgewertet werden. Es bieten sich Methoden der Kodierung und Kategorisierung an (Flick, 2011), im Rahmen dieser Forschung die qualitative Inhaltsanalyse.

Doch was ist nun das Besondere, was man bei der qualitativen Inhaltsanalyse hervorheben kann? Die Inhaltsanalyse der Sozialwissenschaften will fixierte Kommunikation analysieren, geht dabei einem System nach und zudem werden gewisse Regeln eingehalten. Als Ziel sollen durch die theoretische Basis Rückschlüsse auf ausgewählte Punkte der

Kommunikation gezogen werden können (Mayring, 2022). Fixierte Kommunikation heißt, dass diese in einer gewissen Art und Weise protokolliert ist, im Falle dieser Forschung liegen die protokollierten Transkripte der Leitfadeninterviews vor (Mayring, 2022).

Im Zuge dieser Forschung wurden acht Interviews mit verschiedenen Frauen durchgeführt. Folgend wird eine Auflistung der Fälle dargelegt, die ausführlichen Interviewprotokolle sind im Anhang zu finden.

Fall 1: 28 Jahre, weiblich, kaufmännisch pharmazeutische Assistentin, ca. 3-5 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Ana Johnson, 1.4 Mio. Follower*innen, @anajohnson

Fall 2: 26 Jahre, weiblich, Angestellte interne Kommunikation, ca. 7-8 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Carmen Kroll, 1.1 Mio. Follower*innen, @carmsuhka

Fall 3: 27 Jahre, weiblich, Analystin M&A Supply Chain, ca. 3-5 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Anna von Klinski, 760 Tsd. Follower*innen, @annavonklinski

Fall 4: Interviewte 4, 26 Jahre, weiblich, Angestellte Digitales Marketing, ca. 7-8 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Milena Karl, 829 Tsd. Follower*innen, @milena.karl

Fall 5: 28 Jahre, weiblich, Senior CRM Spezialistin, ca. 3-5 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Gerid Rux, 554 Tsd. Follower*innen, @gerid_rux

Fall 6: 25 Jahre, weiblich, UGC Creatorin, keine genaue Zeitangabe, Lieblings-Influencer*in: Pamela Reif, 9.1 Mio. Follower*innen, @pamela_rf

Fall 7: 24 Jahre, weiblich, Gesundheits- und Krankenpflegerin, ca. 3 Jahre Follower*in ihrer Lieblings-Influencer*in: Antonia Schulz, 251 Tsd. Follower*innen, @mutausbrueche

Fall 8: 27 Jahre, weiblich, Büroangestellte Werbung, ca. 2-3 Jahre Abonnentin ihrer Lieblings-Influencer*in: Emily Kopf, 436 Tsd. Follower*innen, @emskopf

Was bedeutet nun, dass die Auswertung Kategorien-geleitet sein soll? Kategorien können als Aspekte des vorliegenden und zu analysierenden Textes bezeichnet werden, die als Kurzformeln formuliert sind und einen hohen Bedeutungsgehalt für die Forschung haben. Die Auswertung der Interviews erfolgt daraufhin mit der Kodierung anhand des zuvor erstellten Kategoriensystems selektiv (Mayring, 2019). In dieser Forschung wurde das Programm MAXQDA herangezogen.

Das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse kann große Fülle an Material bewältigen und ebenso latente Sinngehalte erfassen, indem es qualitativ-interpretativ ist. Dennoch ist das Verfahren streng durch Regeln geleitet, was die intersubjektive Überprüfung möglich macht (Mayring & Fenzl, 2022, S. 691).

Doch es geht bei der qualitativen Inhaltsanalyse nicht nur um das qualitativ-interpretative Behandeln eines Textes, denn im Normalfall werden auch Kategorie-Häufigkeiten in Erfahrung gebracht (Kuckartz & Rädiker, 2022). Der Ablauf gliedert sich in zwei Schritte, zuerst werden induktiv am Material entwickelte Kategorien den einzelnen Textpassagen zugeordnet, was unter inhaltsanalytischen Regeln passiert. In einem weiteren zweiten Schritt wird dann bestimmt, ob bestimmte Stellen des Textes mehreren Kategorien zugeordnet werden können (Mayring & Fenzl, 2022, S. 692). Ein wichtiges Kriterium, mit dem man die qualitative Inhaltsanalyse gegenüber anderen Textanalysen unterscheiden kann, ist die Kategoriegeleitetheit. Eine Kategorie bezieht sich auf Aspekte der Analyse, die als kompakte Zusammenfassung eines Kategoriensystems angesehen werden kann. Mit Kurzformeln umfasst sie eine vollzählige Liste aller Kategorien, welche als Hauptinstrument der Analyse fungieren. Dadurch werden Textstellen untersucht, welche sich auf die vorab erstellten Kategorien beziehen (Mayring & Fenzl, 2022, S. 692).

Das Ziel der Analyse ist die Filterung von ausgewählten Aspekten aus dem Textmaterial und dieses aufgrund bestimmter Faktoren einzuschätzen. Dies geschieht unter zuvor festgelegten Kriterien und Regeln (Mayring, 2022).

Begonnen wird mit dem wiederholten Lesen der Interviewtranskripte, wobei die Inhalte gebündelt werden und nach den für das Forschungsinteresse wichtigen und relevanten Textstellen Ausschau gehalten wird. Dies macht es möglich, Strukturierungen zu finden und Kategorien zu definieren. Ankerbeispiele werden in den Kategorie-Leitfaden aufgenommen, wenn man auf eine eindeutig kodierbare Stelle im Text stößt, so wird es möglich, die unterschiedlichen Texte zu vergleichen. Eine nicht eindeutig zuordenbare Textstelle, die zu Abgrenzungsproblemen führen kann, wird mit Kodierregeln gelöst, welche eine erleichterte Zuordnung möglich machen. So werden innerhalb mehrerer Vorgänge die Kategorien immer mehr überarbeitet und gegliedert, bis zu einem finalen Durchgang des zu analysierenden Textmaterials (Mayring, 2002; Mayring, 2022).

Das für diese Forschung entwickelte und verwendete Kategoriensystem liegt im Anhang auf.

7. Ergebnisse

In den folgenden Abschnitten wurden die Daten aus den Interviews in ein Kategorienschema übertragen, mit dem Programm MAXQDA codiert, ausgewertet und danach auf ihre Grundaussagen abstrahiert. Unterschiede, Gemeinsamkeiten, Zusammenhänge sowie auffällige Aspekte wurden herausgearbeitet und hervorgehoben. Es soll jeweils eine Übersicht zu den verschiedenen Antworten der acht Interviewpartner*innen ersichtlich werden. Die erforschten Ergebnisse dienen dazu einen Überblick und ein Bild von den Verbindungen der Teilnehmer*innen zu ihren Influencer*innen darzustellen. Es wird die Art und Weise von parasozialen Beziehungen sowie die Einschätzung der Thematik aus Sicht

der Befragten ausgeführt. Das verwendete Kategoriensystem, welches zur Auswertung der Interview-Transkripte verwendet wurde, ist im Anhang dieser Forschungsarbeit zu finden.

7.1. Instagram Nutzungsweisen

Das nachstehende Kapitel beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten, die im Zuge der Social Media Verwendung der Befragten, insbesondere Instagram hervorgehoben wurden. Es werden die generelle Social Media Nutzung sowie die Gründe dafür vorgestellt. Diese grundlegenden Nutzungsmuster und Einstellungen werden im Zuge der weiteren Ergebnisse mit anderen Erkenntnissen in Verbindung stehen.

Einleitend und durch die Frage, ob und inwiefern die Befragten am Tag des Interviews Instagram genutzt haben, kristallisierte sich heraus, dass alle von ihnen Zeit auf Instagram verbracht haben (Interview 1 - 8). Einige von den Interviewten gaben an, dass sie sich an passiven Konsum erinnern können, also zum Beispiel das Ansehen von Reels, Videos oder Beiträgen (Interview 2, 3, 4 & 5). Auffällig ist, dass nur wenige Interviewpartner*innen spontan Inhalte einer Influencer*in aufzählen (Interview 3, Seite 1; Interview 4, Seite 1). Zudem wird bei einzelnen Gesprächen die Kommunikation mit anderen Leuten erwähnt. Hier wurde sowohl über persönlichen Kontakt zu einer Freundin sowie über professionelle Konversationen gesprochen (Interview 2; Interview 6).

Durch die geführten Interviews zeigte sich, dass alle Gesprächspartner*innen jeden Tag Social Media verwenden und explizit ihren Instagram-Konsum durchaus als hoch einschätzen würden (Interview 1 - 8).

„Also ich glaube grundsätzlich, dass ich schon sehr viel auf Social Media bin. Meistens auf Instagram [...]“ (Interview 5, Seite 1)

„Aber man hat ja dann auch seine Bildschirmzeit also ich weiß schon, dass ich vor

„allein am Abend oder den Pausen relativ viel Zeit auf Instagram verbringe [...]“

(Interview 3, Seite 1)

In der Art und Weise der Nutzung zeigt sich die Gemeinsamkeit, dass alle befragten Personen ihren täglichen Konsum eher passiv einstufen würden. Das bedeutet, sie schauen sich Content, Fotos und Videos im Feed an und sehen den Personen bei ihrem Alltag zu. Die Verwendung von Instagram-Stories kann hier besonders hervorgehoben werden. Ein paar Personen geben an, dass sie oft hauptsächlich, wenn sie auf Instagram unterwegs sind, die Stories von anderen Personen ansehen (Interview 1, 2 & 3).

„Wenn man zum Beispiel Freunde sieht oben bei den Stories, dann schaue ich mir die gleich an, manchmal bleibt man dann hängen und schaut sich mehrere Stories an [...]“ (Interview 2, Seite 2)

„[...] es gibt halt auch Tage oder Zeiten, wo ich einfach nur durch die Stories schaue.“ (Interview 3, Seite 1)

Nur wenige der interviewten Personen erzählten explizit, dass sie regelmäßig aktiv auf Instagram posten und Inhalte von sich aus teilen. Eine einzelne Teilnehmer*in gab an, dass sie gerne Erlebnisse, Restaurantbesuche oder Urlaube teilt (Interview 2, Seite 2).

Eine weitere Person erzählte, dass sie aktiv meist aus beruflichen Gründen postet, da sie ebenfalls im Bereich Social Media beschäftigt ist und damit zu tun hat:

„[...] ich erstelle Werbevideos für Marken und bin schon relativ oft online, weil ich fast täglich Videos poste, [...] danach engage ich mit anderen und das heißt, ich kommentiere bei ihnen, like und schaue mir ihre Beiträge an oder zwischendurch schaue ich einfach Storys oder unterhalte mich auch mit anderen.“ (Interview 6, Seite 1-2)

Bezüglich der Nutzung von Instagram wird eine weitere Ansicht geteilt und zwar, dass eher passiv gescrollt wird. Es wird nur dann etwas kommentiert, wenn es von Freund*innen

kommt (Interview 2, Seite 2). Ebenso erwähnt eine weitere Teilnehmer*in, dass sie eher zurückhaltend auf Instagram agiert, jedoch trotzdem Personen folgt.

„Also ich bin eher der zurückhaltende Mensch auf Instagram. Ich poste sehr wenig, wenn, dann ein oder zweimal im Jahr. Aber ich verfolge schon viele.“ (Interview 7, Seite 1)

Bei der Beschreibung der Instagram Nutzung wird von ein paar der Befragten das intensive Verfolgen von Instagram Accounts erwähnt. Dabei wird erläutert, dass hier sowohl Privatpersonen als auch Influencer*innen dazu zählen. Im Zuge dessen wird ebenfalls darüber gesprochen, dass man so auf eine schnelle Art und Weise Neuigkeiten über Personen erfährt. Wenn intensiv konsumiert wird, passiert dies dann regelmäßig, um sich über das Leben der besagten Person auf dem Laufenden zu halten.

„[...] von Instagram her würde ich jetzt sagen, dass ich zwar nicht so vielen Personen folge, aber die denen ich folge, denen folge ich regelmäßig, also weiß Bescheid, was sie so tun und verfolge eigentlich ihr Leben.“ (Interview 4, Seite 1-2)

„[...] mir Stories anschaue oder dann halt, wenn mir gerade irgendwas im Kopf hängen geblieben ist, einzelne Personen mir anschaue und dann halt deren Profil irgendwie genauer analysiere [...].“ (Interview 3, Seite 1)

Zahlreiche Gründe wurden im Zusammenhang mit der Nutzung von Instagram erwähnt. Dabei wurde von vielen Personen Eskapismus genannt (Interview 1, 2, 4, 5, 6 & 8). Beschrieben wurde dies als Langeweile oder zum Abschalten und Ablenken vom Alltag.

„Wie gesagt, meistens, weil ich nichts anderes zu tun hab, aus Langeweile. Nebenbei auch zum Beispiel neben dem Fernsehen, wenn es zu langweilig ist.“ (Interview 8, Seite 1)

„Und es ist halt einfach, wenn wir uns ehrlich sind, eine Zeit Beschäftigung, wenn

man, also wenn man nichts zu tun hat. Dann macht es Spaß und sich bisschen ablenken auch [...]“ (Interview 1, Seite 2)

Mehrere der Personen erwähnten zudem den Grund „Inspiration“. Eine Teilnehmer*in erklärte ihre Nutzungsmotive diesbezüglich wie folgt:

*„[...] ich nutze es halt auch oft, um mir einfach anzuschauen, wie andere [...] schau ich mir einfach an, wie die das machen. Überleg mir, was ich zum Beispiel, wie ich es in meinen Alltag integrieren könnte. Also ich versuche mir oft einfach Tipps zu holen. Natürlich kann man das auch googeln und so, aber die machen das ja dann auch schon über Monate oder Jahre und ich versuche mir einfach irgendwie das da anzuschauen und anzueignen, wenn ich davon überzeugt bin, dass es Sinn macht.“
(Interview 3, Seite 2)*

Andere äußerten sich bezüglich der Inspiration auf Instagram, dass es dazu dient, Outfits, Kosmetik, Reiseziele und Rezepte zu finden und zu sehen, was andere Leute verwenden oder unternehmen, um für sich selbst Ideen zu finden. Des Weiteren ist wichtig zu erwähnen, dass einige der Personen den Kontakt zu anderen Leuten als Nutzungsmotiv genannt haben, sowie diesen ebenfalls aufrechtzuerhalten. Interessant ist, dass im Zuge der Gründe warum die befragten Personen Instagram nützen, nur eine einzelne Teilnehmer*in explizit Influencer*innen erwähnt und es wie folgt ausdrückt:

*„[...] ich finde eigentlich immer interessant, wie Influencer ihr Leben damit finanzieren, dass sie durch soziale Medien, dass sie dadurch leben, also dadurch ihre Häuser kaufen und sich eigentlich ihr Leben leisten. Das finde ich ganz spannend.“
(Interview 7, Seite 1)*

7.2. Definitionen Wohlbefinden und soziales Wohlbefinden

Um zu erfahren, was die Follower*innen persönlich unter Wohlbefinden, speziell unter „sozialem Wohlbefinden“ verstehen, wurde im nächsten Abschnitt das Thema aufgegriffen. Bei der ersten Frage zum Thema Wohlbefinden wurden acht verschiedene Kategorien genannt. Mehrere der befragten Personen nennen Gesundheit als einen Punkt, der für sie in diesem Zusammenhang wichtig ist. Eine Befragte beschreibt es in ihren Worten wie folgt:

„Wohlbefinden ist für mich, wenn es einem gut geht, also physisch und mental.“

(Interview 3, Seite 2)

Zudem erzählen ein paar der Befragten, dass sie sich einfach gut fühlen, wenn sie den Term definieren müssten (Interview 2, 3, 6 & 8). Ebenso spielt ein gewisses Gefühl von Zufriedenheit eine Rolle, ob und inwiefern man sich wohlfühlt (Interview 2, 4, 5 & 6). Eine Einzelperson erwähnt in diesem Zusammenhang das Gefühl von Glück und zwei andere Befragte nennen den Term Ruhe und Abwesenheit von Lärm. Ebenso wird eine generelle gute Stimmung im Alltag erwähnt und wie folgt beschrieben:

„[...] so ein bisschen besser als eine neutrale Stimmung hat, also man hat nicht irgendwie so ein unterdrücktes Gefühl, oder fühlt sich jetzt ein bisschen schlecht oder depressiv, sondern man fühlt sich wohl. Also man ist gerade einfach zufrieden.“

(Interview 2, Seite 2)

Heraus sticht, dass mehrere der Teilnehmer*innen schon direkt von sich aus das Umfeld und die Umgebung zum Wohlbefinden zählen. Es werden sowohl wohltuende Menschen als auch die Tatsache hervorgehoben, dass man sich in dem Umfeld, wo man ist, einfach wohlfühlt und man selbst sein kann, ohne sich einschränken oder verbiegen zu müssen und auf Unterstützung bauen kann. Ein paar der Personen nennen es in ihren Worten.

„[...] wenn ich in einer Umgebung bin, die mir gut tut, wo ich keine Angst habe, was Falsches zu sagen oder schlecht auszuschaun, sondern einfach ich selbst sein kann.“ (Interview 8, Seite 2)

„Wohlbefinden ist für mich eigentlich, mit Menschen umgeben zu sein, wo ich einfach ich selber sein kann, mich nicht verstellen muss, ich aber auch, ich selber sein kann.“ (Interview 7, Seite 2)

„[...] ein gutes Umfeld, was auch unterstützend ist, wo ich weiß, ich habe jederzeit eine Person, an die ich mich wenden kann.“ (Interview 4, Seite 2)

Da von einigen der interviewten Personen von sich aus schon das soziale Umfeld in Relation mit Wohlbefinden genannt wurde, ist es nicht verwunderlich, dass bei der Frage nach sozialem Wohlbefinden wieder mehrere Personen ein gutes Umfeld und soziale Gesellschaft als einen wichtigen Faktor ansehen. Treffen mit Freund*innen und Zeit mit der Familie stehen im Vordergrund sowie eine angenehme und gelassene Stimmung, während man unter Menschen und Bekannten ist. Einfach eine schöne Zeit zusammen verbringen, wo man so sein kann, wie man ist.

„Also sozial hat bei mir meistens mit anderen Menschen zu tun. [...] Man kann Zeit verbringen und lädt eher seine Energien auf oder hat dann einfach eine schöne Zeit und danach fühlt man sich auch wohl.“ (Interview 2, Seite 3)

„[...] bezogen auf die Menschen, mit denen man sich umgibt, dass die einem halt gut tun, [...] Also das die Menschen, mit denen man sich umgibt, dass die einem auch ein gutes Gefühl geben und dass man einfach danach positiv ist und nicht vielleicht negativ. (Interview 3, Seite 2)

„Dass ich halt mit Leuten zusammen Zeit verbringe, wo ich mich halt, wo es

angenehm für mich ist und wo man ja man selbst sein kann und nicht einfach so auf alles achten muss und nicht angespannt ist.“ (Interview 1, Seite 2)

Einzelne Personen beziehen die Thematik zudem explizit auf die Kommunikation mit anderen Menschen und dass diese ebenfalls eine gute Qualität aufweist (Interview 2; Interview 8). Im Zuge von Konversationen wird des Weiteren das Empfinden beschrieben, dass die Integration von Wichtigkeit ist:

„ [...] wenn ich irgendwo dazu gehöre und mich integriert fühl. Und weiß, worüber die Leute reden und was Thema ist und nicht das Gefühl habe, ich kann nicht mit sprechen oder ich fühle mich als Außenseiter.“ (Interview 8, Seite 2)

Eine Person erwähnt zudem noch den vorhandenen Zusammenhalt und die Rücksichtnahme von anderen Menschen (Interview 6, Seite 3). Zudem bezieht sich eine weitere Teilnehmer*in auf Urteile des sozialen Umfelds und dass die Meinung und Bewertung anderer Personen für sie in dieses Thema mit hinein fällt (Interview 4, Seite 3).

Um an ein gewisses Verständnis zu gelangen, wie die Befragten zu ihren Ansichten gekommen sind, wurde zusätzlich nach der Verdeutlichung der Meinung zum sozialen Wohlbefinden gefragt. Acht verschiedene Kategorien haben sich aus den gegebenen Antworten der Interviews ergeben. Dabei wurde die wohltuende Energie von anderen Menschen am meisten genannt. Ebenfalls werden Wissen aus sozialen Medien, Büchern, die genossene Erziehung, gleiche Wertvorstellungen und die bisherige Mitsprache bei Themen in Konversationen aufgezählt.

„Entspricht sie meinen Wertvorstellungen? Teilt sie vielleicht dieselben Werte? Und für mich hängt das schon sehr direkt damit zusammen. Wenn man dann halt unterschiedliche Wertvorstellungen hat, dann trägt das eigentlich zu meinem

Wohlbefinden bei, weil ich ja vielleicht auf ganz andere Dinge achte als die Person, die mir gegenüber ist.” (Interview 3, Seite 3)

„ [...] ich glaube, jeder hat sich schon mal unwohl gefühlt, wenn es um ein Thema ging, wo man sich nicht auskennt, ob’s jetzt Politik ist oder Wirtschaft. Und dann fühlt man sich nicht integriert in die Gruppe, wenn man nichts zu sagen hat, sondern steht nebenbei einsam und weiß nicht, worum es eigentlich geht.” (Interview 8, Seite 2)

7.3. Einstellungen und Meinungen zu Influencer*innen

Danach folgte als Grundlage für die in weiterer Folge tiefgehenden Fragen zu einer bestimmten Influencer*in die generelle Thematik von Influencer*innen auf Instagram. Hier wurden die persönlichen Einstellungen und Meinungen von den Interviewten erklärt.

Bei der Frage nach der Definition von Influencer*innen ergaben sich insgesamt 12 vielfältige Kategorien. Es zeigten sich unterschiedliche Antworten, zwei Aspekte wurden jedoch von einigen Gesprächspartner*innen genannt. Einmal wurde erzählt, dass Influencer*innen Personen des öffentlichen Lebens darstellen und im Zuge dessen ihr ganzes Leben teilen, rund um die Uhr verfügbar sind, Aufmerksamkeit mit ihrem Dasein erregen. Ebenso wurde die fehlende Privatsphäre erwähnt (Interview 1, 2, 4, 5, 7 & 8).

„Also für mich ist ein Influencer eben jemand, der dich in den Alltag mitnimmt und sein Leben mit dir teilt.” (Interview 4, Seite 3)

„Das sind für mich Leute, die halt sehr viel auf den sozialen Medien machen, die für mich eigentlich rund um die Uhr verfügbar sind, wirklich ihr komplettes Leben teilen und eigentlich kaum Privatsphäre dadurch haben.” (Interview 7, Seite 3)

“Influencer sind für mich Personen, die auf Social Media aktiv sind und über ihren Tag oder über das Leben posten.” (Interview 5, Seite 4)

Zweitens sticht bei der Definition ebenfalls heraus, dass Influencer*innen laut den Angaben von mehreren Befragten (Interview 1, 2, 3, 6 & 8) einen gewissen Einfluss auf ihre Follower*innen haben können, wie beispielsweise Person 3 schildert:

„Personen, die wie das Wort eben schon sagt, andere Personen beeinflussen können durch ihre Reichweite, auch durch den Inhalt, aber so, dass es halt authentisch rüberkommt.“ (Interview 3, Seite 3)

Im Zuge dessen erzählen ein paar Gesprächspartner*innen zusätzlich von dem Einfluss und der Kraft der Werbung, die Influencer*innen auf Instagram machen. Person 4 formuliert es wie nachstehend:

„[...] auch wegen Shopping Codes. Und natürlich lasse ich mich auch von Werbung beeinflussen, weil es gehört halt dazu. Ein Influencer ohne Werbung, glaube ich, das ist selten.“ (Interview 4, Seite 3)

Einzelne Interviewpartner*innen erwähnen diesbezüglich ebenso, dass sie das Influencer*Innen-Dasein als Berufsbild ansehen und das Bewusstsein besteht, dass diese Personen damit einen Job haben und Geld verdienen (Interview 1, 5 & 8).

Zudem wird in diesem Zusammenhang von verschiedenen Befragten erzählt, dass sie Influencer*innen als Inspirationsquelle sehen. Eine Person erwähnt den Term „Vorbild“ und dass diese Personen außerdem gut auf ihre Follower*innen wirken wollen. Einzelne Gesprächspartner*innen beschreiben zudem, dass die Anzahl der Follower*innen für sie eine Rolle spielt, wenn es um die Definition geht (Interview 3; Interview 6). Person 3 erzählt diesbezüglich:

„[...] und die schon eine große Reichweite auf Instagram haben. [...] also für mich sind Influencer schon eher größer, die halt vielleicht auch nicht nur in einem Land bekannt sind, sondern schon länderübergreifend.“ (Interview 3, Seite 3)

Was sich als interessant herausstellt, ist, dass eine Befragte Influencer*innen als Personen betitelt, bei welchen es möglich ist, deren Entwicklung mitzuverfolgen. Sie bezieht sich somit darauf, dass sie bei Influencer*innen obendrein deren Laufbahn berücksichtigt.

„Ich würde sagen, jemand, den man auch begleitet, wo man die Entwicklung mitzieht, wenn er in andere Richtungen geht. Ich muss sagen, ich habe auch schon Influencern einfach entfolgt, wenn sie sich in eine andere Richtung entwickelt haben über die Zeit, als was es mich dann interessiert hat. Das finde ich aber dann gerade das Schöne, das du siehst, wenn du wem schon länger folgst, wo der Startpunkt ist und ja, wo sie jetzt im Leben sind.“ (Interview 4, Seite 3)

Um an ein tieferes Verständnis zu gelangen, wurde des Weiteren danach gefragt, warum die Befragten glauben, dass sie eine gewisse Sichtweise zu Influencer*innen entwickelt haben. Einige der Interviewpartner*innen erklären dies aufgrund ihres Nutzungsverhaltens durch das eigene Abonnieren von Influencer*innen auf Instagram. So werden beispielsweise gewisse Posting-Verhalten und Themen hervorgehoben, die von Influencer*innen angesprochen wurden, die einem selbst im Gedächtnis geblieben sind oder mit denen man sich selbst identifizieren kann, weil sie zur Lebenssituation passen. Interviewte Person 6 beschreibt es in ihren Worten:

„Es gibt aber eine Influencerin, der ich folge und sie macht halt zum Beispiel Home Workouts, das macht sie gratis und es gibt da so Pläne. Das finde ich zum Beispiel cool, weil ich mir da für mich was mitnehmen kann und ich nicht das Gefühl habe, dass sie irgendwas verkaufen will.“ (Interview 6, Seite 4)

Zudem sticht hervor, dass mehrere Gesprächspartner*innen von der Beeinflussung der Influencer*innen berichten. In diesem Rahmen fallen Schlagwörter wie „Werbung“, „Ratschläge“ und „Empfehlungen“.

„Weil ich vielleicht selbst auch beeinflusst wurde also ich finde, wenn man selber beginnt Produkte nachzukaufen, die eine Person bewirbt.“ (Interview 3, Seite 4)

„[...] natürlich gibt es auch halt die Influencer, die halt wieder viel von sich posten und natürlich so perfekt ausschauen und das ist teilweise ein Ansporn, dass man zum Beispiel viel Sport macht oder auf die Ernährung mehr achtet. (Interview 1, Seite 4)

„Influencer sagen wir, sind ja Leute, die man nicht persönlich teilweise kennt, sondern halt eben nur durch die digitale Welt und durch ein Medium und die uns aber beeinflussen. (Interview 2, Seite 4)

Interessant ist gleichzeitig, dass während der Gespräche verschiedene Befragte positive Gefühle geäußert haben, jedoch auch einige negative Assoziationen schildern. Ihre anerkennende Sichtweise erklärt eine Person in ihrem Interview:

„ [...] einfach einige Ratschläge, die sie geben kann, wenn man wirklich Probleme hat. [...] in gewissen Lebenssituationen halt einfach für einen da ist, quasi und immer wieder Fragen beantwortet und ja, das sind so Situationen wo ich mir denke, okay, cool.“ (Interview 7, Seite 3)

Einzelne Personen erzählen von dem Gefühl, dass viele Leute über Influencer*innen denken, dass sie nichts machen und nur Freizeit haben (Interview 2; Interview 8). Eine andere Befragte erwähnt die oft nicht vorhandene Glaubwürdigkeit und dass es einfach schon zu viel um Werbung geht. Ebenso tätigt Person 1 eine ähnliche Aussage:

„Aber es gibt halt auch welche, die einfach jede Möglichkeit nutzen, um irgendwo eine neue Marke vorzustellen und dann halt eben die ganze Zeit für verschiedene Sachen Werbung machen. Was ich halt auch nervig find.“ (Interview 1, Seite 3-4)

Ein paar Personen haben sowohl negative als auch positive Seiten hervorgehoben (Interview 1, 3 & 6). Im Gespräch erzählen zwei Interviewte über beide Seiten wie folgt:

„Aber wenn du dann selbst zufrieden damit bist, dann hast du auch eine positive Meinung von diesem Menschen. Und ich würde schon sagen, dass das halt beeinflusst, weil du kannst ja auch Influencer haben, die jetzt vielleicht etwas bewerben, womit du nicht zufrieden bist. Und dann hast du ja auch eher eine nicht so positive Meinung. (Interview 3, Seite 4)

„also es gibt wie gesagt auch positive Sachen [...] da kenn ich eh so paar Influencer, wo ich halt auch das eben cool finde, wenn sie vielleicht viel über Ernährung, über generell Gesundheit, Wohlbefinden und so posten, dann interessiert mich das.“
(Interview 1, Seite 3)

7.4. Details und Beziehung zu den Lieblings-Influencer*innen

Um das volle Potenzial zu parasozialen Beziehungen auszuschöpfen, wurden die Teilnehmer*innen gebeten, ihre jeweiligen Lieblings-Influencer*innen aus dem Lifestyle Bereich zu nennen und wie lange sie ihnen ungefähr schon auf Instagram folgen. Von den Befragten wurden insgesamt acht verschiedene Influencer*innen genannt, das heißt, keine nannte eine Person doppelt.

Interview 1: Ana Johnson, 1.4 Mio. Follower*innen, @anajohnson

Interview 2: Carmen Kroll, 1.1 Mio. Follower*innen, @carmsuhka

Interview 3: Anna von Klinski, 760 Tsd. Follower*innen, @annavonklinski

Interview 4: Milena Karl, 829 Tsd. Follower*innen, @milena.karl

Interview 5: Gerid Rux, 554 Tsd. Follower*innen, @gerid_rux

Interview 6: Pamela Reif, 9.1 Mio. Follower*innen, @pamela_rf

Interview 7: Antonia Schulz, 251 Tsd. Follower*innen, @mutausbrueche

Interview 8: Emily Kopf, 436 Tsd. Follower*innen, @emskopf

Einzelne Gesprächspartner*innen folgen ihren Lieblings-Influencer*innen zwischen sieben und acht Jahren (Interview 2; Interview 4). Zwei andere erzählen von etwa zwei bis drei Jahren als Teil der Community (Interview 7; Interview 8). Die restlichen Personen erwähnen, dass sie annehmen, dass sie Follower*innen seit drei bis fünf Jahren sind (Interview 1, 5 & 3). Eine weitere Teilnehmer*in äußert sich nicht genau zu der Dauer (Interview 6).

Die Frage nach den Gründen, warum man eine gewisse Lieblings-Influencer*in ausgewählt hat und diese regelmäßig verfolgt, nimmt einen zentralen Stellenwert dieser Arbeit ein. Die Ergebnisse zeigen eine Vielzahl von unterschiedlichen Begründungen und umfassen somit unterschiedliche Elemente, die zusammen ein Ganzes an Motiven für parasoziale Beziehungen herausbilden. Einige der Befragten teilten mit, dass für sie die Influencer*in als Persönlichkeit ausschlaggebend ist. Hier wurden unterschiedliche Facetten genannt wie Sympathie, eine nahbare und positive Ausstrahlung, eine beeindruckende Art und zuletzt ebenso das äußerliche Aussehen.

„[...] sie fasziniert mich eigentlich, weil sie so echt und einfach sie ist. Weil sie sich nicht verstellt und sie wirkt echt. Ich habe sie auch einmal schon live, also privat gesehen, und das war für mich auch, da hab ich sie direkt angesprochen, [...] Also ich meine, sie wirkt voll authentisch. Sie wirkt einfach voll natürlich.“ (Interview 7, Seite 4)

„ [...] es wirkt so, dass sie ein gutes Herz hat, einen schönen Charakter. Sie bringt aber auch so gute Vibes, [...] wie gesagt, sie ist sehr sympathisch und wirkt sehr sehr lieb und dadurch mag man sie halt auch einfach“ (Interview 1, Seite 7,8)

„Also erstens mal finde ich sie voll hübsch, irgendwie auch und ich mag ihren Style und einfach die gesamte Entwicklung und auch einfach ihre Sichtweisen. Und was für eine Powerfrau sie ist. Sie ist eine mega Karrierefrau. Sie hat so viel erreicht [...] eben ihr Leben an sich, dass man es so mitverfolgen kann, wie sie das alles meistert

und ja ich find sie ist echt eigentlich eine ganz bewundernswerte Frau.” (Interview 2, Seite 5,6)

Außerdem werden gemeinsame Merkmale und die im Zuge dessen vorhandene Identifikation von mehreren Gesprächspartner*innen genannt (Interview 2, 3, 4, 5 & 6). Person 6 beschreibt, dass sie aufgrund der Einstellungen und ähnlichen Themen im Alltag dem Kanal ihrer gewählten Influencer*in folgt:

„[...] ich kann mich halt mehr mit ihr identifizieren, weil sie Sport macht. Das mache ich auch. Ich mache eben ihre Home-Workouts. Sie postet diese Pläne alle zwei Wochen gratis und was ich auch cool finde, sind ihre Einstellungen, [...] dass sie halt einfach coole Einstellungen hat oder Vorstellungen im Leben.” (Interview 6, Seite 5)

Einzig eine Befragte erwähnt, dass sie sich damit identifizieren kann, dass die Influencer*in in derselben Stadt lebt:

„Ich gehe mal davon aus, dass es ganz interessant war, was sie gepostet hat und weil sie ja auch in Wien wohnt. Ich glaube, das ist so ein Bezug dazu, wenn sie dann irgendwo unterwegs ist, ist das ganz nett anzusehen, dass man es dann kennt oder man dort mal hingehen könnte, wenn es irgendein Lokal ist oder so.” (Interview 5, Seite 6)

Mehrere der Interviewten erklären, dass die Art und Weise, wie der Kanal geführt wird, einen ausschlaggebenden Faktor darstellt. Es wird nicht so empfunden, als würde die Social-Media-Influencer*in ständig etwas verkaufen wollen (Interview 6, Seite 5). Eine weitere Gesprächspartner*in hat ebenfalls ähnliche Ansichten dazu und erklärt es wie folgt:

„ [...] aber ich finde, dass sie das, was sie macht, sehr gut rüber bringt. Man weiß auf jeden Fall, dass ihr das Spaß macht, oder, da habe ich zumindest das Gefühl, dass sie das nicht nur wegen dem Geld macht, [...] weil sie halt nicht nur postet, dass

alles super ist, sondern auch wenn mal was nicht so gut läuft. Dass sie das halt auch postet und ich finde, das ist sehr selten geworden.” (Interview 5, Seite 6)

Ebenso erwähnt Person 3 die Wichtigkeit, wie der Kanal betrieben wird, dass Positives und Negatives dazu gehört und dies auch so kommuniziert werden soll.

„Ich mag ihren Content, also ich mag die Themen, die sie anspricht und auch das Leben, was sie führt, weil sie studiert und sie arbeitet. Und ich kann das halt extrem auf mich selbst beziehen und sie thematisiert halt auch oft die Probleme, die damit verbunden sind, auch so mentale Breakdowns, die man hat und das man halt trotzdem weiter machen muss [...].” (Interview 3, Seite 4)

Generell wird die Ansprache von wichtigen Themen und Realitätsnähe beim Kanalmanagement hervorgehoben. Einzelne Personen erwähnen explizit das Management der Community. Es wird offen gesprochen und viel aus dem Leben der Influencer*in preisgegeben wird (Interview 2; Interview 7). Die bisherige Zeitspanne wird ebenso in ein paar Interviews erwähnt, Befragte 4 erzählt dazu:

„ [...] schon ziemlich lange. Ich glaube, sie war auch einer der ersten Influencer, wo ich mich wirklich erinnern kann und der ich auch einfach eben nicht entfolgt bin und die ich seitdem verfolge.” (Interview 4, Seite 4)

Zuletzt kann man darüber hinaus den Grund “positiven Einfluss” in den Fokus stellen, was einzelne Follower*innen schildern. Beispielsweise nennt Person in Interview 8:

„Ich schaue ihre Stories und Beiträge gerne, weil sie mich positiv beeinflussen, nicht wie bei anderen, das die dann irgendwie negative Auswirkungen haben auf mich [...].” (Interview 8, Seite 4)

Zudem werden in diesem Zusammenhang sowohl positive Ratschläge als auch Inspiration genannt (Interview 2; Interview 4). Einzelne informieren darüber, dass sie ein gewisses

Vertrautheitsgefühl den Influencer*innen gegenüber verspüren (Interview 2; Interview 3), Befragte 2 beschreibt wie folgt:

„Also es fühlt sich an, als wäre das echt eine Person in der Familie, über die man gerade redet.“ (Interview 2, Seite 6)

Durch die Frage nach der Wichtigkeit der Lieblings-Influencer*in sollen Gemeinsamkeiten und Unterschiede gefunden werden, um zu verstehen, welche persönlichen Bedeutungen die Personen für die Teilnehmer*innen haben. Ein paar der Befragten geben explizit an, dass ihnen die Influencer*innen wichtig sind (vgl. Interview 1, 3 & 4) und erwähnen es wie folgt:

„[...] die mag ich nämlich wirklich, also sie ist mir auch wichtig.“ (Interview 1, Seite 6)

„Immer wenn ich auf Instagram bin, schaue ich, ob sie neue Stories hat.“ (Interview 3, Seite 5)

„Und deswegen ist sie halt schon länger ein Teil, weil ich den Weg, in welche Richtung sie geht, gerne auch in die Richtung gehen will.“ (Interview 4, Seite 5)

Im Gegenteil dazu erzählen einzelne Teilnehmer*innen zu Beginn der Frage, dass ihnen die Lieblings-Influencer*in egal beziehungsweise nicht wichtig ist, weil die Person im realen Leben fremd und weit entfernt ist (Interview 6; Interview 8). Eine weitere Gesprächspartner*in beschreibt:

„Sie ist keiner meiner Freunde. Ja, schwierig zu sagen. [...] sie ist trotzdem weit weg, auch wenn sie so authentisch wirkt.“ (Interview 7, Seite 5)

In dieser Antwort spiegelt sich eine gewisse Zwiegespaltenheit wider, die sich ebenso in einzelnen anderen Gesprächen wiederfindet. Es scheint schwer, Bedeutung für sich zu definieren. Im Zuge der Frage sollten die Gesprächspartner*innen zudem begründen, warum sie ihre jeweiligen Sichtweisen haben. Dies soll Hintergründe hervorheben, die in erster

Linie den Befragten nicht bewusst in den Sinn kommen. Die Ergebnisse zeigen teilweise Widersprüche, da Personen, die eigentlich davon erzählen, dass keine Wichtigkeit vorhanden ist, trotzdem Aussagen machen, die zeigen, dass die Influencer*innen ihnen nicht komplett egal sind (Interview 6; Interview 8). In ihren Antworten spiegelt sich also keine hundertprozentige Konstanz wider, dass ihnen die Influencer*innen wirklich egal sind. Person 8 formuliert wie folgt:

„in dem Sinne, dass wenn ich sehe, dass es neue Storys gibt oder Beiträge, dass ich es mir gerne anschau, dass ich mich freue, [...] Und wenn von ihr eine Story zum Beispiel da ist, schaue ich gerne nach, was sie so macht. Keine Ahnung, weil du einfach irgendwie Interesse hast, was sie in ihrem Leben so macht und was da so abgeht.“ (Interview 8, Seite 4)

Gesprächspartner*in 6 bezieht sich auf die Themen und den Inhalt, der von der Influencer*in geteilt wird.

„Das einzige, was ich wirklich aktiv von ihr habe, würde ich jetzt sagen, sind die Workout-Pläne, die sind mir schon wichtig, [...].“ (Interview 6, Seite 5)

Bezogen auf die Wichtigkeit wird die Kategorie der zwischenmenschlichen Neugier von mehreren Teilnehmer*innen erwähnt (Interview 1, 2, 3, 5 & 8). Diese wird von den Follower*innen verspürt, weil sie so über das gesamte Leben der Influencer*innen am Laufenden gehalten werden.

„Obwohl es ihr auch manchmal nicht gut geht, dass sie das trotzdem einfach schafft und dass man das halt auch mitverfolgen kann.“ (Interview 2, Seite 9)

„[...] ich glaube, weil man halt auch neugierig ist, was sie so den ganzen Tag gemacht hat? [...].“ (Interview 5, Seite 9)

„Immer wenn ich auf Instagram bin, schaue ich, ob sie neue Stories hat, einfach weil es mich interessiert, was halt gerade bei ihr abgeht, zum Beispiel jetzt zieht sie aus,

also sie ist ja gerade mit ihrem Freund zusammengezogen. Ich finde es einfach ur spannend, das so mal zu sehen, weil sie teilt halt doch sehr viel von ihrem Leben.“

(Interview 3, Seite 5)

Des Weiteren wurde von einigen der Interviewpartner*innen etwas zu der Kategorie „soziale Anteilnahme“ gesagt. Hier wurde Mitgefühl und Sorge beschrieben, falls etwas mit der Influencer*in passieren sollte:

„[...] also natürlich, wenn etwas passieren würde, wär ich traurig [...].“ (Interview 7, Seite 5)

„[...] wenn, es dann doch heißt, irgendeine Person, der ich folge, die ich nicht persönlich kenne, geht es nicht gut und ist im Krankenhaus, keine Ahnung oder es ist etwas schief gegangen. Irgendwas ist passiert. Natürlich denkt man sich so, oh je, was ist da los? Ja klar hat man Mitgefühl.“ (Interview 8, Seite 5)

„Mir würde das wahrscheinlich so nach 1-2 Tagen auffallen, da würde ich mir wahrscheinlich Sorgen machen [...].“ (Interview 5, Seite 17)

Person 1 erwähnte in diesem Zusammenhang Freude und Empathie für ihre Lieblings-Influencer*in:

„Und ja, wie gesagt, sie ist sehr sympathisch und wirkt sehr sehr lieb und dadurch mag man sie halt auch einfach und wünscht ihr dann halt auch das Beste, das sage ich mal.“ (Interview 1, Seite 8)

Ein paar Personen erklären, dass die Influencer*innen nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken sind und eine Begleitung des Tages darstellen (Interview 2, 4 & 5).

Mehrere Gesprächspartner*innen berichten, dass es ihnen fehlen würde, wenn die Influencer*in nicht mehr da wäre. Befragte 2 schildert Folgendes:

„So als Unterhaltung oder generell als Begleitung für den Tag, würde ich schon sagen, dass es irgendwie komisch wäre, wenn sie von heute auf morgen einfach ihren Account löscht und einfach gar nicht mehr da ist.“ (Interview 2, Seite 6-7)

Zudem beschreibt Person 5 ähnliche Ansichten:

„[...] wenn sie sich zum Beispiel so eine Story-Pause nimmt, dass sie dann auch schon in der Früh Bescheid gibt, zum Beispiel, hey Leute, nur zur Info, ich habe heute Story-Pause. Das ist dann natürlich schon komisch, wenn sich jemand plötzlich von einem Tag auf den anderen nicht meldet und nichts postet.“ (Interview 5, Seite 17)

Gesprächspartner*in 4 zählt noch dazu, dass sie nichts von dem geposteten Content verpassen wollen würde:

„[...] weil wenn ich irgendwas verpassen würde vom Content, fände ich es schon teilweise schade oder würde denken, was gibt es jetzt wieder Neues?“ (Interview 4, Seite 6)

Des Weiteren sollen die Befragten eine bedeutsame Erfahrung schildern, die sie mit der ausgewählten Influencer*in verbinden, um somit an Erkenntnisse zu gelangen, was die Personen eventuell persönlich berührt hat und sie mit der Influencer*in assoziieren. Es wurden acht Kategorien genannt, was als vielfältig angesehen werden kann. In ein paar der Interviews werden thematische Übereinstimmungen, Lebens-Parallelen und ähnliche Erfahrungen zwischen den Follower*innen und den Influencer*innen ausgeführt (Interview 3, 4 & 8).

„[...] es hat einfach immer zu meinem Lebensabschnitt gepasst. Sie ist umgezogen, wo ich auch umgezogen bin und dann hat sie wieder mehr in die Richtung Content gemacht, Möbel und Interior mäßig, wo ich gesagt hab, das passt jetzt zu meinem Leben, das ist genau der richtige Moment für die Inspiration.“ (Interview 4, Seite 5)

„Ja, sie hat letztes Jahr ihren Bachelor gemacht und sie war wirklich nervlich am Ende und ich konnte das, weil ich selbst auch letztes Jahr meinen Bachelor gemacht habe, extrem nachempfinden.“ (Interview 3, Seite 5)

„[...] also sie hat einen Sohn und ich selber bin in einem Alter oder Beziehungsstatus, wo irgendwann Kinderplanung dann doch Thema wird.“ (Interview 8, Seite 5)

Persönliche Einblicke, welche die Influencer*innen geben, kann als weitere Kategorie von einem kleinen Teil der Personen hervorgehoben werden (Interview 1, 4 & 8). Private Details, Familienplanung, Eindrücke vom Alltag und persönliche Anliegen werden geteilt und hinterlassen Eindruck, wie man beispielsweise in Interview 1 heraus hören kann:

„Also ich würde sagen, vor allem das, was jetzt eben passiert ist mit der Schwangerschaft, wo sie eben so lange nicht schwanger werden konnte. Und mit Müh und Not haben sie es dann halt doch geschafft. Und da hat man halt voll mitbekommen, wie sie das halt wirklich mitgenommen hat und da habe ich das Gefühl gehabt, dass ich sie ja doch besser kenne.“ (Interview 1, Seite 7)

Person 2 schildert, dass sie durch die Influencer*in etwas gelernt hat und dies nun auch in ihrem Leben integriert hat:

„[...] dass sie dieses Universum wünschen, immer beschreibt und ich habe das mal im Urlaub ausprobiert und es hat eben dann auch funktioniert. [...] da habe ich dann so das erste Mal gewusst, oha, also ohne sie hätte ich das ja eigentlich nie erfahren. Das fand ich zum Beispiel, war schon sehr cool.“ (Interview 2, Seite 7)

Ebenso besonders hervorzuheben ist, dass zwei der interviewten Personen im Zusammenhang mit dem besonderen Erlebnis Hinweise auf soziale Verbundenheit äußern. Sie erwähnen, dass sie Empathie gegenüber der Influencer*in verspüren sowie das Gefühl, dass man sich durch sie und ihren Content nicht alleine fühlt.

„Und da hat man halt voll mitbekommen, wie sie das halt wirklich mitgenommen hat. Und da habe ich das Gefühl gehabt, dass ich sie ja doch besser kenne. Und weil sie wirklich, sich geöffnet hat, der Community gegenüber und man hat dann halt auch voll Mitgefühl, weil man auch gesehen hat, den Schmerz und generell, wie wichtig ihr das alles ist.“ (Interview 1, Seite 7-8)

„Und sie war dann so, aber es wird sich halt lohnen, weil sie hat ihn kurz vor mir gemacht und das war dann irgendwie, es hatte sich so angefühlt, als wär man nicht alleine. Halt auch Menschen, die auf Instagram sind und deren Leben vielleicht nach außen für viele perfekt wirkt, die haben genau dieselben Probleme wie wir Menschen [...].“ (Interview 3, Seite 5)

Ein paar Personen nennen Produkt-Käufe, die ihnen im Kopf geblieben sind (vgl. Interview 5; Interview 6). Person 5 nennt zudem noch, dass sie die wahrgenommene Authentizität ihrer Lieblings-Influencer*in schätzt und glaubt, dass diese ihre Empfehlungen genau so an ihre engen Freundinnen weitergeben würde (Interview 5, Seite 6).

Gesprächspartner*in 7 nennt in Verbindung zu dieser Frage, dass sie ihre gewählte Influencer*in schon einmal im realen Leben getroffen hat und ihr dies somit am meisten im Kopf geblieben ist.

Der nächste Abschnitt soll zeigen, wie die Befragten die Beziehung zu der Influencer*in beschreiben und was für eine Sicht sie dazu haben. Dies soll zu einem tieferen Verständnis beitragen, warum sie dem Kanal der gewählten Person jahrelang folgen und dies weiterhin beibehalten. Was direkt auffällt, ist, dass verschiedene der Befragten sich bewusst sind, dass es eine Beziehung aus der Ferne ist (Interview 2, 5, 7 & 8). In Interview 7 beschreibt es die betroffene Person wie folgt:

„Ist einfach so, naja Freundschaft? Weiß ich nicht, ist es nicht. Ich habe sie einmal gesehen, habe ihr ein Foto dann geschickt von uns. Also die Beziehung ist eigentlich eine sehr weit entfernte und wenn man das so sagen kann.“ (Interview 7, Seite 5)

Des Weiteren beschreiben es ein paar weitere Befragte ähnlich und betonen, dass die Person im echten Leben nicht bekannt ist und ebenso umgekehrt die Influencer*innen sie nicht kennen (Interview 2; Interview 8).

„Ich würde doch sagen, eher distanziert. Also wie gesagt, ich habe zu keinem Menschen, den ich nicht kenne, wirklich eine Beziehung.“ (Interview 8, Seite 5)

Im Zuge dessen erzählen wenige Personen davon, dass die Beziehung eher als einseitig gesehen wird und dass man persönlich viel von der Influencer*in weiß und das Gefühl hat, dass es eine Bekannte ist, obwohl dies nicht auf Gegenseitigkeit beruht (Interview 2; Interview 5).

„Also es ist spannend, weil ich sie kenne und ihre Gewohnheiten unter Anführungszeichen, aber sie mich ja gar nicht, man geht ja als Follower in der Masse unter von dem her und das sehe ich auch so!“ (Interview 5, Seite 8)

Es wird von beiden Personen betont, dass Bezug zu der Person besteht, aber dass die Definition von Beziehung schwierig ist und eher nicht zutrifft (vgl. Interview 2; Interview 5). Zwei andere Gesprächspartner*innen schildern, dass sie eine gewisse Nähe und Verbundenheit zu ihren gewählten Influencer*innen verspüren.

„Also sie ist am nahbarsten, würde ich jetzt sagen. Und eben viele Parallelen zu mir hat auch zum Beispiel von Gesundheitssachen oder Hautsachen her. Das ist halt sehr ähnlich und deswegen würde ich schon sagen, es ist eine nahe Beziehung, [...]“ (Interview 4, Seite 6)

„Und das mag ich extrem an ihr, weil ich selber auch eben diese Grundsätze hab [...]“

Dass man schon einfach so viele Dinge übernimmt von Leuten, wenn man diese mag und schätzt und wenn man sich verbunden zu denen fühlt.” (Interview 3, Seite 6,15)

Zwei weitere Personen sprechen in Bezug auf die Beziehung ebenfalls davon, dass sie die Influencer*innen bezogen auf ihr eigenes Leben als Vorbilder und Inspiration sehen.

„Ich finde, es ist schon ein bisschen so eine Inspiration. Durch ihre Kreativität und ihre schöne Beziehung und ihr Zuhause. [...] Also das ist alles etwas, einfach, wie ich mir das halt auch vorstelle.” (Interview 1, Seite 8)

„Ich würde sie als Vorbild sehen, weil sie trotzdem extrem viele verschiedene Dinge macht. Sie hat halt nicht nur einen Weg, sie versucht auch viele verschiedene Dinge. Obwohl sie Influencerin ist, studiert sie und ich weiß, ich finde es extrem bewundernswert und beeindruckend, dass sie sich halt trotzdem auch noch irgendwo anders weiterbildet, [...].” (Interview 3, Seite 6)

Person 7 erwähnt zudem noch, dass sie hier das Berufsbild und die Geldeinnahmequelle mit einbezieht und dass sie es als typische “Influencer*in-Follower*in-Beziehung” definieren würde (Interview 7, Seite 5).

Ein weiterer Abschnitt, der die Erwartungen und Wünsche der Follower*innen beleuchtet, soll dazu beitragen, besser zu verstehen, warum sie weiterhin Anhänger*innen bleiben und wie die parasozialen Beziehungen aufrechterhalten werden. Bei der Frage, ob überhaupt Erwartungen an die Person vorhanden sind, zeigt sich, dass dies von den Teilnehmer*innen zahlreich bejaht wird (Interview 1, 2, 3, 4 & 8). Einige der Befragten verneinten es eher oder fanden es schwer zu definieren (Interview 5, 6 & 7). Anschließend wurde näher darauf eingegangen, warum und welche Wünsche vorhanden sind oder nicht. Verschiedene der Befragten sind sich einig, dass die Influencer*innen die Tätigkeit so wie üblich weiterführen sollen.

„Ich wünsche mir, dass sie so bleibt, wie sie ist, (lacht) also dass sie weiterhin einfach eben diese guten Vibes verbreitet und auch immer so positiv bleibt und eben ja weiterhin einfach so angenehm bleibt.“ (Interview 1, Seite 8)

„Ja, einfach, dass es halt weiter geht [...] Manchmal denke ich darüber nach, weil sie sich immer wieder ein bisschen verändert, auch ihre Denkweise, dass ich vielleicht irgendwann das nicht mehr gut finden würde. Das fände ich schlecht, [...]“ (Interview 2, Seite 8)

„[...] grundsätzlich finde ich, das, was sie macht, macht sie voll gut und ich schaue mir das gerne an, weil sie ja doch immer neue Sachen irgendwie herzeigt oder ausprobiert.“ (Interview 5, Seite 8)

Die Befragten erwähnen, dass sich die Erwartungen zudem auf die Inhalte und den Content fokussiert, welche von den ausgewählten Influencer*innen behandelt und angesprochen werden.

„Wie gesagt, ich folge ihr hauptsächlich, weil sie gut drauf ist, weil sie ein cooles Leben führt und das sind auch meine Ansprüche eigentlich, dass sie auch so einen Content dann wiedergibt.“ (Interview 8, Seite 5)

„Egal ob es jetzt irgendwie von den Rezepten her ist, oder auch wenn sie mal im Urlaub ist. Ich finde es auch immer ganz nett, dass sie das mit uns teilt und ihre Erfahrungen auch preisgibt.“ (Interview 5, Seite 8)

Im Zuge des Contents erwähnen einige Personen, dass sie es gerne weiter so hätten, wie es bisher war (Interview 1, 3, 4, 5, 6 & 8).

„[...] ich habe bis jetzt immer das Gefühl gehabt, dass sie jetzt keine Werbung für Sachen macht, die sie nicht wirklich benutzt, wo sie nicht wirklich dahinter steht. Auch von ihrem Leben, das sie das teilt, wo ich das Gefühl habe, das stimmt so und das ist die Wahrheit. Das finde ich, ist eine Priorität bei Influencern, weil wenn ich

das nicht authentisch finde, dann macht es für mich keinen Sinn zu folgen."

(Interview 4, Seite 6)

„[...] und jetzt nicht irgendwie plötzlich was ganz anderes macht, das fände ich irgendwie komisch, und ich glaube auch, das würde meine Beziehung zu ihr ein bisschen zerstören, weil es halt nicht passen würde. Weil sie sich ja seit den letzten Jahren so gibt und das wäre dann irgendwie ein bisschen irritierend.“ (Interview 3, Seite 6)

Die Kommunikation wurde zahlreich im Zuge von den Erwartungen erwähnt. Diese soll von Ehrlichkeit geprägt sein und authentisch für die Follower*innen rüberkommen.

„Und ja, also die Erwartungen habe ich einfach aber, dass sie trotzdem noch immer ehrlich ist, [...]“ (Interview 7, Seite 6)

„Ja, also grundsätzlich ist es mir am wichtigsten, dass es authentisch und ehrlich ist. [...]“ (Interview 4, Seite 6)

„[...] ich würde mir schon wünschen, dass man viel mehr Ehrlichkeit noch sieht auf Social Media und gerade auch bei ihr, weil das ja lange Zeit sehr perfekt gewirkt hat, aber dann hat sie eben darüber gesprochen.“ (Interview 2, Seite 8-9)

Es soll zudem auch realitätsgetreu und wahrheitsgemäß über das Leben und die Themen kommuniziert werden (Interview 7, Seite 6). Einige der Gesprächspartner*innen geben den Wunsch an, dass sich ihre Influencer*in treu bleibt und einfach sie selbst ist. Befragte 2 und 5 beschreiben es wie folgt:

„Und dass sie sie selbst ist, weil ich das nach wie vor vertrete.“ (Interview 2, Seite 8)

„[...] ich kann mich mehr mit der Gerid identifizieren, weil sie ja auch in einer normalen Wohnung lebt, in Wien, weißt du, so normale Sachen macht. [...] ich kann mich halt damit mehr identifizieren und dass sie halt bodenständiger ist. [...]“ (Interview 5, Seite 9)

Des Weiteren ist durch vereinzelte Antworten die Kategorie “Vermittlung von Wohlgefühl” entstanden.

„Wie gesagt, ich folge ihr hauptsächlich, weil sie gut drauf ist [...] Das da dieses Bedürfnis von mir befriedigt wird, dass ich dann selber besser drauf bin, nachdem ich das schaue.“ (Interview 8, Seite 5)

Ebenso beschreibt Person 1 ein angenehmes Gefühl durch die Positivität der Influencer*in.

„[...] dass sie weiterhin einfach eben diese guten Vibes verbreitet und halt auch immer so positiv bleibt.“ (Interview 1, Seite 8)

Der nächste Block in der Befragung ist die Kommunikation der Influencer*innen. Jedoch ist die Forscherin während den Gesprächen zum Schluss gekommen, dass die Frage zur Verbundenheit zwischen Follower*in und Influencer*in thematisch noch zu diesem Abschnitt gehört. Deswegen wird dieser Teil der Ergebnisse vorgezogen.

Die Verbundenheit ist ein Indikator für parasoziale Beziehungen und kann Aufschluss geben, was die Follower*innen über die Influencer*innen denken und wie dies einen Einfluss sowohl auf das Weiterbestehen von parasozialen Beziehungen sowie auf das soziale Wohlbefinden haben kann. Um an ein detailliertes Verständnis zu gelangen, wurde gefragt ob sich die Befragten verbunden zu ihren Influencer*innen fühlen. Die meisten der interviewten Personen bejahten diese Frage (Interview 2, 3, 4, 5, 7 & 8). Einige Personen hatten es jedoch schwer, Verbundenheit in diesem Zusammenhang zu definieren (Interview 2, 6, 7, & 8). Folgend haben die Gesprächspartner*innen versucht, die Verbundenheit in ihren Worten im Detail zu definieren. Verschiedene Befragte geben an, dass sie eine intensive Kenntnis der Person verspüren. Person 2 beschreibt die Verbindung wie nachstehend:

„Ich kenne sie halt einfach sehr gut. Ich kann sehr viel über sie reden, über ihr Leben. Und das ist jetzt schon irgendwie schön, dass man das auch so miterlebt hat. Eben auch so die Höhen und Tiefen. [...] Aber wenn man die Storys sieht, fühlt es sich so an, als wäre sie ein fester Bestandteil der Familie, der halt einfach entfernt wohnt.“ (Interview 2, Seite 10)

Befragte 4 und 8 beschreiben ähnliche Gedanken:

„Vielleicht doch, weil man halt das Gefühl hat, dass man die Person wirklich jeden Tag ein bisschen sieht, dass man sie kennt, wie eine Freundin und sich irgendwie ja verbunden fühlt im Sinne von, ich weiß, was die Person macht, aber logischerweise weiß sie nicht, was ich mach. Aber irgendwie hast du schon das Gefühl, es ist wie eine Freundin, die dir eine Sprachnachricht schickt, was sie heute so vorhat.“ (Interview 8, Seite 6)

„Naja, es ist eben schon so, weil ich sie einfach so lange kenne. Da habe ich so ein Gefühl, weil sie auch viele persönliche Themen einfach teilt. Man hat dann mit der Zeit das Gefühl, dass man sie schon kennt und einschätzen kann.“ (Interview 4, Seite 7)

Demnach wird ebenso Nähe erwähnt, die man gegenüber der Person empfindet und einem im Alltag begegnet (Interview 2, 3 & 8). Dies führt auch zur Kategorie, dass die Influencer*in als Teil des eigenen Leben angesehen wird (Interview 2, 3 & 6).

„Also irgendwo gehört es dazu zum Leben.“ (Interview 2, Seite 9)

„Weil auch manchmal einfach so Situationen im Alltag sind, wo sie mir quasi begegnet, [...] sie hat letztens irgendein Produkt verwendet und ich hab mir das danach auch nachgekauft und immer wenn ich das Produkt verwende, dann denke ich halt daran, hey, dass sie das ja auch verwendet und sie war voll begeistert davon.“ (Interview 3, Seite 8)

Des Weiteren spielen bezüglich der empfundenen Verbundenheit vorhandene Ähnlichkeiten eine Rolle. Innerhalb einiger Interviews wurde erwähnt, dass ähnliche Sichtweisen, Wohnorte, Interessen und Einstellungen von Wichtigkeit sind.

„[...] dass sie ähnliche Hobbys hat, dass sie eben auch gerne Sport macht, dass sie ein Haustier hat, dass immer wieder über Tiere berichtet, Stories darüber macht und ich halt auch einen Hund hab. Das verbindet uns auch irgendwie.“ (Interview 7, Seite 7)

„[...] was einen vielleicht mehr verbindet, ist, dass sie vielleicht auch in Wien wohnt, so wie ich. Ich glaube, wir sind im selben Alter und eben dass sie noch so bodenständig ist.“ (Interview 5, Seite 10)

„[...] es gibt halt einige Punkte, wo ich meinen würde, dass wir schon die Dinge gleich sehen. Also mir kommt es so vor, als ob sie auch eher so ein Mensch ist, der so Momente genießt und so oder „Experiences over so material Things“. Und zum Beispiel, dass sie sportlich ist, bin ich auch.“ (Interview 6, Seite 8)

Weitere Gesprächspartner*innen erzählen jedoch von der Schwierigkeit, Verbundenheit zu definieren. Es sei grundsätzlich eine fremde Person und es wird betont, dass man sie im echten Leben noch nie getroffen oder kennengelernt hat (Interview 2; Interview 6). Person 2 sagt dazu:

„[...] sehr schwierig. Es ist ja trotzdem irgendwo eine fremde Person, die ich aber auf keinen Fall eine fremde Person nennen würde, weil ich eben so viel über sie weiß.“ (Interview 2, Seite 10)

Folgend wird auch vereinzelt die Einzigartigkeit genannt und erzählt, dass die Influencer*innen für sie etwas Besonderes sind. Die Verbindung sei unvergleichbar und würde gegenüber anderen immer wieder herausstechen (Interview 1; Interview 4).

7.5. Kommunikation der Social-Media-Influencer*innen

Eine Frage, mit der sich diese Arbeit beschäftigt ist, inwiefern die Art und Weise der Kommunikation der Influencer*innen auf ihren Kanälen eine Rolle bei parasozialen Beziehungen spielt und in welchem Maß dadurch das Bestehen gefördert wird. Hierzu wurden Fragen bezüglich der Kommunikation gestellt und wie die Follower*innen dies persönlich einordnen. Die Antworten zeigen, dass alle Influencer*innen zumeist mündlich und visuell über Instagram kommunizieren, aber auch einiges schriftlich festgehalten wird. Besonders hervorgehoben wird die direkte Ansprache durch die Kamera.

„Also sie setzt sich teilweise hin und redet sehr lange in die Kamera.“ (Interview 2, Seite 9)

„[...] ich schaue es gerne an, weil sie teilweise immer so in die Kamera redet.“ (Interview 5, Seite 9)

Bei der Einordnung der Kommunikation wurden mit 15 Kategorien viele unterschiedliche Einschätzungen genannt, was zeigt, wie vielfältig die Einteilung dieser ist. Zahlreiche Antworten verdeutlichen, dass die Kommunikation als tiefgründig wahrgenommen wird und dies an den ausgewählten Influencer*innen besonders geschätzt wird (Interview 1, 2, 4 & 6).

„Dass sie halt manchmal Dinge in ihrer Story teilt, die nicht jeder so teilt. Oder eben bestimmte Ansichten, die vielleicht komisch sind, die eigentlich normal sind, aber halt in der Gesellschaft nicht so gezeigt werden.“ (Interview 6, Seite 7)

„lässt eben hinter die Kulissen blicken oder hat wirklich deepere Themen, also sie hat auch selber, ja Periodenprobleme oder andere Frauen-Probleme und dann redet sie darüber. [...] dass sie tiefgründigere Themen aufgreift, und sich wirklich auch damit intensiver beschäftigt.“ (Interview 2, Seite 9)

„[...] Sie spricht oft eher tiefgründige Sachen aus ihrem Leben an, von ihren Erfahrungen, aus der Vergangenheit, wo ich sage, das hat auch einen Sinn.“

(Interview 4, Seite 6-7)

Person 6 beschreibt bezüglich der Kommunikation zudem die Einbindung der Follower*innen und bemerkt, dass es ihr gefällt, wenn die Community mit einbezogen wird:

„Aber prinzipiell finde ich, wirkt es so, als ob sie die Leute zumindest mit einbindet, wenn sie manchmal nachfragt, bei Titelbildern, wollt ihr lieber das Bild oder das andere Bild. Sowas ist gut.“ (Interview 6, Seite 7-8)

Person 1 betont die Offenheit, mit welcher Einblicke und Gefühle der Influencer*in geteilt werden (Interview 1, Seite 7). Gesprächspartner*in 2 betont ebenfalls:

„Dann hat sie auch schon öfter über Beziehungsprobleme gesprochen und man glaubt immer auf Social Media, jeder hat eine perfekte Beziehung und alles ist so toll. Und darüber redet sie dann, [...]“ (Interview 2, Seite 9)

Eine weitere Person erklärt, dass ihre Influencer*in offen sagt, was sie denkt und dass dies authentisch auf sie wirkt (Interview 4, Seite 6-7). Person 6 schildert, dass die offene Kommunikation Themen in Anspruch nimmt, die in der Gesellschaft oft nicht angesprochen werden. Außerdem wurde Ehrlichkeit in ein paar Gesprächen genannt. Es ist gerne gesehen, wenn kommuniziert wird, dass jeder Mensch schlechte Tage hat, dies zum Leben gehört und dass nicht immer alles nur positiv ist (vgl. Interview 2, 3 & 7). Wenige Interviewte machten einen Vergleich mit Kommunikation zu Freund*innen, sie schildern:

„Weil sie halt auch einfach irgendwelche Dinge nebenbei macht und halt einfach so ist für mich, als würde ich mit einer Freundin irgendwo sitzen.“ (Interview 3, Seite 7)

„Man bekommt sehr viel mit und sie redet da ja auch, wie wenn sie jetzt mit einem Publikum oder wie mit einer Freundin manchmal redet.“ (Interview 2, Seite 10)

Person 2 hebt die Motivation hervor, die mitschwingt und in einem weiteren Gespräch wird erzählt, dass die Kommunikation von Positivität geprägt ist (Interview 7, Seite 7).

Um die Zufriedenheit der Teilnehmer*innen zu erkennen, wurden sie gefragt, ob sie Wünsche bezüglich zukünftiger Kommunikation haben. Die Zufriedenheit wurde zuvor von mehreren Personen als zutreffend eingestuft. Passend dazu geben zahlreiche Befragte an, dass sie die Kommunikation grundlegend als ausreichend einschätzen, unter anderem sagt Person 2:

„Also für mich passt das so und ich würde sagen, das ist wirklich ausgeglichen.“ (Interview 2, Seite 10)

Teilnehmer*innen 6 und 7 schildern es ebenfalls wie folgt:

„Nein, ich finde, sie macht das sehr gut.“ (Interview 6, Seite 7)
„Ich wünsche mir, dass sie genauso weitermacht. Dass sie sich nicht verändert [...].“ (Interview 7, Seite 7)

Person 5 betont ihre Zufriedenheit und findet es gut, dass die Kommunikation und Handhabung des Contents abwechslungsreich ist. Zudem wird in ein paar Interviews erklärt, dass sie sich wünschen würden, dass die Kommunikation unverändert bleibt (Interview 3, 4 & 7).

„[...] ich finde die Mischung ziemlich gut von Stories, wenn sie nur Fotos macht. Das sind eher ästhetische Fotos, so richtig inspirierend. Und sie hat halt genau so ein Auge für Ästhetik wie ich, was ich immer wieder schön finde und dann zwischendurch eben diesen gesprochenen Inhalt, wo es um tiefgründige Sachen geht. Deswegen finde ich die Parallelen dazwischen gut, also das Leichtere mit Fotos eher

schick und oberflächlich zu dem gesprochenen und ehrlichem Content, ist eine gute Mischung.“ (Interview 4, Seite 7)

„Also mir würde jetzt nicht auffallen, dass mich irgendwas stört oder ich mir denke, das könnte sie irgendwie ändern. Also ich hätte jetzt nichts, wo ich sage, das könnte sie ändern.“ (Interview 3, Seite 7)

Es wird zudem der Wunsch geäußert, dass die Kommunikation und die Themen, die angesprochen werden, in Zukunft abwechslungsreicher und tiefgründiger gehandhabt werden sollen:

„[...] also Themen, die sie behandelt. Es ist immer das gleiche, Tag für Tag hab ich das Gefühl, was mich jetzt nicht gestört hat eigentlich die meiste Zeit, aber jetzt nach ein paar Jahren, merke ich halt dass sich das wiederholt, also nichts Neues dazu kommt, dass da nichts irgendwann tiefer geht [...].“ (Interview 8, Seite 6)

Die Frage, ob die Teilnehmer*innen das Gefühl haben, dass ihre Lieblings-Influencer*innen es schätzen, dass sie ihren Kanälen folgen, soll einen weiteren Einblick geben, wie die Beziehungen empfunden werden. Es zeigt sich, dass die meisten Befragten die Dankbarkeit und Wertschätzung der Influencer*innen spüren (Interview 1, 2, 3, 4, 5 & 6). Nur wenige Personen geben an, dass sie eher keine Wertschätzung empfinden (Interview 7; Interview 8). In Interview 8 wird dies im Zuge von Desinteresse der Influencer*in geschildert, jedoch hat die Befragte kein Problem mit diesem Aspekt:

„Nein, ich glaube nicht, dass sie als Person da Wert drauf legt. [...] ich habe ehrlich gesagt nicht das Gefühl, dass es ihr wichtig ist, Personen kennenzulernen oder mehr über sie zu erfahren. Aber das ist für mich okay. Also spielt's für mich nicht so eine Rolle.“ (Interview 8, Seite 7)

Auch Teilnehmer*in 7 beschreibt, dass sie sich nicht besonders wertgeschätzt fühlt:

„Eigentlich nicht [...] Aber wie gesagt, ich bin eigentlich eine von vielen [...] Aber ja, das wird sie bei vielen machen. Ich fühle mich jetzt nicht besonders mit ihr.“
(Interview 7, Seite 7-8)

Dennoch erwähnt die Person weiters, dass teilweise schon Dankbarkeit bemerkt wird und die Social-Media-Influencer*in dies ab und zu äußert (Interview 7, Seite 7). Einige weitere Teilnehmer*innen, die Wertschätzung verspüren, schließen sich dieser Aussage an, da sich diese durch vermittelte Dankbarkeit zeigt (vgl. Interview 1, 2, 3, 4, 5 & 6).

„Also ich glaub vielleicht jetzt nicht konkret mich als Person, aber sie schätzt ihre Follower schon. Das sagt sie auch, weil sie teilt auch oft, was ihr die Leute schreiben, dass sie sich so gerührt fühlt. [...] Aber sie weiß schon, dass sie zum Teil auch einfach, sage ich jetzt mal, dort ist, wo sie ist, weil sie halt einfach diese Leute hat, die Follower, die hinter ihr stehen.“ (Interview 3, Seite 8)

Ebenfalls sind sich mehrere andere Befragte einig, dass ihre Influencer*in zeigt, wie dankbar sie ist und dies zusätzlich aktiv anspricht. Es wird folgend davon erzählt, dass es so wirkt, als wäre der Influencer*in bewusst, was sie ihren Follower*innen zu verdanken hat.

„Also ich glaube schon, dass sie sehr, sehr wohl weiß, dass der Erfolg auch uns irgendwie zu verdanken ist“ (Interview 2, Seite 13)

„[...] sie hat nach jeder Million Follower dann einen Post gemacht, sich bedankt und generell wirkt es einfach so, finde ich von ihren Storys her.“ (Interview 6, Seite 8)

„[...] glaube ich schon, dass sie sehr die Leute schätzt und auch auf Kommentare antwortet und auch auf Nachrichten, soweit ich das gesehen habe, wenn ihr jemand geschrieben hat, nochmal und irgendwas verpasst hat, sie da gerne geantwortet hat

oder das auch noch mal wiederholt hat in der Story.” (Interview 4, Seite 8)

„Weil sie sich da schon auch immer wieder bedankt und ihren Followern sagt, wie schön sie es findet, dass wir sie ja unterstützen und so und ja, auf jeden Fall.”

(Interview 1, Seite 9)

„[...] ich glaube schon, dass sie weiß, dass es halt nicht selbstverständlich ist [...] das finde ich auch ganz nett, dass sie das sieht und eben auch wertschätzt und sich

deswegen auch noch mal kurz vorstellt [...].” (Interview 5, Seite 11)

Wie schon teilweise in den vorherigen Aussagen erwähnt, betonen zahlreiche Interviewpartner*innen die Interaktion mit der Community und das generelle Community-Management bezüglich der Wertschätzung (Interview 1, 2, 3, 4, 5 & 6).

„Das heißt, sie versucht da schon auch, den persönlichen Kontakt zu ihren Followern zu suchen.” (Interview 3, Seite 8)

„weil sie das Publikum mehr anspricht oder auch öfters irgendwelche Nachrichten repostet.” (Interview 6, Seite 8)

„Aber ich glaube, dann würde sie ja nicht so aktiv jeden Tag Themen ansprechen [...].” (Interview 2, Seite 13)

Person 2 erwähnt in Folge, dass sie bemerkt, dass die Influencer*in einen Mehrwert für ihre Follower bieten möchte:

„[...] sie macht es jetzt nicht mehr nur, um Geld zu verdienen, sondern wahrscheinlich auch, um uns bisschen einen Mehrwert zu geben und einfach ihre Sichtweise zu teilen. Ich glaube, dass gefällt ihr auch, dass sie da irgendwie das Gefühl hat, dass sie die Welt ein bisschen besser machen kann.” (Interview 2, Seite 13)

Des Weiteren wurde erzählt, dass die Social-Media-Influencer*in ihren Follower*innen etwas Gutes zurückgeben möchte und sich dafür aktiv einsetzt (Interview 1, Seite 9). Person 5 ist der Meinung, dass sich der Mehrwert darin widerspiegelt, dass die Influencer*in offen gegenüber ihrer Community ist. Bezogen auf das Thema Werbung kommuniziert sie klar, warum sie mit welchen Firmen zusammenarbeitet (Interview 5, Seite 11). In Gespräch 3 formuliert die Befragte in ihren Worten eine weitere Kategorie:

„Aber natürlich, da gehört ja auch Arbeit dazu, dass diese Leute dich auch gern verfolgen. Also ich glaube, es ist ein Geben und Nehmen, sie schätzt die Leute, die hinter ihr stehen und die sich interessieren und versucht, auch ihnen ein bisschen zurückzugeben, [...]“ (Interview 3, Seite 8)

Ähnlicher Meinung des Prinzips „Geben und Nehmen“ ist auch Person 2, sie sagt wie folgt:

„Und bei Events oder so, dann gibt sie da auch was zurück. Oder eben durch das House of Carmushka gibt sie etwas zurück.“ (Interview 2, Seite 13)

Um die Frage zu beantworten, was für eine Rolle das Engagement der Follower*innen beim Erleben von parasozialen Beziehungen spielt, wurden die Teilnehmer*innen gebeten, davon zu berichten, ob und in welcher Hinsicht schon einmal Kontakt zu den Influencer*innen bestanden hat. Hier zeigt sich, dass einige Personen direkten Kontakt hatten (Interview 1, 2, 3, 6 & 7). Nur wenige sprechen davon, dass kein direkter Austausch besteht (Interview 4, 5 & 8), jedoch ab und zu indirekter Kontakt in Form von Likes vorhanden ist (Interview 5, Seite 11). Derselben Ansicht ist Person 8, bei der Frage nach indirektem Kontakt äußert sie:

„Also maximal liken.“ (Interview 8, Seite 7)

Auch das Liken von Beiträgen und das Abstimmen bei Umfragen in Stories wird vereinzelt

hervorgehoben (Interview 4, Seite 8). Eine Art von direkten Kontakt, die genannt wurde, war das Verfassen von Privatnachrichten (Interview 2, 3 & 7).

„[...] ich kann mich erinnern, ich habe ihr vor Jahren, als ich noch ein bisschen jünger war, mal zum Geburtstag gratuliert.“ (Interview 2, Seite 7)

„Und ich habe ihr eben dieses Foto auf Instagram geschickt, wo sie dann geschrieben hat, wir zwei Tomaten (lacht) sie hat wirklich super nett geantwortet.“ (Interview 7, Seite 8)

Person 7 erwähnt im Zuge dessen die nächste Kategorie und zwar das persönliche Treffen, da sie die Social-Media-Influencer*in im echten Leben getroffen hat (Interview 7, Seite 8). Eine weitere Befragte erzählt, dass sie sich schon einmal direkt auf eine Stelle im Team der Influencer*in beworben hat (Interview 2, Seite 11). Des Weiteren wird von mehreren Personen das Kommentieren von Stories oder Beiträgen genannt (Interview 1, 3, 6 & 7). Diese Übersicht zeigt, dass die Teilnehmer*innen schon einmal direkt und/oder indirekt in Kontakt mit ihren Lieblings-Influencer*innen getreten sind.

Danach sollten die Befragten ihre Interaktionen und den Kontakt in ihren eigenen Worten einschätzen und beschreiben, wie sie es persönlich wahrgenommen haben. Mit 13 Kategorien sind die Antworten vielfältig ausgeprägt. Mehrere Befragte geben an, dass sie sich gefreut haben, als die Influencer*in auf den Kontakt reagiert hat. Person 2 beschreibt die Situation wie folgt:

„Wir haben wirklich einmal geschrieben, nur zum Geburtstag. Das fand ich dann schon cool, dass doch eine Reaktion kam, da habe ich mich auch sehr gefreut.“ (Interview 2, Seite 10)

In Interview 1 wird die Freude der Follower*in ähnlich beschrieben:

„Das ist war irgendwas lustiges und ich hab mich schon sehr gefreut, dass sie da reagiert hat.“ (Interview 1, Seite 10)

Befragte 3 und 7 schildern des Weiteren ihre Glücksgefühle im Zusammenhang mit dem Kontakt:

„[...] das war halt einfach, da habe ich kurz gezittert und ja es war ur cool und ich hab mich einfach voll gefreut.“ (Interview 7, Seite 8-9)

„aber ich weiß, dass ich mich damals schon voll gefreut habe darüber, weil man sich so denkt, ich bin eine von 300.000 Followern und trotzdem wird halt darauf eingegangen. Es fühlt sich schon gut an!“ (Interview 3, Seite 9)

Genauso beziehen sich einige der Gesprächspartner*innen auf den Aspekt, wenn keine Reaktion auf den Kontaktversuch zurückgekommen ist. Es wird nicht als schlimm empfunden, wenn keine Antwort kommt (vgl. Interview 3, Seite 9) und auch Person 7 schildert, dass es für sie in Ordnung ist, wenn nicht geantwortet wird (Interview 7, Seite 8). Befragte 6 und 2 erwähnen, dass sie durch die großen Reichweiten der Influencer*innen generell das Gefühl haben, dass es keinen Sinn macht, sie direkt zu kontaktieren, weil es entweder in der Masse untergehen würde oder keine Zeit dafür ist. Zudem wird erwähnt:

„Ich weiß nicht, ich habe das Gefühl, dass es nicht so interaktiv mit ihr ist. [...] Aber wie gesagt, bei ihr habe ich nicht das Gefühl, dass sie da so Wert drauf legt.“ (Interview 8, Seite 7)

In vereinzeltten Gesprächen berichten die Antwortgeber*innen von sozialem Einbezug. Person 1 sagt in diesem Zusammenhang:

„Das sie mich gesehen hat, war ein gutes Gefühl.“ (Interview 1, Seite 10)

In Interview 3 wird ebenfalls das Gefühl hervorgehoben, dass man gehört wird:

„ [...] wenn die Leute dann halt so spontan antworten auf das, also wirklich auf das, was du sagst, eingehen, dann fühlt man sich halt schon irgendwie gehört und geschätzt dadurch.“ (Interview 3, Seite 9)

Person 4 gibt an, dass sie sich einbezogen fühlt, wenn sie bei Abstimmungen der Influencer*in in der Story teilnimmt und zusätzlich sieht, wer für was in der Community abgestimmt hat (Interview 4, Seite 8). Wenige Interviewpartner*innen erwähnen explizit, dass sie den passiven Konsum bevorzugen und nicht das Bedürfnis haben, unbedingt mit ihren Lieblings-Influencer*innen in Kontakt treten zu müssen (Interview 5; Interview 8).

Person 3 schildert den Kontakt als nette und unterstützende Geste gegenüber der Influencer*in (Interview 3, Seite 9). Zudem erklärt sie weiters noch wie folgt:

„Ich finde es eigentlich voll cool, wenn man jemanden einfach sagt, was man an ihm schätzt, weil oft denken wir uns ja nur Dinge und seinem Freund beziehungsweise seinen Freundinnen, sagt man ja auch, wenn einem etwas gefällt, an ihnen. Und das denke ich mir zum Beispiel in Bezug auf sie auch.“ (Interview 3, Seite 9)

Folgend erwähnt eine Person verspürtes Vertrauen im Zusammenhang mit dem aufgenommenen Kontakt.

„[...] hab ich auch sicher nur gemacht, weil ich sie durch Social Media kenne und halt mitverfolgt habe und ich mich da vertraut gefühlt habe.“ (Interview 2, Seite 11)

Abschließend sollten die Teilnehmer*innen angeben, ob sie noch einmal direkten Kontakt zu der Influencer*in aufnehmen würden und Gründe dafür nennen. Zahlreiche Personen gaben

an, dass sie es in Erwägung ziehen würden (Interview 1, 2, 3, 4 & 7). Eine davon äußerte sich ebenfalls zwiegespalten der Situationen gegenüber. Sie erklärt wie folgt:

„[...] wenn ich eine konkrete Frage hätte, dann ja, also dann würde ich ihr sicher schreiben und würd eigentlich auch davon ausgehen, dass sie mir antwortet. Aber bis jetzt hatte ich das Bedürfnis noch nicht.“ (Interview 4, Seite 8)

Die restlichen Befragten würden den Kontakt eher nicht noch einmal suchen (Interview 5, 6 & 8), wobei jedoch eine Person hin und hergerissen war:

„Ich würde sie wahrscheinlich nicht kontaktieren, maximal vielleicht wenn sie zum Beispiel einen Bikini trägt, der mir gefällt, dass ich dann frag woher [...]“ (Interview 8, Seite 8)

Zwei Personen geben an, dass sie auf jeden Fall wieder Kontakt suchen würden, wenn es um ein persönliches reales Treffen außerhalb von Social Media gehen würde (Interview 2, Seite 12; Interview 7, Seite 9).

Zusammenfassend kann man sagen, dass viele der Teilnehmer*innen positiv gegenüber Kontakt mit ihren Lieblings-Influencer*innen eingestellt sind. Wenn eine Reaktion der anderen Seite vorhanden war, konnten bei einigen Personen Glücksgefühle ausgelöst werden. Jedoch scheint es so, als wäre der Kontakt nicht das Wichtigste in der parasozialen Beziehung, was eventuell auch die Einseitigkeit der Verbindung widerspiegelt.

Der letzte Punkt in diesem Abschnitt ist der „Broadcast-Channel“, eines der neuartigen Kommunikation-Tools auf Instagram. Die Teilnehmenden wurden gefragt, ob ihre Lieblings-Influencer*in das Tool nutzt und sie selbst Teil von dem jeweiligen Channel sind oder nicht. In einigen Interviews wurde erwähnt, dass die Influencer*in einen Channel hat (Interview 5, 6, 7 & 8), eine Befragte weiß es nicht sicher (Interview 2) und drei Personen

verneinen die Frage nach der Benutzung (Interview 1, 3 & 4).

Mehrere Follower*innen erzählen, dass sie selber das Tool nicht nutzen oder es nicht verwenden würden, wenn die Influencer*innen einen Broadcast-Channel betreiben würden (Interview 1, 2, 4, 7 & 8). Einige Personen ziehen es in Erwägung oder sind bereits Mitglieder des Channels. Befragte 3 erklärt wie folgt:

„Ja ich glaube schon, ist ja schon cool, wenn die dann einfach sowas teilen in diesem Channel, weil sie irgendwie doch trotzdem andere Themen teilen als die Dinge, die sie vielleicht in den Stories zeigen.“ (Interview 3, Seite 10)

Folgend wurde, wie schon von Person 3 angeschnitten, die Frage nach den Gründen für die Nutzung oder Nichtnutzung des Broadcast Channel gestellt. Mehrere Personen sind der Meinung, dass das Tool eine Möglichkeit ist, um persönliche Details, besondere Aktionen und generell noch mehr vom Leben der Influencer*in zu erfahren.

„[...] sie postet da die meiste Zeit irgendwelche Aktionen. [...] Letztens hat sie mal etwas geschrieben, das fand ich dann irgendwie wieder spannend und interessant, [...].“ (Interview 6, Seite 10)

„Ja, sie postet da drinnen dann extra, zum Beispiel Rezepte oder irgendwelche Workout Videos oder so. [...] ich glaube, sie versucht es halt ein bisschen persönlicher noch zu gestalten, weil die Gruppe an Personen, die da drinnen sind, glaube ich, dann doch ein bisschen kleiner ist.“ (Interview 5, Seite 13)

Obwohl Personen 2 und 4 selbst den Channel nicht nutzen, erzählen beide, dass es sicher eine gute Möglichkeit wäre, noch mehr über die Person zu erfahren und dass eventuell Informationen verloren gehen, wenn man nicht Mitglied ist. Dadurch, dass die meisten der Befragten angeben, kein Mitglied in einem Broadcast Channel zu sein, wundert es nicht,

dass einige der Befragten erzählen, dass die Benützung für sie zu viel wäre (Interview 1, 2, 4, 7 & 8). Person 1 erklärt ihre Sicht wie folgt:

„Ich weiß nicht wie, aber ich habe dann die ganze Zeit Mitteilungen bekommen, aber ich glaube das hat mich genervt [...] ich schaue zwar schon gerne den Content an von Influencern und auch Anas Leben eben, aber ähm, das wäre mir dann doch zu viel des Guten.“ (Interview 1, Seite 10)

Zudem wird verdeutlicht, dass die Verwendung zu tief gehen würde (Interview 8, Seite 8) und Person 4 erwähnt im Zuge dessen, dass es sich dann eher negativ als positiv auswirken könnte (Interview 4, Seite 9). Eine weitere Person erwähnt außerdem, sie wolle nicht, dass es zu intensiv wird und negative Auswirkungen hat:

„Also ich bin eine Person, die schon viel Zeit auf Instagram und Social Media verbringt, aber ich dachte mir dann wieder, dass das wirklich ein bisschen zu viel ist [...] weiß aber für mich, dass ich da mal eine Grenze gesetzt habe und dass ich sowas nicht möchte [...].“ (Interview 2, Seite 12)

Ebenso im Zusammenhang mit dem Faktor der Zeit erwähnen Personen 1 und 8, dass zu wenig Zeit dafür vorhanden ist. Einige Personen betonen zudem, dass sie den zusätzlichen Channel nicht als notwendig ansehen (vgl. Interview 1, 4, 7 & 8). Befragte 7 und 4 sind sich einig:

„Aber ich find, die Kommunikation und wie viele Storys sie macht und wie viel Content, dass es genau perfekt ist, dass es nicht zu viel wird, aber auch nicht zu wenig.“ (Interview 4, Seite 9)

„Mir reicht es eigentlich so. Also ich glaube, ich erfahre eh genug über sie“ (Interview 7, Seite 10)

Bezogen auf die Antworten kann gesagt werden, dass die meisten bis jetzt keine Mitglieder im Broadcast Channel ihrer Lieblings-Influencer*innen sind, insofern einer betrieben wird. Generell ist das Bewusstsein zwar da, dass man mehr erfahren könnte, dennoch wirkt es so, als wäre der normale Kanal im Großen und Ganzen ausreichend.

7.6. (Sozialer) Einfluss von Influencer*innen

Der nächste Abschnitt soll Aufschluss über den Einfluss von Influencer*innen geben und stellt soziale Situationen in den Mittelpunkt. Die Fragen fokussieren sich auf Ratschläge und auf die Rolle der Influencer*innen bezüglich des sozialen Wohlbefindens. Die erste Frage soll hervorheben, was für Empfehlungen sie von ihrer Lieblings-Influencer*in bekommen haben. Es wurden sieben Kategorien genannt, in den meisten Interviews wurden Aussagen getätigt, die der Kategorie der „persönlichen Entfaltung“ zuzuordnen sind. Person 3 übernimmt durch das jahrelange Folgen des Kanals der Influencer*in Aspekte und Tipps für ihr Leben und erzählt wie folgt:

„[...] nachdem ich das halt über Jahre mitbekommen hab und man ja dann irgendwie sieht, wie sie sich selber weiterentwickelt hat, würde ich halt schon sagen, dass ich das als Ratschlag oder Tipp einfach mit auf meinen Weg mitnehme, dass man vielleicht manchmal auch Rückschläge erleiden muss, dass man weiterkommt oder das sich alles dann trotzdem zum Positiven wendet, wenn's halt so kommen soll.“

(Interview 3, Seite 11)

Eine weitere Befragte hat eine ähnliche Ansicht und teilt, dass die Lebensweisheiten von der Influencer*in eine Bedeutung für ihr Leben haben und sie sich danach orientiert hat (Interview 2, Seite 13-14). Person 6 schildert Ratschläge und Ansichten, welche ihr schon

einmal Mut für ihr persönliches Leben gegeben haben (Interview 6, Seite 11). Teilnehmer*in 7 sagt zu der Kategorie in ihren Worten:

„ [...] so wie sie rüberkommt, [...] dass man trotzdem selber alles erreichen kann und einfach nie aufgeben soll und ja, das sind so Sachen, die sie mir bisher so gezeigt hat.“ (Interview 7, Seite 10)

Vereinzelt wird geschildert, dass die Ratschläge und der Inhalt der Influencer*in persönlich als Unterstützung angesehen wird:

„Und einfach auch zu sehen, dass die Leute jetzt online oder im digitalen genauso Probleme haben wie normale Menschen (lacht) und dass sie das halt einfach zeigt, wenn sie schlechte Tage hat, wie das dann aussieht und das finde ich halt schon auch in meinem Alltag sehr unterstützend, zu wissen, dass auch nicht alles so die heile positive Welt ist, [...].“ (Interview 4, Seite 10)

Person 8 erzählt von spirituellen Ritualen, die sie bei der Influencer*in sieht und berichtet dahingehend unterbewusst einen Einfluss, auch von der Positivität der Influencer*in:

„[...] sie legt auch Wert aufs Sternzeichen und solche Sachen und hat so Heil-Kristalle, da kann ich mich nicht direkt identifizieren damit, aber trotzdem glaube ich, dass es im Unterbewusstsein irgendwo dann doch mitspielt, weil ich folge ihr ja genau aus diesem Grund, weil sie positiv ist und ich dass dann auch in Situationen finde, wo ich das gerne umsetzen würde.“ (Interview 8, Seite 8)

Ein paar weitere Interviewpartner*innen berichten außerdem von dem positiven Mindset der jeweiligen Influencer*innen (Interview 3, 7 & 6). Eine nächste Kategorie, die hervorsteicht, ist der Einfluss der Influencer*in als Vorbild für Handlungsanweisungen. Person 2 berichtet

von einer Veranstaltung, wo sie das Verhalten der Influencer*in als cool beschreibt (Interview 2, Seite 14). Interviewpartner*in 1 führt zudem wie folgt aus:

„Zum Beispiel, dass ich einen Mann habe, der einfach Humor hat, weil ich halt, ja ich finde es schon schön, wie sie zusammen sind. Und das ist für mich schon so ein bisschen das, was ich mir wünsche.“ (Interview 1, Seite 11)

Diese Ausführung führt zu einer weiteren Kategorie und zwar die Inspiration durch Kommunikation. Handlungen und Empfehlungen der Influencer*in werden für das eigene Leben umgesetzt (Interview 5, Seite 13). Person 1 erzählt im Zuge der Kategorie „Inspiration“ auch vom Einfluss auf Kaufentscheidungen (Interview 1, Seite 11). Des Weiteren wird von Person 5 Motivation erwähnt und die Kategorie Optimismus kommt bei einigen wenigen Interviews vor (Interview 1, 6 & 7).

Hier sticht alle mal heraus, dass gerade bezüglich persönlicher Weiterentwicklung der Content und die Persönlichkeit der Social-Media-Influencer*innen als positive Ratschläge aufgenommen werden. Versuche, diese in sein Leben zu integrieren, werden durchgeführt. Auffällig ist des Weiteren, dass nur eine Person explizit Kaufempfehlungen anspricht, obwohl in den vorherigen Abschnitten Werbung kein unwichtiges Thema war.

Die Frage, ob und inwiefern die Influencer*innen eine Rolle im sozialen Leben der Teilnehmer*innen spielen soll zeigen, in welchem Maß sie einen Zusammenhang mit ihrem realen Alltag verbinden. Ein paar Befragte verneinten anfangs, dass sie hier eine Verbindung sehen (Interview 2, 5 & 7). Eine jener Personen beschreibt gleichzeitig, dass sie sich nicht sicher ist:

„Also soziales Leben würde ich jetzt nicht ganz sagen, dass sie da eine Rolle spielt, aber ich weiß auch nicht, wo man das einordnen könnte.“ (Interview 2, Seite 14)

Einige weitere Teilnehmer*innen sind etwas unsicher, wie sie auf diese Frage antworten sollen (Interview 1, 4 & 8). Wenige Personen bejahen zu Beginn, dass die Influencer*in eine Rolle spielt (Interview 3; Interview 4). Folgend bildeten sich sechs Kategorien zur Einschätzung der Rolle im sozialen Leben aus den einzelnen Gesprächen heraus. In ein paar Interviews wurde es als schwierig empfunden, das Thema aufzugreifen und es für sich zu definieren (Interview 2, 5 & 6).

„Naja, eigentlich nicht. Aber irgendwie schon (lacht), also dadurch, dass ich ihre Workout-Pläne benutze und fünfmal die Woche Sport mache, ist es halt schon da. [...] Aber trotzdem ist es nicht so, dass ich darüber nachdenke, also wenn ich diese Workouts zum Beispiel mache, denke ich jetzt nicht an sie.“ (Interview 6, Seite 10)

„[...] sie hat jetzt mit Pilates begonnen, dass man da vielleicht mal irgendwie mit den Freundinnen darüber redet, dass wir das auch mal machen oder ausprobieren, aber in einem größeren Kontext denk ich nicht.“ (Interview 5, Seite 14)

Person 1 beschreibt in ihren eigenen Worten, dass sie die Frage mit einem unterstützenden Gefühl verbindet:

„Und sie gibt einem auch dieses Gefühl, dass weil es bei ihr im Leben halt auch so ist, immer für sie da ist und das klingt jetzt blöd, aber das auch sie für einen da ist. Aber man hat einfach immer das Gefühl, dass, ja, es gibt einem einfach das Gefühl, dass man nicht alleine ist.“ (Interview 1, Seite 13)

Ähnlich zu dieser Aussage hat sich eine weitere Person bei einem vorherigen Abschnitt ebenfalls dazu geäußert, dass sie durch die Influencer*in Unterstützung im Alltag empfindet (Interview 4, Seite 10). Ein paar Interviewpartner*innen erzählen folgend davon, dass sie Zugehörigkeit verspüren (Interview 1, 2 & 4). Befragte 4 erklärt weiters:

„[...] da habe ich sehr viel Unterstützung, also nicht direkt, aber einfach das Gefühl, dass ich nicht alleine bin. Dadurch, dass sie die gleichen Probleme hat, hat das schon sehr geholfen.“ (Interview 4, Seite 10)

Teilnehmer*in 2 formuliert es in anderen Worten:

„Ich verfolge sie. Ich habe eben das Gefühl, dass sie irgendwo ein Teil bei mir ist, der halt weiter weg wohnt und wo man nur über die Kamera was mitbekommt [...] Also wenn ich alleine bin und ihr zuhöre, und sie schaue, dann ist es so, als wäre ich da voll drinnen.“ (Interview 2, Seite 14)

Eine weitere Person ergänzt darüber hinaus, dass die Influencer*in ihr durch ihr Verhalten im sozialen Leben als Vorbild dient und sagt dazu folgendermaßen:

„[...] bei ihr sieht man oft, dass sie ihre Freunde, also ihre Freundschaften extrem pflegt und das versuche ich halt auch wieder mehr zu machen, weil bei mir ist es ja trotzdem der Fall, dass ich oft irgendwie ein bisschen das vernachlässige. Gar nicht bewusst, eher unterbewusst und durch das, was ich bei ihr sehe, denke ich mir oft, wie wichtig es halt trotzdem ist.“ (Interview 3, Seite 11-12)

Des Weiteren wird ein Zusammenhang mit Inspiration, zum Beispiel für Rezepte, wenn die Befragte für Freunde und Bekannte kocht, geschildert (Interview 4, Seite 9). Personen 7 und 8 sind eher zurückhaltend und sehen keinen Zusammenhang mit ihrem sozialen Leben.

„Jain. Also ich kann mich eigentlich gar nicht identifizieren mit diesen Sternzeichen oder Kristallen oder so Mondritualen, [...] Also bin ich eigentlich komplett distanziert davon.“ (Interview 8, Seite 9)

„Abgesehen davon, dass ich sie gesehen habe, nein.“ (Interview 7, Seite 11)

Bei einem anderen Gespräch wird ebenfalls das persönliche Treffen erwähnt.

„Dann halt nicht so viel, also sozial hat bei mir immer was mit anderen Menschen und mit anderen Leuten zu tun, wo ich mich austauschen kann. [...] ist mir dann schon bewusst, dass ich halt dann alleine sitze und manchmal mache ich dann einfach den Bildschirm schwarz und gebe es weg und mache was anderes, weil es fühlt sich schon irgendwie dann ganz anders an, als wie wenn man dann wirklich mit Menschen in einem Raum ist, in dem realen Umfeld.“ (Interview 2, Seite 14)

Die Teilnehmer*innen waren sich bei der Frage einig, dass Influencer*innen in sozialen Situationen eine Rolle spielen und bestätigten dies durch das Vorkommen in Gesprächen mit anderen Personen. Demnach sollte diese Thematik folgend persönlich eingeschätzt werden. Vier Kategorien haben sich innerhalb der gegebenen Antworten herausgebildet. Auffällig ist, dass in allen Interviews erwähnt wurde, dass der Inhalt und die Themen Redestoff für Konversationen liefern.

„Zum Beispiel habe ich eine Bekannte hier auf Mallorca und ich war bei ihr zu Hause, weil ich was bei ihr gefilmt habe. Wir sind halt zufällig auf Pamela Reif gekommen, weil ich über ihre Workouts geredet habe.“ (Interview 6, Seite 11)

Zusammenhängend mit der Kategorie des Gesprächsstoffs wird auch darauf hingewiesen, dass ähnliche Interessen im Freundeskreis eine Rolle spielen, um sich folgend dazu auszutauschen (Interview 4, Seite 9). Befragte 1 und 2 formulieren es ähnlich und erwähnen zudem Gespräche mit Leuten, welche die gleiche Lieblings-Influencer*in abonniert haben.

„Ab und zu. Auch wenn man Leute hat die zum Beispiel ihr auch folgen oder ja, ich finde halt wirklich, dass sie eine Influencerin ist, die so viel gemacht hat, wo man auch so viel Redestoff hat [...] kann man da noch sehr viel drüber reden und das

passiert auch einfach manchmal.“ (Interview 2, Seite 15)

„Ich würde sagen, es geht schon sag ich jetzt mal regelmäßig über sie und ihre Dinge mit meinen Freundinnen, weil wir die eigentlich alle verfolgen und wir halt generell alle einfach bisschen so, habe ich das Gefühl, inspiriert sind von ihr und auch von ihrem Lebensweg und ihrer Einstellung.“ (Interview 1, Seite 12)

In Gespräch 8 wird erklärt, dass der vorhandene Redestoff positive Auswirkungen hat. Es wird geschildert, dass man sich in Unterhaltungen besser einbringen und beteiligen kann:

„Ja, schon, weil das halt schon Themen sind, die dann manchmal angeschnitten werden, [...] Aber da hab ich dann schon das Gefühl, dass ich mitreden kann, weil ich das halt von ihr kenne oder auch darauf vertraue, was sie da erzählt und dass ich dann schon das Gefühl hab, mich da auszukennen in dem Bereich, wenn ich mitreden kann, auch wenn es mich nicht betrifft, direkt.“ (Interview 8, Seite 9)

Zudem wird betont, dass die Themen der Influencer*in durchaus mit Freund*innen und anderen Leuten geteilt werden möchten. Es wird positiv eingeschätzt, andere daran teilhaben zu lassen (Interview 3, Seite 12). Teilnehmer*innen 5 und 7 sprechen beide an, dass ferner sowohl die Themen als auch die Influencer*in als Person in Konversationen angesprochen werden.

„[...] sie hat jetzt mit Pilates begonnen, dass man da vielleicht mal mit den Freundinnen darüber redet [...] Also grundsätzlich bei Influencern manchmal, [...] aber jetzt nicht, dass man sagt, man unterhält sich stundenlang darüber, sondern es ist so in zehn Minuten abgehandelt.“ (Interview 5, Seite 14)

In zahlreichen Interviews wird von Gesprächen über die Themen erzählt (Interview 1, 2, 3, 4, 5, 6 & 7) und des Weiteren wird vermehrt die von Ansprache der Influencer*in als Person

geschildert (Interview 1, 2, 3, 4, 5 & 6). Zudem kann von mehreren Personen der spezielle Austausch mit Familie und Freunden hervorgehoben werden (Interview 1, 3, 5, 6 & 7).

Die Antworten zeigen, dass die Teilnehmer*innen die Influencer*innen und deren Themen dazu nutzen, um sich mit anderen Personen auszutauschen. Die parasozialen Beziehungen und das intensive Verfolgen der Aktivitäten fördert also bei den Befragten Gesprächsstoff und Konversationen.

7.7. Vergleiche mit Influencer*innen

Die Antworten aus dem letzten Kategorien-Block liefern Angaben über soziale Vergleiche der Interview-Teilnehmer*innen mit ihren Lieblings-Influencer*innen sowie die persönliche Einschätzung dieser. Der Hintergedanke war, ein breiteres Verständnis zu erlangen, welche Rolle Vergleiche innerhalb parasozialer Beziehungen spielen und wie die Follower*innen diese erleben. Einige Personen gaben an, dass sie sich mit ihrer Lieblings-Influencer*in vergleichen (Interview 2, 3, 4, 7 & 8). Einige davon finden es jedoch schwer, dies zu definieren (Interview 2, 3, 7). Wenige Befragte verneinen die Frage nach dem Vergleich (Interview 1, 5 & 6). Teilnehmer*in 1 sagt folgend:

„Aber mit ihr vergleiche ich mich nicht, weil ich finde, sie ist auch in einer ganz anderen Phase ihres Lebens. [...] aber es ist einfach eine ur angenehme Person, bei der du irgendwie auch einfach nicht das Gefühl hast, dass du das machen müsstest, bei der du dich sowieso wohlfühlst irgendwie.“ (Interview 1, Seite 12-13)

Weiters wird dazu ergänzt:

„[...] ich habe es eigentlich immer, wenn man so über Influencer redet, negativer in Gedanken, weil man sich eben so viel vergleicht. Und das ist eigentlich komisch, weil

ich finde, sie ist eine, die, mit der ich mich gar nicht vergleiche, sondern die mir nur gute Vibes gibt, was ich echt cool finde, das ist mir noch nie so richtig bewusst gewesen. Also ja, richtig tolle Person. (Interview 1, Seite 14)

In den Aussagen zur Einschätzung des Vergleichs wurden 11 Kategorien gebildet. Mehrere Personen schätzen den Vergleich eher positiv ein, in keinem der Interviews wird er mit Negativität assoziiert. Teilnehmer*innen 7 und 8 beschreiben es wie folgt:

„[...] also auf jeden Fall positiv. Also deshalb folge ich ihr ja, weil das positiv ist und ich danach besser drauf bin.“ (Interview 8, Seite 10)

„[...] auf jeden Fall positiv. Also kein Neid oder irgendwas [...].“ (Interview 7, Seite 12)

Fast alle Befragten erwähnen in diesem Zusammenhang, dass die Influencer*in wie ein Vorbild oder eine gewisse Referenz agiert. Befragte 1 und 3 nehmen die Influencer*innen eher als Vergleich, was das äußerliche Aussehen wie Frisur und Körper betrifft, und sehen sie als Referenz. Weiters wird in Interview 4 erzählt:

„Wie gesagt, sie ist für mich ein Vorbild. Deswegen vergleiche ich grundsätzlich schon die Leben. [...] Und auch so zum Beispiel von ihrer Beziehung her, die finde ich toll, wo ich sag, das kann ich mir vorstellen, dass das eine Beziehung ist, die ich selbst gern auch hätte. In die Richtung von den Idealen, überschneiden sie sich halt.“ (Interview 4, Seite 10-11)

Zudem wird erwähnt, dass, obwohl kein direkter Vergleich mit der Influencer*in stattfindet, man sich ein ähnliches Leben für die eigene Zukunft vorstellen könnte (Interview 1, Seite 13). Weiters erklärt Teilnehmer*in 5, dass es für sie kein Vergleich ist, sondern besser als positives Vorbild beschrieben werden kann, weil sie etwas für ihr Leben mitnehmen kann,

was sie weiterbringt (Interview 5, Seite 15). Die Thematik wird zusätzlich von einigen Personen mit Motivation in Verbindung gebracht (Interview 3, 4, 5 & 8). Dazu sagen Befragte 3 und 4 folgend:

„Man kann halt auch nie so sein wie so jemand anderer, man kann es aber als Motivation hernehmen, dass man es halt besser macht.“ (Interview 3, Seite 13)

„das würde ich auch gerne erreichen. Das gefällt mir richtig gut, dafür lohnt es sich irgendwie, in Zukunft mehr zu machen oder in die Richtung zu gehen.“ (Interview 4, Seite 11)

Teilnehmer*innen 2 und 7 betiteln im Zuge der Frage die Influencer*in und ihren Kanal als Orientierungshilfe. Als weitere Kategorie wurde das Bewusstsein der Unterschiede genannt. Die Follower*innen sind sich im Klaren, dass jeder Mensch anders ist und man differenzieren muss (Interview 3, 4, 5 & 7). Personen 4 und 5 erklären dazu:

„Aber ich weiß, dass sie nicht auf derselben Lebens-Ebene ist, von dem her ist es jetzt nicht so, dass ich irgendwie eifersüchtig oder so bin [...].“ (Interview 4, Seite 10-11)

„Also es ist jetzt nicht so, dass ich sage nein, ich muss so schlank oder so trainiert wie die Gerid werden.“ (Interview 5, Seite 15)

Einige Follower*innen sind sich einig, dass man sich der Distanz bewusst sein sollte, um diese weiterhin bewahren zu können (Interview 2, 3, 4 & 5).

Zuletzt wurde das Interview mit der Frage beendet, ob die Teilnehmer*innen glauben, dass sie schon einmal ihr Verhalten oder Wünsche durch den Einfluss der jeweiligen Influencer*in angepasst haben. Wenige Befragte verneinten die Frage (Interview 5, 6 & 7), während diese hingegen von zahlreichen Teilnehmer*innen Zustimmung fand (Interview 1,

2, 3, 4 & 8). Obwohl Personen 5 und 6 verneinten, erklären beide dennoch folgend, dass ein Einfluss im Sportverhalten vorhanden ist und sich dies durch die Influencer*in verändert hat (Interview 6). Auch Person 5 weist eher auf Orientierung hin, als es wirklich als Veränderung zu betiteln:

„Ja, aber ich würde jetzt nicht sagen, dass ich mich irgendwie deswegen verändert hab, sondern wie ich es eh vorher schon gesagt habe, einfach so ein Side Hint auf die Art, so hey, das könnt ich auch mal wieder machen. Es ist eine gute Idee.“ (Interview 5, Seite 16)

Insgesamt wurden aus allen Antworten sechs Kategorien erstellt, die Anpassung der Lebensweise wurde von mehreren Befragten erwähnt (Interview 2, 3, 4, 6 & 8). Person 2 sagt in diesem Zusammenhang:

„[...] eben durch diese neue Einstellung, dass man es den Leuten nicht immer recht machen muss, auch einfach öfter Nein sagen kann oder einfach sagen kann, wie man sich fühlt, würde ich schon sagen, dass ich öfter auch mal einer Freundin gesagt habe, ich habe keine Lust und dann abgesagt hab oder mir deswegen nicht so viel ausgemacht hab.“ (Interview 2, Seite 16)

Personen 3 und 8 sind sich einig und erwähnen des Weiteren die Langfristigkeit.

„Bei ihr sind es halt wirklich Themen, die sich halt auch über Monate oder Jahre ziehen und deswegen glaube ich, ist das auch bei mir, dass das eher so unterbewusst sich dann einschleicht, [...] also ich glaube es beeinflusst langfristig meine Entscheidungen“ (Interview 3, Seite 13-14)

„Das ist dann auch langfristig. Dass du das wirklich dann mitnimmst in die Zukunft und behältst, selbst wenn du ihr dann nicht mehr folgst, irgendwann, sondern weil du

es dann einfach irgendwie in dem eigenen Leben integriert hast mit der Zeit.”

(Interview 8, Seite 11)

Folgend wird in einer weiteren Kategorie der Einfluss hervorgehoben, welcher besteht, wenn man dem Kanal der Lieblings-Influencer*in langfristig folgt und sich auf längere Sicht damit auseinandersetzt (Interview 4; Interview 8). Dies kann sich potenziell auf das eigene Verhalten auswirken. Gewisse Einstellungsveränderungen oder Anpassungen wurden von drei Befragten erwähnt (Interview 1, 2 & 3). Einige der Teilnehmer*innen sind sich einig, dass die Influencer*in im Alltag eine Orientierungshilfe ist und somit gewisse Aspekte übernommen werden können (Interview 1, 3, 4, 5 & 8). Person 1 beschreibt bezüglich des Einflusses obendrein, dass sie sich einfach gut mit ihr identifizieren kann, weil sie beide viele Parallelen im Leben haben (Interview 1, Seite 12-13). Spannenderweise erwähnen ein paar wenige Befragte den Faktor der sozialen Nachahmung. Person 4 erwähnt, wie inspirierend sie es persönlich findet, wie die Influencer*in ihre Freundschaften pflegt. Teilnehmer*in 3 formuliert zudem:

„Vor allem, wenn man Leute länger verfolgt, dann baut man ja eine Beziehung auf und man eignet sich vielleicht auch Verhaltensweisen, das heißt Muster von diesen Personen an, wenn man sie halt regelmäßig schaut, [...] Das finde ich total spannend, weil man sich eigentlich nie selbst damit auseinandersetzt, was man alles übernommen hat oder bewundert an Leuten, also auch in seinem privaten Umfeld, jetzt gar nicht, nur bezogen auf Influencer. Dass man schon einfach so viele Dinge übernimmt von Leuten, wenn man diese mag und schätzt und sich verbunden zu denen fühlt.” (Interview 3, Seite 15)

Zum Schluss der Gespräche wurde nachgefragt, ob die Teilnehmer*innen noch etwas zum Thema hinzufügen möchten. Person 4 wünscht sich, dass der Inhalt der Influencer*in

weiterhin bleibt wie bisher. Sie würde es schade finden, wenn es nicht mehr so wäre, weil dann eine Inspiration verloren gehen würde (Interview 4, Seite 12). Auch Teilnehmer*in 5 würde die Social-Media-Influencer*in abgehen, wenn sie nicht mehr da wäre. Befragte 1 erzählt, dass sie sich wünschen würde, die Influencer*in im echten Leben zu treffen. Teilnehmer*innen 3 und 7 erwähnen in diesem Kontext, dass unterbewusst eindeutig ein Einfluss besteht, aber dass normalerweise so im Detail nicht darüber nachgedacht wird.

8. Diskussion der Ergebnisse

Ausgehend wurden die Interviews von der Forschungsfrage geleitet, welche Motive parasozialen Beziehungen zwischen Follower*innen und ihren Lieblings-Influencer*innen zugrunde liegen und wie diese die Aufrechterhaltung der Verbindungen bekräftigen. Zudem war von Interesse, inwiefern dadurch ein Einfluss auf das soziale Wohlbefinden der Teilnehmer*innen bestehen kann.

Zu Beginn kann aus den Ergebnissen entnommen werden, dass die Teilnehmer*innen jeden Tag auf Instagram unterwegs sind und die App auch intensiv nutzen. Ein großer Teil der Befragten agiert tendenziell eher passiv und konsumiert lieber Inhalte, als selbst etwas zu teilen. Das bedeutet, sie schauen sich Content, Fotos und Videos im Feed und in den Instagram-Stories an, halten sich über das Leben und den Alltag anderer Menschen auf dem Laufenden.

In mehreren Interviews sticht heraus, dass die Befragten Personen auf Instagram intensiv folgen, um Neuigkeiten über diese Leute zu erfahren. Die Themen Eskapismus und Inspiration wurden von einigen als generelle Nutzungsgründe für Instagram genannt, ein paar der Teilnehmer*innen erwähnten zudem den Kontakt zu anderen Personen. Die

Befragten wurden vorab nach dem Kriterium ausgewählt, dass sie regelmäßig Content von Influencer*innen konsumieren. Im Zuge dessen ist es verwunderlich, dass nur vereinzelt Influencer*innen in diesem Zusammenhang erwähnt werden. Dies könnte folgend auf die vielseitige Nutzung von Instagram hindeuten, aber auch darauf, dass der Inhalt und die Influencer*innen fest im Alltag verankert sind und sich vieles im Zusammenhang mit der parasozialen Beziehung zu der Lieblings-Influencer*in nicht bewusst abspielt. Somit könnte es sein, dass die Teilnehmer*innen diese im ersten Moment nicht direkt abrufen können. Bei der generellen Einschätzung von Influencer*innen zeigt sich ausgleichend mit der Literatur (Schach & Lommatzsch, 2018; Jin et al., 2019; Ruisinger, 2020; Paul et al., 2024; Wang & Shang, 2024), dass sie als Personen des öffentlichen Lebens gesehen werden, alles aus ihrem Alltag teilen und Aufmerksamkeit erregen. Der Faktor des Einflusses war ebenfalls in den Antworten bewusst zu sehen. Einige der befragten Personen sind zu ihrer Ansicht gekommen, weil sie eben selber Kanäle von Influencer*innen aktiv abonniert haben. Es ist durchaus unerwartet gewesen, dass die allgemeine Sicht zu Influencer*innen teilweise negativ beschrieben wurde, während die Lieblings-Influencer*innen alle durchwegs positiv charakterisiert worden sind. Es spiegelt sich eine wesentliche Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung von Influencer*innen im Allgemeinen und der persönlichen Meinung über ausgewählte Influencer*innen wider. Schlussfolgernd kann dieser Unterschied eventuell darauf beruhen, dass die Teilnehmer*innen eine Verbindung und Ähnlichkeit zu ihren Favorit*innen verspüren, täglich die Inhalte ansehen und diese als authentischer und relevanter einstufen. Die Denkweisen auf einem allgemeinen Level sind eher von rationaler und kritischer Natur. Kim verwies schon 2022 auf die Wichtigkeit von alltäglichen Updates und der Faktor der Ähnlichkeit wurde ebenso in der Forschung hervorgehoben (Yuan und Lou, 2020; Ye, Fong und Luo, 2021; Ferreira et al., 2024).

Die Motive, warum die Befragten ihre Lieblings-Influencer*in ausgewählt haben, sind

vielschichtig und lassen sich nicht nur auf wenige Punkte reduzieren. Die Kombination aus der Persönlichkeit der Influencer*in, gemeinsamen Interessen, Merkmalen und eine Lebensweise, mit welcher man sich identifizieren kann, bilden die Hauptgründe, um treue Follower*innen zu sein. Besonders Realitätsnähe, Authentizität und Sympathie spielen eine Rolle, was ein Hinweis darauf sein kann, warum die Teilnehmer*innen trotz der einseitigen Beziehung eine gewisse Nähe und Vertrautheit verspüren. Diese Aspekte stimmen ebenfalls mit der bisherigen Forschung überein (Boerman & van Reijmersdal, 2020; Kim, 2022; Nah, 2022; Zafina & Sinha, 2024). Die Ansicht der Follower*innen, dass durch tiefgründige Ansprache von Themen die Influencer*innen als positive Vorbilder und Inspiration wahrgenommen werden, kann auf die Entstehung von parasozialen Beziehungen hindeuten. Zudem kann darauf verwiesen werden, warum eine Influencer*in nachhaltig relevant bleibt und dem Kanal weiterhin intensiv gefolgt wird.

Welche Rolle spielt die Art der Kommunikation der Influencer*innen?

Die Kommunikation der Influencer*innen dürfte ein wichtiger Punkt bezüglich der Einschätzung der Person sein, vor allem der Inhalt und die direkte Ansprache durch die Kamera werden besonders hervorgehoben. Die Verwendung von Instagram Stories und die Mischung aus gesprochenem und visuellem Content kann durch die Ergebnisse beleuchtet werden. Ein möglicher Zusammenhang kann bestehen, weil die Follower*innen das Gefühl haben, dass die Person direkt mit einem spricht, wie beispielsweise mit einer Freundin oder Bekannten. Hierzu gab es schon Hinweise in der Literatur zu parasozialen Interaktionen (Baeßler, 2009; Paul et al., 2024). Das Gefühl von Alltag und die natürliche Art der Kommunikation stechen heraus, weil es sich anfühlt, als kenne man die Person und als würde sie real vor einem stehen. Dies spiegelt sich zudem in den bisherigen Studien zu parasozialen Interaktionen wider (Vorderer et al., 2004) und dürfte von großer Bedeutung für

das Erleben parasozialer Beziehungen sein (Ferreira et al., 2024).

Geschätzt wird bei zahlreichen Befragten die Tiefgründigkeit bezüglich der Kommunikation und kann als einer der Gründe gesehen werden, warum man der ausgewählten Influencer*innen weiterhin folgt. Chung & Cho (2017) haben in ihrer Forschung eine ähnliche Erkenntnis getroffen. Ehrlichkeit und auch die Themen spielen eine Rolle, es scheint bedeutend, dass die Inhalte nicht nur an der Oberfläche kratzen und den Teilnehmer*innen wichtig sind. Wie schon in der Literatur erwähnt, fördert Authentizität die Zugänglichkeit von Social-Media-Influencer*innen (Kim, 2022) und private Details spielen bei der Entstehung von parasozialen Beziehungen eine Rolle (Zafina & Sinha, 2024). Das kann durchaus damit zusammenhängen, dass eine erhöhte Zuwendung eher bei Menschen stattfindet, die ehrlich und zugänglich sind, als bei Personen, die nicht so offen und ehrlich kommunizieren.

Nach der Befragung kann verdeutlicht werden, dass die Beziehungen zwischen den Anhänger*innen und den Social-Media-Influencer*innen von den Teilnehmer*innen eher aus der Ferne und von einseitiger Natur gesehen werden, was mit dem von Horton & Wohl (1956) stammenden Ansatz übereinstimmt. Aber dennoch wird von einzelnen Interviewpartner*innen eine gewisse emotionale Nähe beschrieben, wie es ebenfalls Ferreira et al. (2024) in ihrer Forschung hervorheben. In der Studie von Sajan et al. (2024) wird Inspiration durch die emotionalen parasozialen Bindungen zu Prominenten beschrieben. Außerdem werden die Influencer*innen in einem Beziehungskontext als Vorbilder oder Inspiration angesehen, welche den persönlichen Alltag beeinflussen können. Jedoch ist das Bewusstsein vorhanden, dass die Beziehung als weniger real eingestuft wird, was ein Spannungsfeld zwischen persönlicher Bindung und bestehender Distanzierung verdeutlicht.

Nur ein paar der Befragten geben direkt beim Stellen der Frage an, dass ihnen die Influencer*in wichtig ist. Obwohl einige Teilnehmer*innen zu Beginn zwiegespalten reagieren oder nicht von Wichtigkeit der Influencer*in oder der Beziehung reden, ist jedoch verwunderlich, dass von jenen Personen trotzdem im Verlauf des Gesprächs erzählt wird, dass die gezeigten Themen, der Inhalt und generell das Interesse am Leben der Influencer*in einen persönlichen Wert haben. Dies zeigt sich auch bei den Antworten der weiteren Fragen und deutet darauf hin, dass die Befragten eventuell nicht offen zugeben oder ihnen nicht direkt bewusst ist, dass eine gewisse Bedeutung vorhanden ist. Eine anzunehmende Unterschätzung der Teilnehmer*innen und ein interessanter Zwiespalt sind also in den Ergebnissen zu beobachten. Zudem geben zahlreiche der befragten Personen an, dass sie eine Verbundenheit mit der Influencer*in verspüren, was noch einmal mehr eine gewisse Wichtigkeit der parasozialen Beziehungen beleuchten kann. Die Teilnehmer*innen haben eine intensive Kenntnis der Person und zudem werden teilweise Vergleiche mit Freund*innen und Bekannten gemacht, wie ähnlich in der bisherigen Forschung gezeigt wurde (Catalina-Garcia & Suarez-Alvarez, 2022; Paul et al., 2024). Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Verbindung gewiss als eine empfunden wird, die von Bedeutung ist und jeweils einen individuellen persönlichen Wert für die Teilnehmer*innen haben. Obwohl die Social-Media-Influencer*innen eigentlich fremde Personen sind, empfinden einige Follower*innen Nähe und sehen sie als Bestandteil ihres Lebens. Die parasozialen Beziehungen basieren auf gemeinsamen Werten und Interessen, dadurch kann Verbundenheit entstehen, jedoch wird gleichzeitig deutlich, dass die Teilnehmer*innen sich der Grenzen der einseitigen Verbindungen bewusst sind.

Welche Erwartungen haben Follower*innen an ihre Lieblings-Influencer*innen?

Im Zuge der Ergebnisse zu Wünschen und Erwartungen an die Influencer*innen und die Beziehung zeigte sich, dass nahezu alle sich erhoffen, dass die Tätigkeit wie gewohnt weitergeführt wird. Es wird erwartet, dass sich nichts verändert und die Person nicht damit aufhört, wie bisher ihr Leben zu teilen. Bezüglich künftiger Kommunikation zeigte sich, dass fast alle Teilnehmer*innen mit der Art und Weise zufrieden sind, was ebenso damit übereinstimmen kann, dass die meisten Teilnehmer*innen den Influencer*innen schon einige Jahre folgen. Ebenfalls wird hier besonders die Erwartung betont, dass sich die Kommunikationsweisen nicht verändern sollen oder plötzlich nur oberflächliche Themen behandelt werden. Nur eine Person wünscht sich noch abwechslungsreichen und tiefgründigeren Content und weist daraufhin, dass die Influencer*in etwas anders machen könnte. Dies kann so interpretiert werden, dass auf jeden Fall Erwartungen existieren, auch wenn diese keine aktiven oder drastischen Veränderungen hervorrufen sollen. Allein der Wunsch nach unveränderten Zuständen könnte darauf hinweisen, dass man sich mit dem Vertrauten, was man von der Person kennt, wohlfühlt und deswegen keine großartige Veränderung sehen möchte. Zusammenhängend verweisen Paul et al. (2024) auf die Wichtigkeit des Faktors Vertrauen. Zudem kann gesagt werden, dass die Tatsache, dass die Influencer*innen eine lange Zeit konsistent kommunizieren, auf einen Grund hindeuten könnte, warum die Follower*innen den Influencer*innen nachhaltig treu bleiben. Dies könnte des Weiteren mit der Verlässlichkeit des wiederkehrenden Contents zusammenhängen, die Horton und Wohl (1956) und Abidin (2013) erwähnt haben. Denn in der Befragung zeigte sich, dass den Personen allemal wichtig ist, mit welchen Themen und Influencer*innen sie ihre Zeit verbringen und dies auch bewusst machen, um für sich einen persönlichen Mehrwert mitzunehmen.

Die Ergebnisse zeigen, dass viele der Teilnehmer*innen den neuartigen Broadcast-Channel (Neu: Broadcast-Channels auf Instagram | Instagram Blog, 2023) ihrer Lieblings-Influencer*innen, wenn vorhanden, nicht verwenden. In den Antworten wurden hoher Zeitaufwand, die Nicht-Notwendigkeit und eine zu intensive Beschäftigung in Verbindung mit der Thematik gebracht. Dies kann auf mehrere Faktoren zurückzuführen sein. Zum einen kann die Zufriedenheit mit dem bisherigen Inhalt und der Kommunikation der Influencer*in eine Rolle spielen, was ebenso von wenigen Befragten erwähnt wurde. Des Weiteren könnte Gewohnheit einen Einfluss haben, da die Follower*innen ihre Influencer*innen täglich via Instagram sehen und der Inhalt immer wieder in gleicher Form angesehen wird (Horton & Wohl, 1956; Abidin, 2013). Zum anderen besteht die Sorge, dass dieses Tool zu zeitintensiv ist und sich negativ auf die Beziehung auswirken könnte. Dennoch muss darauf verwiesen werden, dass ein paar Teilnehmer*innen den Broadcast-Channel sehr wohl verwenden und obendrein den speziellen Mehrwert darin sehen. Geschätzt werden vor allem die intimen Einblicke, die in einem kleineren und exklusiven Kreis dargeboten werden. Schlussfolgernd wird sichtbar, dass kein eindeutig einstimmiges Ergebnis hervorgegangen ist. Die Neuartigkeit des Broadcast-Channels auf Instagram spielt hier sicherlich eine Rolle und bietet deswegen interessante Perspektiven für weitere Forschungsprojekte. Insbesondere inwiefern Follower*innen neue, exklusive Kommunikationsformen auf Instagram aufnehmen und wie sich die Verwendung innerhalb parasozialer Beziehungen langfristig auswirken kann. Auch die Sinnhaftigkeit bezüglich Social-Media-Influencer*innen und deren Bindung zu Follower*innen sowie Marketing-Auswirkungen sind neuartige Fragestellungen, die beispielsweise weitere qualitative und quantitative Forschungen aufgreifen könnten, um dieses Kommunikationstool weiter zu untersuchen.

Welche Wirkungen werden auf das soziale Wohlbefinden der Follower*innen wahrgenommen?

Die Befragung zeigte, dass sich bei der Definition von Wohlbefinden mehrere Personen einig waren, dass das "Soziale", also die Umgebung, eine wichtige Rolle spielt. Wunderlich ist demnach nicht, dass das soziale Wohlbefinden durch das soziale Umfeld und die Qualität von sozialen Interaktionen geprägt ist, was sich gleichfalls in der bisherigen Literatur spiegelt (Baumeister & Leary, 1995). Positiv wahrgenommene Kommunikation, Gemeinschaftsgefühl sowie authentische Begegnungen spielen eine Rolle. Zudem sind auch die Integration und ähnliche Wertvorstellungen im sozialen Umfeld von Bedeutung.

Außerdem ergibt sich aus den Interviews, dass Lebens-Parallelen, thematische Ähnlichkeiten und übereinstimmende Erfahrungen bedeutsam für die Teilnehmer*innen sind und bei ihnen bezüglich der Influencer*innen besonders präsent sind. Zudem werden private Details des Alltags der Lieblings-Influencer*in und die Integration von Aspekten in das eigene Leben, die man durch die Influencer*in erlernt hat, hervorgehoben, was wiederum den vorher genannten Motiven gleicht. Authentizität spielt ebenso eine Rolle. Besonders interessant sind die Aussagen zweier Teilnehmer*innen, welche Hinweise auf soziale Verbundenheit und Empathie gegenüber der Social-Media-Influencer*in geben. Es wird geschildert, dass ein Gefühl entsteht, als ob man sich durch den Content und die Aussagen der Influencer*in nicht alleine fühlt, was das Bedürfnis nach Zugehörigkeit erfüllen kann. Schlussfolgernd kann also festgestellt werden, dass Hinweise für einen etwaigen Einfluss auf das soziale Wohlbefinden (Cobb, 1976; Schwarzer & Leppin, 1991; Baumeister & Leary, 1995; Wagner & Brehm, 2008) zu erkennen sind, da die parasoziale Verbundenheit das Gefühl stärkt, sich verstanden und begleitet zu fühlen, obwohl die Beziehung von einseitiger Natur ist. Die erwähnten Erkenntnisse gleichen bisheriger und aktueller Forschung (Baek et al., 2013; Blight, Ruppel und Schoenbauer, 2017; Ferreira, 2024; Zafina & Sinha, 2024).

Wie innerhalb der Ergebnisse zu beobachten ist, wird ein Einfluss von Influencer*innen über Kaufentscheidungen hinaus und besonders in der Kategorie der persönlichen Entfaltung aufgezeigt. Die Follower*innen schätzen Berichte über sowohl Positives als auch Negatives und wenn nachvollziehbare Erfahrungen aus dem Leben geteilt werden. Eine Befragte erwähnt zudem, dass sie Unterstützung empfindet und sich dann mit ihren Problemen nicht alleine fühlt. Daraus lässt sich ableiten, dass ein Einfluss auf das soziale Wohlbefinden gegeben sein kann, wenn die langjährige Auseinandersetzung mit den gezeigten Inhalten als Inspiration sowie motivationaler Ratgeber dient und so das Gefühl von Rückhalt und Verständnis aufkommen kann. Auf empfundene Unterstützung verweisen Zafina & Sinha (2024) und Kim (2022) erwähnt, dass, wenn Influencer*innen als Vorbilder gesehen werden, für das eigene Leben etwas übernommen wird.

Die Ergebnisse zur empfundenen Wertschätzung von den Influencer*innen gegenüber den Follower*innen machen deutlich, dass die zahlreich aufrichtige Dankbarkeit ihrer Lieblings-Social-Media-Influencer*in verspürt wird, was sich ebenso in der Literatur zur Anerkennung widerspiegelt (Pennington, Hall & Hutchinson, 2016; Tukachinsky, Walter, & Saucier, 2020). Nur wenige Befragte nennen Gegenteiliges, wobei sie das jedoch nicht negativ aufnehmen. Dankbarkeit zeigt sich durch direkte Ansprache und Interaktionen, beispielsweise das Beantworten von Kommentaren und dem direkten Bedanken in der Instagram-Story oder Postings. Diese Äußerungen werden deutlich von den Teilnehmer*innen wahrgenommen. Man kann also zu dem Schluss kommen, dass der Wille, seinen Follower*innen einen Mehrwert zu bieten und das generell interaktive Community-Management dazu beitragen kann, dass sich die Teilnehmer*innen wertgeschätzt fühlen, worauf schon Pennington, Hall und Hutchinson (2016) und

Tolbert & Drogos (2019) hinweisen. Dieses Gefühl kann ein Indiz dafür sein, dass die Follower*innen weiterhin treue Abonnent*innen bleiben und Zeit in die parasoziale Beziehung investieren. Die spürbare Wertschätzung kann zudem ein Hinweis darauf sein, dass das soziale Wohlbefinden positiv beeinflusst wird und ein Gefühl von Vertrautheit entsteht, was zu einer nachhaltigeren Beziehung führen könnte. In ihrer Studie verweisen Paul et al. (2024) ebenfalls auf den wichtigen Faktor Vertrauen.

Welche Rolle spielt das Engagement der Follower*innen innerhalb der Beziehung?

Aus den Interviews lässt sich ableiten, dass einige der Befragten schon einmal direkten Kontakt zu ihren Liebling-Influencer*innen aufgenommen haben. Die Teilnehmer*innen berichten außerdem von passiven Interaktionen wie dem Abstimmen bei Stories oder dem Liken von Beiträgen. Eine Befragte hat ihre Lieblings-Influencer*in sogar einmal persönlich getroffen, eine andere Teilnehmer*in berichtet, dass sie die Influencer*in eines Tages gerne live sehen würde. Dennoch dürften das Engagement und die direkte Kommunikation auf Seite der Teilnehmer*innen eine etwas geringere Rolle bei der Einschätzung der Verbindung spielen als die Kommunikation der Influencer*innen selber. Das wird dadurch deutlich, dass viele Follower*innen positiv gegenüber eigenen direkten Interaktionen eingestellt sind, es jedoch eher Glücksgefühle hervorruft, wenn die Influencer*innen dann darauf antworten und eine Reaktion zeigen. Dennoch wird betont, dass es nicht negativ bewertet wird, wenn keine Antwort kommt. Das könnte darauf hinweisen, dass die parasozialen Beziehungen nicht dadurch definiert werden, ob eine Reaktion auf den Kontaktversuch kommt und die Nachhaltigkeit dadurch nicht beeinflusst wird. Zudem kann die bewusste Einseitigkeit der Beziehung hier mit hinein spielen. Trotzdem besteht die Möglichkeit, die Verbindungen durch höhere Antwortraten weiter zu verstärken. Wie schon Lou (2022) auf das Potenzial der Interaktivität eines erweiterten trans-parasozialen Beziehungskonzept hingewiesen haben,

schildern auch Paul et al. (2024) bereits günstige Auswirkungen auf das Denken und Verhalten der Follower*innen, wenn ein großes Maß an Engagement vorhanden ist.

Die Ergebnisse der Frage, inwiefern die Social-Media-Influencer*innen eine Bedeutung im realen und sozialen Leben der Teilnehmer*innen haben, zeigen bei vielen Follower*innen Uneinigkeit und Schwierigkeiten bei der Einordnung dieser Thematik. Nur wenige Follower*innen sehen zu Beginn einen Zusammenhang. Sie erwähnen in ihren Aussagen Hinweise auf Unterstützung in ihrem Leben, da ähnliche Probleme zu bewältigen sind und dass so ein Gefühl von Zugehörigkeit aufkommen kann. Das könnte wieder im Zusammenhang mit sozialem Wohlbefinden gesehen werden. Das Auftreten von Zugehörigkeitsgefühlen als Folge von parasozialen Interaktionen wurde schon beispielsweise in den Studien von Hsu (2020) und Ferreira et al. (2024) erwähnt. Die Angaben der Befragten geben Hinweise darauf, dass Influencer*innen nicht nur eine Wirkungsweise auf das Konsumverhalten haben (Ye et al. 2021; Ferreira et al., 2024), sondern auch das soziale Verhalten ihrer Follower*innen prägen können. Es zeigt sich jedoch kein eindeutiges Ergebnis. Bei einigen wird keine Relevanz erkannt, andere Follower*innen sind aber sehr wohl inspiriert durch das (soziale) Vorleben von Handlungen und Interaktionen der Social-Media-Influencer*innen. Dies hat die bisherige Forschung zur Entfaltung innerhalb parasozialer Beziehungen ebenfalls gezeigt (Branch et al., 2013). Diese Uneindeutigkeit könnte die individuelle Wirkung und Wahrnehmung von den Lieblings-Influencer*innen auf das Leben der Follower*innen widerspiegeln und darauf hinweisen, dass parasoziale Beziehungen jeweils einzigartige Phänomene sind.

Aus allen Interviews lässt sich schließen, dass Social-Media-Influencer*innen durchaus eine Rolle in sozialen Interaktionen ihrer Follower*innen spielen. Deren Inhalte können Gesprächsstoff für Konversationen liefern, besonders in Freundes- oder Bekanntenkreisen,

wo ähnliche Interessen bestehen, werden die Themen angesprochen. Schon vorherige Forschungen stimmen überein, dass sich durch parasoziale Interaktionen oder Themen Gesprächsstoff entwickeln kann (Keppler, 1996; Morton, 2020). Die meisten Teilnehmer*innen erzählen sowohl die Inhalte als auch über die Influencer*in als Person selber, besonders mit Leuten, die diese ebenso abonniert haben. Dies gleicht sich mit der Studie von Branch et al. (2013). Eine Befragte erwähnt zudem, dass die Themen der Influencer*innen zudem helfen können, sich aktiv in Gespräche einzubringen. Das ist äußerst interessant, da dies ein Indiz auf positiv beeinflusste Beteiligung darstellt und wieder ein gestärktes Gefühl von Zugehörigkeit im Zusammenhang mit Kommunikation in den Raum stellt. Die Dynamik des Folgens von Influencer*innen auf Instagram und die parasozialen Beziehungen haben somit das Potenzial, Gespräche und sozialen Austausch voranzubringen.

Inwiefern beeinflussen soziale Vergleiche die parasozialen Beziehungen?

Die Ergebnisse zu sozialen Vergleichen innerhalb der Interviews zeigen, dass diese ein Bestandteil von parasozialen Beziehungen sind, da ein großer Anteil der Teilnehmer*innen in ihren Antworten darauf hindeuten. Teilweise bestehen zwar Definitionsschwierigkeiten, jedoch werden die Vergleiche durchwegs positiv und als Motivationsfaktor eingeschätzt, ohne dass negative Empfindungen oder Druck entstehen. Wie schon in der bisherigen Literatur geschildert, deutet dies auf einen Aufwärtsvergleich hin, welcher als Vorbild- und Inspirationsquelle dienen kann (Mussweiler, 2006; Gerber et al., 2018; Stein et al., 2023). Nur ein paar Befragte verneinen den Vergleich, wobei sie die Thematik eher als Orientierungshilfe einschätzen würden. Eine Befragte erwähnt interessanterweise, dass sie Vergleiche mit anderen Influencer*innen eher negativ sieht, mit ihrer Lieblings-Influencer*in aber nicht das Bedürfnis danach hat. Sie würde es eher als

Inspiration für ihre Zukunft einstufen. Generell schildern einige Teilnehmer*innen den Vergleich als Referenz nicht nur in Bezug auf das Aussehen, sondern auch bezüglich persönlicher Weiterentwicklung, Lebensstil oder sozialen Beziehungen. In der Literatur wiesen Stein et. al. (2023) darauf hin, dass Personen Menschen als Vergleichsobjekt bevorzugen, wenn sie ähnlich erscheinen. Gleichzeitig sind sich mehrere Teilnehmer*innen der Unterschiede zwischen sich und den Influencer*innen bewusst, was es unterstützt, Distanz und Grenzen zu bewahren, ohne sich unter Druck setzen zu lassen. Folgend lässt sich daraus schließen, dass Vergleiche innerhalb von parasozialen Beziehungen eine Rolle spielen, diese aber oft als Inspiration und Orientierung in einem positiven Rahmen empfunden werden. Schon die Studie von Meier et al. (2020) hat ein ähnliches Ergebnis gezeigt, dass der Vergleich mit Individuen auf sozialen Netzwerken in Inspiration resultieren kann, was das Wohlbefinden positiv beeinflussen kann. In dieser Forschung zeigt sich ebenfalls, dass soziale Vergleiche positiv wirken können, indem sie Inspiration, Motivation und Wegweisung geben, ohne dass ein Konkurrenzdenken überhandnimmt, wie es bei anderen Influencer*innen, welchen man nicht so nahe ist, der Fall sein könnte.

In der Auswertung wird deutlich, dass ein bedeutender Teil der Follower*innen bezüglich der Anpassung von Verhalten oder Wünschen durch den Einfluss der Lieblings-Influencer*in zustimmt. Als Hilfe zur Orientierung im Alltag werden positive Anregungen für das eigene Leben übernommen. Besonders die Anpassung der eigenen Lebensweise wurde von einigen Teilnehmer*innen aufgezählt, wobei ein paar Personen Langfristigkeit erwähnen. Der Einfluss, den das Folgen der Kanäle der Social-Media-Influencer*innen auf die Einstellung haben kann, wird ebenfalls nicht außer Acht gelassen. Interessant ist zudem der Hinweis von zwei Teilnehmer*innen auf die soziale Nachahmung. Die Antworten zeigen, dass Verhaltensweisen ihrer Lieblings-Influencer*innen übernommen wurden. Es scheint, als würden die parasozialen Beziehungen im Alltag der Teilnehmer*innen Effekte und

verhaltensbezogene Wirkungen erzielen können, wie auch schon in der Studie von Chauvin et al. (2024) dargelegt wurde.

9. Fazit und Zukunftsausblick

Ziel dieser Arbeit war es, die Motive von parasozialen Beziehungen auf Instagram aus Sicht der Follower*innen aufzuzeigen und herauszufinden, warum diese Verbindungen aufrechterhalten werden. Außerdem sollten durch die Analyse von parasozialer Beziehungen zwischen Social-Media-Influencer*innen und ihren Follower*innen Gemeinsamkeiten gefunden werden, welche zeigen, inwiefern ein Einfluss auf das soziale Wohlbefinden erlebt wird.

Mit insgesamt acht Teilnehmer*innen wurde in einzelnen Gesprächen über ihre persönlichen Erfahrungen und Meinungen mit ihren Lieblings-Influencer*in gesprochen. Auffällig in dem Sample ist, dass alle Teilnehmer*innen schon mehrere Jahre Follower*innen ihrer gewählten Social-Media-Influencer*in sind. Die Gruppe der befragten Personen besteht nur aus Frauen, zudem sind alle acht gewählten Influencer*innen weiblich und stammen aus dem deutschsprachigen Raum.

Bei den Motiven ist erkennbar, dass sich der Mehrwert von den Influencer*innen auf Instagram neben Marketingaspekten insbesondere darin ausbildet, eine Verbindung zwischen Lebensführung und Orientierungshilfe zu schaffen. Obwohl Werbung weiterhin eine Rolle spielt, rückt dieser Aspekt in den Hintergrund, wenn Follower*innen sich mit einer ausgewählten Influencer*in verbunden fühlen, langjähriger Teil ihrer Community sind und parasoziale Interaktionen und Beziehungen miteinbezogen werden. Hinweise für parasoziale Interaktionen sind in den Ergebnissen vorzufinden, genauso wie Indizien, dass parasoziale

Beziehungen weitergeführt werden, wenn Lebens-Parallelen und eine gewisse Ähnlichkeit auf unterschiedlichen Ebenen wie Interessen und gleiche Wertvorstellungen vorhanden sind. Des Weiteren ist die Authentizität der Social-Media-Influencer*innen von Bedeutung beim Empfinden der parasozialen Beziehungen und der Verbundenheit, da gewisse Erwartungen an die Echtheit vorhanden sind. Wenn einmal ein persönliches Bild der Social-Media-Influencer*in gebildet wurde, sollte die Person sich treu bleiben, sodass Kohärenz mit dem bestehenden Bild langfristig erhalten werden kann. Ehrlichkeit und Authentizität spielen zudem eine wichtige Rolle bezüglich der Kommunikation und der Themen, die angesprochen werden und somit ebenfalls wie parasoziale Verbindungen erlebt und im Zuge dessen nachhaltig weitergeführt werden.

Die Beziehungen, die zwischen den Follower*innen und ihren Lieblings-Social-Media-Influencer*innen bestehen, sind von Einzigartigkeit geprägt. Die Teilnehmer*innen nennen individuelle Ansichten und beschreiben auf jeweils unterschiedliche Art und Weise, dass sie die Verbindungen zu ihren Lieblings-Influencer*innen anders einschätzen als zu anderen Influencer*innen des Lifestyle Bereichs. Die Gründe dafür sind teilweise persönlich, was zeigt, wie vielschichtig und komplex die Thematik von Influencer*in-Follower*in-Verbindungen und generell parasozialen Beziehungen sind.

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit haben gezeigt, dass durchaus Indizien vorhanden sind, die darauf hinweisen, dass Influencer*innen mit ihrem Content einen positiven Beitrag zum sozialen Wohlbefinden leisten können. Indem Gefühle von Empathie, Zugehörigkeit und Nähe vermittelt werden, spüren die Follower*innen eine Verbindung, auch wenn ihnen bewusst ist, dass diese vorrangig von einseitiger Natur geprägt ist.

Es wurde verdeutlicht, dass die Follower*innen direkte Interaktionen mit ihren Lieblings-Influencer*innen schätzen, diese aber nicht grundlegend entscheidend dafür sind,

wenn es um die Verbundenheit und das Bild der Influencer*innen geht. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass parasoziale Beziehungen nicht notwendigerweise von direktem Engagement auf Seite der Follower*innen abhängig sind, sondern die Präsenz, allgemeine Interaktionen sowie Kommunikation auf Seite der Social-Media-Influencer*innen eine größere Bedeutung haben. Jedoch darf die Möglichkeit nicht außer Acht gelassen werden, dass, wenn aktive Interaktionen von Follower*innen ausgehen, direkte Antworten auf Seite der Influencer*innen ein Gefühl von Glück und Freude auslösen können und sich in Folge die parasozialen Beziehungen eventuell noch tiefer ausprägen können.

Abschließend haben parasoziale Beziehungen mit Influencer*innen auf sozialen Medien nicht nur einen Einfluss im Marketingkontext. Die Verbindungen können für Follower*innen eine Mischung aus Inspiration, sozialer Identifikation und Zugehörigkeitsgefühl bieten, was wiederum das Potenzial zur persönlichen und sozialen Unterstützung aufzeigt. Des Weiteren ist ein Einfluss auf das persönliche Verhalten der Follower*innen, besonders bei langjährigen Folgen der Kanäle, zu erkennen. Die parasozialen Beziehungen spielen zudem eine gewisse Rolle bei sozialen Interaktionen, wie der Findung von Gesprächsstoff bei Konversationen. Hinweise auf einen positiven Beitrag zu kommunikativer Beteiligung sind gegeben. Soziale Vergleiche werden überwiegend als positive Inspirations- und Motivationsquelle empfunden, ohne negativen Druck auszulösen. Die Identifikation und Orientierung, die die Influencer*innen im Alltag bieten, sowie die Übernahme von Aspekten für ihr eigenes Leben weisen auf die nachhaltige Aufrechterhaltung von bestehenden parasozialen Verbindungen hin.

Jegliche Formen der medialen Kommunikation entwickeln sich ständig weiter und so darf die Forschung in diesem Bereich nicht stehen bleiben. Das Forschungsthema könnte auf anderen Plattformen mit weiteren Kommunikationsmöglichkeiten wie TikTok aufgegriffen

werden. Es wäre möglich, parasoziale Beziehungen mit Content-Creator*innen einer spezifischen Sparte qualitativ zu untersuchen. Eine weitere Perspektive könnten Langzeitstudien darstellen, welche die Motive und Einflüsse auf das soziale Wohlbefinden verschiedener Follower*innen über einen längeren Zeitraum untersuchen und Aufschlüsse geben, inwiefern sich die Verbindung verändert. Zusätzlich wäre ein Vergleich zwischen unterschiedlichen Altersgruppen denkbar. Wie im vorherigen Kapitel schon erwähnt, kann der Broadcast-Channel als neuartige Kommunikationsform auf Instagram in zukünftigen Studien eine größere Rolle bezüglich parasozialer Beziehungen einnehmen und Einflüsse auf das soziale Wohlbefinden beleuchten.

Der Rekrutierungsprozess wurde als gezieltes Sampling im Umfeld der Forscherin durchgeführt. Dies könnte möglicherweise die Repräsentativität negativ beeinflusst haben, da die Follower*innen aus einer ähnlichen sozialen Umgebung stammen. Zukünftige Forschungen könnten versuchen, ganz unterschiedliche Freundes- und Bekanntenkreise mit einzubeziehen und nicht nur den der Forscher*innen. Der verwendete Interviewleitfaden wurde im Zuge eines Test-Gesprächs überprüft, jedoch sind der Forscherin während der Durchführung der nächsten Interviews weitere mögliche Anpassungen aufgefallen, die dann angeglichen wurden. So wurden Fragen und Aussagen teilweise während der Befragung umformuliert, um ein besseres Verständnis der Teilnehmer*innen hervorzurufen. Zukünftige qualitative Forschungen sollten in Erwägung ziehen, mehrere Test-Interviews mit verschiedenen Personen durchzuführen, um das volle Potenzial auszuschöpfen. Der verwendete Leitfaden enthält offene Interview-Elemente. Um zukünftigen möglichen Diskrepanzen entgegenzuwirken, wie sie zum Beispiel bei den Antworten bezüglich der Definition der Wichtigkeit und der Beziehung zu sehen waren, könnten weitere Studien einen Methodenmix anwenden. Mit der zusätzlichen Verwendung von quantitativen Methoden könnte der Grad der Wichtigkeit und des sozialen Wohlbefindens messbar

gemacht werden, um so die direkten Verbindungen zwischen parasozialen Beziehungen und sozialem Wohlbefinden besser zu analysieren, ohne dass wichtige tief reichende qualitative Erkenntnisse verloren gehen.

10. Literaturverzeichnis

- Abdel-Khalek, A. M. (2010). Quality of life, subjective well-being, and religiosity in Muslim college students. *Quality of Life Research*, 19(8), 1133–1143.
doi:10.1007/s11136-010-9676-7
- Abidin, C. (2013). Cyber-BFFs*: Assessing women's „perceived interconnectedness“ in Singapore's commercial lifestyle blog industry *Best Friends Forever. *Global Media Journal*, 7(1).
- Abidin, C. (2015). Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8.
- Alfonso, V. C., Allison, D. B., Rader, D. E., & Gorman, B. S. (1996). The Extended Satisfaction with Life Scale: Development and Psychometric Properties. *Social Indicators Research*, 38(3), 275–301. doi: 10.1007/BF00292049
- Aw, E. C.-Xi., & Agnihotri, R. (2023). Influencer marketing research: review and future research agenda. *Journal of Marketing Theory and Practice*, ahead-of-print, 1–14. doi: 10.1080/10696679.2023.2235883
- Baek, Y. M., Bae, Y., & Jang, H. (2013). Social and parasocial relationships on social network sites and their differential relationships with users' psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(7), 512–517.
doi: 10.1089/cyber.2012.0510
- Baeßler, B. (2009). *Medienpersonen als parasoziale Beziehungspartner: Ein theoretischer und empirischer Beitrag zu personazentrierter Rezeption (1. Auflage)*.
Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need to Belong. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. doi: 10.1037/0033-2909.117.3.497

- Blight, M. G., Ruppel, E. K. & Schoenbauer, K. V. (2017). Sense of community on Twitter and Instagram: Exploring the roles of motives and parasocial relationships. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 20, 314–319. doi: 10.1089/cyber.2016.0505
- Boerman, S. C., & van Reijmersdal, E. A. (2020). Disclosing Influencer Marketing on YouTube to Children: The Moderating Role of Para-Social Relationship. *Frontiers in Psychology*, 10, 3042–3042. doi: 10.3389/fpsyg.2019.03042
- Bond, B. J. (2016). Following your “friend”: Social media and the strength of adolescents’ parasocial relationships with media personae. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19, 656–660. doi: 10.1089/cyber.2016.0355
- Buunk, B. P., Gibbons, F. X., & Visser, A. (2002). The relevance of social comparison processes for prevention and health care. *Patient Education and Counseling*, 47(1), 1–3. doi: 10.1016/S0738-3991(02)00054-X
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102, 3-21.
- Branch, S. E., Wilson, K. M., & Agnew, C. R. (2013). Committed to Oprah, Homer, or House: Using the Investment Model to Understand Parasocial Relationships. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(2), 96–109. doi: 10.1037/a0030938
- Catalina-Garcia, B., & Suarez-Alvarez, R. (2022). Twitter interaction between audiences and influencers. Sentiment, polarity, and communicative behaviour analysis methodology. *El Profesional de La Informacion*, 31(6). doi: 10.3145/epi.2022.nov.18
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine*, 38(5), 300-314. doi: 10.1097/00006842-197609000-00003

- Chauvin, K., Auverset, L. A., Madison, P., Auter P. J. (2024). "I Learned It From Watching YOU!": Parasocial Relationships with YouTubers and Self-Efficacy. *The Journal of Social Media in Society. Spring 2024, Vol. 13, No. 1*, 27-52.
- Chung, S. & Cho, H. (2017). Fostering Parasocial Relationships with Celebrities on Social Media: Implications for Celebrity Endorsement. *Psychology & Marketing*, 34(4), 481-495. doi: 10.1002/mar.21001
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial Interaction and Parasocial Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures. *Human Communication Research, Vol.42 (1)*, 21-44.
doi: 10.1111/hcre.12063
- Endres, E.-M. (2018). *Ernährung in Sozialen Medien : Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung* (1st ed. 2018.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden: Imprint: Springer VS.
- Ferreira, A. G., Crespo, C. F., Ribeiro, F. M., & Barreiros, P. (2024). The social media theatre: New guidelines to foster parasocial interactions with followers and improve influencer marketing communication effectiveness. *Journal of Marketing Communications*. doi: 10.1080/13527266.2024.2318696
- Flick, U., Kardorff, E. von, Keupp, H., Rosenstiel, L. von, & Wolff, S. (1995). *Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl.). Weinheim: Beltz Verlagsgruppe.
- Flick, U. (1996): *Psychologie des technisierten Alltags*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Flick, U. (2011). Das Episodische Interview. In *Empirische Forschung und Soziale Arbeit*. 273–280. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
doi: 10.1007/978-3- 531-92708-4_17
- Friedrichs, J. (2014). Forschungsethik. *Handbuch Methoden der empirischen*

- Sozialforschung*, 67–76. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
doi: 10.1007/978-3-658-21308-4_4
- Gerber, J. P., Wheeler, L., & Suls, J. (2018). A Social Comparison Theory Meta-Analysis 60+ Years On. *Psychological Bulletin*, 144(2), 177–197. doi: 10.1037/bul0000127
- Gleich, U. (1996): Sind Fernsehpersonen die „Freunde“ des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen. In P. Vorderer (Hrsg.), *Fernsehen als „Beziehungskiste“: Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. 113- 144. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gleich, U. (2014). Parasoziale Interaktion und sozialer Vergleich. In H. Bilandzic, V. Gehrau, H. Schramm & C. Wunsch (Hrsg.), *Handbuch Medienrezeption (1. Auflage)*, 243- 257. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Hall, K. (2022). Empire of self: Life writing and the professional persona of the lifestyle blogger. *Persona Studies*, 8(1), 38–51. doi: 10.21153/psj2022vol8no1art1543
- Haobin Ye, B., Fong, L. H. N. & Luo, J. M. (2021). Parasocial interaction on tourism companies' social media sites: antecedents and consequences. *Current Issues in Tourism*, 24, 1093–1108. doi: 10.1080/13683500.2020.1764915
- Hartmann, T., Nomos Verlagsgesellschaft, & Verlag. (2017). *Parasoziale Interaktion und Beziehungen* (2., aktualisierte Auflage). Baden-Baden: Nomos
- Helffferich, C. (2014). Leitfaden- und Experteninterviews. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, 669–68. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
doi: 10.1007/978-3-658-21308-4_44
- Hoffner, C.A. & Bond, B.J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current opinion in psychology*, 45, 101306. doi: 10.1016/j.copsyc.2022.101306
- Hopf, C. (1978). Die Pseudo-Exploration - Überlegungen zur Technik qualitativer

- Interviews in der Sozialforschung / Pseudo-exploration - Thoughts on the techniques of qualitative interviews in social research. *Zeitschrift für Soziologie*, 7(2), 97–115.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry* (Washington, D.C.), 19(3), 215–229.
doi: 10.1080/00332747.1956.11023049
- Huppert, F. A., Baylis, N., Keverne, B., Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B. Biological Sciences*, 359(1449), 1435–1446.
doi: 10.1098/rstb.2004.1522
- Hsu, C.-L. (2020). How vloggers embrace their viewers: Focusing on the roles of para-social interactions and flow experience. *Telematics and Informatics*, 49, 101364.
doi: 10.1016/j.tele.2020.101364
- Hwang, K. & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in Human Behavior*, 87, 155-173.
doi: 10.1016/j.chb.2018.05.029
- Jain, P., Pandey, U. S., & Roy, E. (2017). Perceived Efficacy and Intentions Regarding Seeking Mental Healthcare: Impact of Deepika Padukone, A Bollywood Celebrity's Public Announcement of Struggle with Depression. *Journal of Health Communication*, 22(8), 713–720. doi: 10.1080/10810730.2017.1343878
- Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 37(5), 567–579.
doi: 10.1108/MIP-09-2018-0375
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*,

III, 106419. doi: 10.1016/j.chb.2020.106419

- Keppler, A. (1996): Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen. In P. Vorderer (Hrsg.), *Fernsehen als „Beziehungskiste“*. *Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TVPersonen*, 11-24. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Kleining, G. (1995). Methodologie und Geschichte qualitativer Sozialforschung. In U. Flick, E. von Kardorff, H. Keupp, L. von Rosenstiel, & S. Wolff (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Sozialforschung : Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl.). Weinheim: Beltz Verlagsgruppe.
- Kobilke, K. (2019). *Marketing mit Instagram: Das umfassende Praxishandbuch* / (4. Auflage.). [Frechen]: Mitp Verlags GmbH & Co. KG.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). Datenaufbereitung und Datenbereinigung in der qualitativen Sozialforschung. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 383–396. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
doi: 10.1007/978-3-531-18939-0_27
- Küstners, I. (2009). *Narrative Interviews. Grundlagen und Anwendungen* (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung : Lehrbuch* (5., überarb. Aufl.). Weinheim [u.a.]: Beltz.
- Liebers, N. & Schramm, H. (2019). Parasocial Interactions and Relationships with Media Characters--An Inventory of 60 Years of Research. *Communication Research Trends*, 38(2), 4–31.
- Schramm, H., Liebers, N., Biniak, L., & Dettmar, F. (2022). *Neuere Forschung zu parasozialen Interaktionen und Beziehungen : Steckbriefe von über 250 Studien aus den Jahren 2016 bis 2020*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.

KG.

- Lim, M. S., & Kim, J. (2018). Facebook users' loneliness based on different types of interpersonal relationships: Links to grandiosity and envy. *Information Technology & People (West Linn, Or.)*, 31(3), 646–665. doi: 10.1108/ITP-04-2016-0095
- Loosen, W. (2016). Das Leitfadenterview – eine unterschätzte Methode. *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, 139–155. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi: 10.1007/978-3-658-01656-2_9
- Lotun, S. (2022). *Social Media for Social Good: Understanding, Creating, and Harnessing the Strength of Parasocial Relationships*. ProQuest Dissertations Publishing.
- Lou, C. (2022). Social media influencers and followers: theorization of a trans- Parasocial relation and explication of its implications for influencer advertising. *Journal of Advertising*, 51(1), 4–21. doi: 10.1080/00913367.2021.1880345
- Lou, C., & Zhou, X. (2024). What else is new about social media influencers? Uncovering their relation and content strategies, and the downsides of being famous. *Frontiers in Psychology*, 15. 1437384. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1437384
- Lyubomirsky, S., & Ross, L. (1997). Hedonic Consequences of Social Comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(6), 1141–1157. doi: 10.1037/0022-3514.73.6.1141
- Mahire, A. D., & Tufan, F. (2022). Social Comparison Behaviour on Social Network Sites: The Comparison Between Twitter and Instagram. *Yeni Medya*, 2022(12), 1–16. doi: 10.55609/yenimedya.1051044
- Maltby, J., & Day, L. (2017). Regulatory Motivations in Celebrity Interest: Self-Suppression and Self-Expansion. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(2), 103–112. doi: 10.1037/ppm0000087
- Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse [28 Absätze] / Forum: Qualitative Social

- Research [On-line Journal]. Forum Qualitative Sozialforschung, 1(2).
- Mayring, P. (2022). Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken (13., überarbeitete Auflage). Weinheim Basel: Beltz.
- Mayring, P. (2019). Qualitative inhaltsanalyse - abgrenzungen, spielarten, weiterentwicklungen. *Forum, qualitative social research*, 20(3). doi:10.17169/fqs-20.3.3343
- Mayring, P. & Fenzl, T. (2022) Qualitative Inhaltsanalyse. In N. Baur N., & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (3rd ed. 2022)*. 691-706. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS.
- Meier, A., Gilbert, A., Börner, S., & Possler, D. (2020). Instagram inspiration: How upward comparison on social network sites can contribute to well-being. *Journal of Communication*. 70(5), 721–743. doi: 10.1093/JOC/JQAA025
- Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews* (2., erweiterte und aktualisierte Auflage). München. Wien:De Gruyter Oldenbourg.
- Morton, F. (2020). Influencer marketing: An exploratory study on the motivations of young adults to follow social media influencers. *Journal of Digital & Social Media Marketing*. 8(2), 156-165.
- Mussweiler, T. (2006). Sozialer Vergleich. In H.-W. Bierhoff & D. Frey (Hrsg.), *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*. 103–112. Göttingen: Hogrefe.
- Nah, H. S. (2022). The appeal of “real” in parasocial interaction: The effect of self-disclosure on message acceptance via perceived authenticity and liking. *Computers in Human Behavior*, 134, 107330. doi: 10.1016/j.chb.2022.107330
- Oliver, M. B., & Reinecke, L. (2017). *The Routledge handbook of media use and well-being: international perspectives on theory and research on positive media effects*. New York: Routledge.

- Paul, J., Jagani, K., & Yadav, N. (2024). “How I think, Who I am”—Role of social media influencers (SMIs) as change agents. *Journal of Consumer Behaviour*. doi: 10.1002/cb.2311
- Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1543. doi: 10.3390/ijerph19031543
- Pennington, N., Hall, J. A. & Hutchinson, A. (2016). To tweet or not to tweet: Explaining fan- celebrity interaction on Twitter. *Iowa Journal of Communication*, 48, 55–75.
- Petersson McIntyre, M. (2021). Commodifying feminism: Economic choice and agency in the context of lifestyle influencers and gender consultants. *Gender, Work, and Organization*, 28(3), 1059–1078. doi: 10.1111/gwao.12627
- Pohlmann, M. (2022). *Einführung in die qualitative Sozialforschung* (1. Auflage). München: UVK Verlag. Uni-Taschenbücher GmbH, UVK Verlagsgesellschaft mbH, & Verlag.
- Ruisinger, D. (2020). *Die digitale Kommunikationsstrategie: Praxis-Leitfaden für Unternehmen, Institutionen und Agenturen* (2. Auflage 2020). Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Ryan, P. (2019). Instagram, micro-celebrity and the world of intimate strangers. In C. Palgrave Macmillan (Hrsg.), *Male sex work in the digital age*. 95–118. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11797-9_4
- Sajan, S., Kavalam, T. J., Baruah, R., Naik, S. J., & Mathew, A. M. (2024). Exploring Parasocial Relationships in Committed Individuals. *Journal of Positive Psychology and Wellbeing*, 8(3), 13-23.
- Sakib, M. N., Zolfagharian, M. & Yazdanparast, A. (2020). Does parasocial interaction with

- weight loss vloggers affect compliance? The role of vlogger characteristics, consumer readiness, and health consciousness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101733. doi: 10.1016/j.jretconser.2019.01.002
- Sudeck, G. & Schmid, J. (2012). Sportaktivität und soziales Wohlbefinden. In R. Fuchs & W. Schlicht (Hrsg.), *Seelische Gesundheit und sportliche Aktivität*. 56-78. Hogrefe Verlag, Göttingen.
- Schach, A., & Lommatzsch, T. (2018). *Influencer Relations*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Scholl, A. (2016). Die Logik qualitativer Methoden in der Kommunikationswissenschaft. In *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, 17–32. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
doi: 10.1007/978-3-658-01656-2_2
- Schramm, H., Hartmann, T., & Klimmt, C. (2002). Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Medienfiguren. *Publizistik*, 47(4), 436–459. doi: 10.1007/s11616-002-0110-1
- Schramm, H., & Hartmann, T. (2008). The PSI-Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes. *Communications*, 33(4), 385–401.
doi: 10.1515/COMM.2008.025
- Schwarzer, R., & Leppin, A. (1991). Social Support and Health: A Theoretical and Empirical Overview. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8(1), 99-127.
doi: 10.1177/0265407591081005
- Stein, J.-P., Linda Breves, P., & Anders, N. (2022). Parasocial interactions with real and virtual influencers: The role of perceived similarity and human-likeness. *New Media & Society*, 26(6), 3433–3453. doi: 10.1177/14614448221102900

- Stein, J.-P., Weber, S., Hutmacher, F., & Appel, M. (2023). Social Media und Wohlbefinden. In M. Appel, C. Mengelkamp, S. Weber, F. Hutmacher & J.P. Stein (Hrsg), *Digital ist besser?! Psychologie der Online- und Mobilkommunikation*. 95–110. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. doi: 10.1007/978-3-662-66608-1_7
- Strauss, A.L. (1994): *Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. München: Fink, 2. Auflage 1998
- Thiele, M. (2023). Erinnern mit Instagram? @ ichbinsophiescholl zwischen Identifikation, parasozialer Interaktion und Anmaßung. In G. Schweiger & M. Zichy (Hrsg.), *Zwischenmenschliche Beziehungen im Zeitalter des Digitalen: Ethische und interdisziplinäre Perspektiven*. 1st ed. 2023. 79-93. Berlin, Heidelberg. Springer Berlin Heidelberg: Imprint: J.B. Metzler.
- Tian, Y., & Yoo, J. H. (2015). Connecting With The Biggest Loser: An Extended Model of Parasocial Interaction and Identification in Health-Related Reality TV Shows. *Health Communication*, 30(1), 1–7. doi: 10.1080/10410236.2013.836733
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97. doi: 10.1016/j.bodyim.2018.07.002
- Tolbert, A. N. & Drogos, K. L. (2019). Tweens’ wishful identification and parasocial relationships with YouTubers. *Frontiers in Psychology*, 10, 2781–2781. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02781
- Tukachinsky, R. H. (2011). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale. *American Journal of Media Psychology*, 3(1/2), 73-94.
- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2020). Antecedents and effects of parasocial relationships: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(6), 868–894. doi:

10.1093/JOC/JQAA034

Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. doi:

10.1016/j.copsyc.2020.04.002

Vogel, E. A., & Rose, J. P. (2016). Self-Reflection and Interpersonal Connection: Making the Most of Self-Presentation on Social Media. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 294–302. doi: 10.1037/tps0000076

Wang, X., & Shang, Q. (2024). How do social and parasocial relationships on TikTok impact the well-being of university students? The roles of algorithm awareness and compulsive use. *Acta Psychologica*, 248, 104369. doi: 10.1016/j.actpsy.2024.104369

Wagner, P. & Brehm, W. (2008). Körperlich-sportliche Aktivität und Gesundheit. In J. Beckmann & M. Kellmann (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie. Band D/V/2: Anwendungen der Sportpsychologie*. 543-608. Göttingen: Verlag für Psychologie. Hogrefe.

Wheeler, L., & Miyake, K. (1992). Social Comparison in Everyday Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(5), 760–773. doi: 10.1037/0022-3514.62.5.760

Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245–271. doi: 10.1037/0033-2909.90.2.245

Wolter, F. (2022). Sensible und heikle Themen. In N. Baur, & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (3rd ed. 2022)*. 359-370. Wiesbaden: Springer Fachmedien Imprint: Springer VS-.

Yang, H., & Oliver, M. B. (2010). Exploring the Effects of Television Viewing on Perceived Life Quality: A Combined Perspective of Material Value and Upward Social Comparison. *Mass Communication & Society*, 13(2), 118–138.

doi: 10.1080/15205430903180685

- Ye, G., Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The Value of Influencer Marketing for Business: A Bibliometric Analysis and Managerial Implications. *Journal of Advertising*, 50(2), 160–178. doi: 10.1080/00913367.2020.1857888
- Yuan, S. & Lou, C. (2020). How social media influencers foster relationships with followers: The roles of source credibility and fairness in parasocial relationship and product interest. *Journal of Interactive Advertising*, 20, 133–147.
- Zafina, N. & Sinha, A. (2024). Celebrity-fan relationship: studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media. *Media Asia*, 51(4), 533–547. doi: 10.1080/01296612.2024.2304422

10.1. Internetquellen

- Großegger, B. (06.11.2023). Angst um psychische Gesundheit – ein Zeitphänomen? *Jugendkultur.at*.
https://jugendkultur.at/2023/11/06/die_jugendforscherin-beate-grosseggers-blog-6-11-2023/
- Instagram Stories | Infos zu Instagram. (o. D.). Teile Momente aus deinem Alltag.
<https://about.instagram.com/de-de/features/stories>
- Neu: Broadcast-Channels auf Instagram. (2023, Februar 16). Neu: Broadcast-Channels – Eine weitere Möglichkeit für Creator*innen, die Beziehung zu ihren Follower*innen zu vertiefen.
<https://about.instagram.com/de-de/blog/announcements/introducing-broadcast-channels>
- Kemp, S. (2024, 23. Februar). *We Are Social & Meltwater (2024), Digital 2024: Austria*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-austria>.

11. Anhang

11.1. Interviewleitfaden

Einleitend wird über Datenschutz, Anonymität und Persönlichkeitsrechte aufgeklärt, ein Formular dazu von der interviewten Person gelesen und unterschrieben.

Demographie: Bitte nenne mir einsteig dein Alter sowie deinen Beruf.

- 1) Hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht, wenn ja, was ist dir dabei besonders im Kopf geblieben?
- 2) Ich würde dich nun bitten, dass du mir erzählst, wie dein Social-Media-Konsum aussieht?
 - 2.1) Warum nutzt du soziale Medien, insbesondere Instagram und kannst du mir eine Situation nennen, die mir das verdeutlicht?
- 3) Nun würde ich gerne wissen, was du für dich unter Wohlbefinden verstehst.
 - 3.1) Im Zuge dessen, was stellst du dir unter „sozialem“ Wohlbefinden vor?
Schildere mir frei deine Gedanken.
Nachfrage -> 3.2) Wodurch glaubst du, wurden deine Vorstellungen von sozialem Wohlbefinden beeinflusst? Kannst du mir bitte ein oder mehrere Beispiele nennen, welche dies verdeutlichen.
- 4) Was genau sind Influencer*innen für dich? Was verbindest du mit dem Wort „Influencer*in“?

4.1) Wodurch wurden deine Vorstellungen von Influencer*innen beeinflusst?

Kannst du mir bitte ein Beispiel nennen, welches dies verdeutlicht.

5) Kannst du mir nun bitte deine/n Lieblings- Makro- oder Mega(Star)-Influencer*in auf Instagram nennen? Wie lange folgst du dem/der Influencer*in schon?

(Information für Interviewpartner*in: Der/die Influencer*in soll im Lifestyle Bereich tätig sein und Makro- oder (Star) Mega-Influencer*innen haben mehrere Hunderttausend Follower*innen bis zu einer oder mehreren Millionen Menschen)

6) Wenn du jetzt an die genannte Person denkst, warum hast du genau diese/n Influencer*in ausgewählt? Warum ist er/sie dein/e Lieblings Influencer*in? Erzähle mir, warum - anhand von einem oder mehreren Beispielen.

7) Wie wichtig ist diese/r Influencer*in persönlich für dich? Aus welchen Gründen ist das der Fall und kannst du mir die Geschichte dahinter erzählen, welche dies verdeutlicht?

8) Was war deine bedeutsamste Erfahrung mit jenem/r Influencer*in, kannst du mir die Situation schildern?

9) Inwiefern würdest du die “Beziehung” zu deinem/r Lieblings-Influencer*in beschreiben? Schildere mir bitte ausführlich deine Gedanken.

10) Was erwartest du von der Beziehung zu deinem/r Lieblings-Influencer*in? Hast du spezifische Ansprüche an die Person und die Beziehung?

11) Wenn du über die Art der Kommunikation des/der Influencer*in nachdenkst, was bewegt dich dazu dich immer wieder der Person zuzuwenden? Ergründe mir deine Gedanken.

12) Hast du Wünsche in Bezug auf deine/n Lieblings-Influencer*in und deren Art und Weise mit dir zu kommunizieren?

13) Inwiefern fühlst du dich mit deinem/r Lieblings-Influencer*in verbunden, wenn du an die Beziehung denkst? Was sind deine Gedanken dazu?

14) Hast du das Gefühl, dass der/die Influencer*in dich wahrnimmt und es schätzt, dass du ihm/ihr folgst?

15) Bist du schon einmal mit dem/der Influencer*in in Kontakt getreten? Bitte schildere mir eine Situation, als du mit deiner gewählten Person interagiert hast? (Kommentare, DMs, etc.)

15.1) Warum ist diese Interaktion entstanden und wie hast du dich dabei gefühlt? Würdest du den/die Influencer*in nochmals kontaktieren?

15.2) Hast du schon einmal etwas vom Broadcast Channel auf Instagram gehört? Hat dein Lieblings-Influencer*in das Tool und nutzt du diesen im Zuge des Contents deines Lieblings-Influencer*in?

16) Welche positiven Anregungen und Ratschläge für dein reales Leben kommen dir in den Sinn, wenn du über die Beziehung zu dem/der Influencer*in nachdenkst? Führe mir deine Gedanken dahinter bitte aus.

17) Inwiefern spielt der/die Influencer*in und die Themen die er/sie auf Instagram anspricht, eine Rolle in deinem realen Leben (sozialen Umfeld) außerhalb von den Sozialen Medien? Schildere mir bitte deine Gedanken.

Nachfrage: 17.1) Wenn du jetzt über zum Beispiel eine Konversation nachdenkst mit Freunden oder Freundinnen, das ist ja eine soziale Situation. Kommt sie da manchmal vor, also dass du über sie redest?

18) Kannst du mir erzählen, ob und inwiefern du dich mit deiner/m ausgewählten Influencer*in vergleichst? Erzähle mir deine Erfahrungen, bitte erläutere deine Gedanken auch anhand eines Beispiels.

19) Kannst du eine Situation nennen, in welcher dein/e Lieblings-Influencer*in dich dazu gebracht hat, dein Verhalten oder persönliche Wünsche anzupassen/zu ändern.

Bitte führe dies aus. Was sind deine Gedanken dahinter und wurde dein Verhalten langfristig beeinflusst?

20) Nachfragen, ob noch etwas ergänzt werden will bezüglich der besprochenen Themen.

21) Danksagung und Schlusswort

11.2. Interviewprotokolle

Interviewprotokoll – 1

Datum:	03.02.2024
Ort:	Wien
Dauer:	28:22 min
Alter:	28 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	kaufmännisch pharmazeutische Assistentin

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin ist eine Freundin der Interviewerin. Durch Erzählungen ist bekannt, dass sie gerne und viel auf sozialen Medien unterwegs ist und einigen Influencer*innen folgt. Die Anfrage, ob sie zu einem Interview-Gespräch bereit wäre, erfolgte über WhatsApp mithilfe einer Nachricht.

Interviewsituation: Auf Vorschlag der interviewten Person fand das Treffen bei ihr zu Hause in einer ruhigen Umgebung statt. Davor wurde noch zusammen ein Kaffee getrunken.

Persönlichkeit und Verhalten: Sie wirkte zu Beginn etwas verunsichert und hat etwas gebraucht, um in das Thema zu finden. Die meiste Zeit über hat sie dennoch interessiert mit der Interviewerin Augenkontakt gehalten. Während des Interviews mussten ein paar Fragen wiederholt werden, da der Gesprächspartnerin eine andere Lieblings-Influencer*in eingefallen ist, die besser zu ihr passte. Sie wusste sich auszudrücken und hatte gegen Ende Interesse an dem Thema und sich Gedanken dazu zu machen.

Interviewprotokoll – 2

Datum:	03.05.2024
Ort:	Wien
Dauer:	38:10 min
Alter:	26 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Angestellte interne Kommunikation

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin ist eine Freundin der Interviewerin und erzählt offen, dass sie gerne Influencer*innen auf Instagram folgt und dies bei ein paar Ausgewählten schon sehr lange tut, sprich mehrere Jahre. Die Anfrage, ob sie mit der Interviewerin ein Gespräch führen möchte, erfolgt persönlich bei einem Event, wo man sich getroffen hat.

Interviewsituation: Die Gesprächspartnerin schlug für das Interview ihr Zuhause vor, so fand das Interview in einer ruhigen Umgebung statt.

Persönlichkeit und Verhalten: Von Beginn an zeigte sie großes Interesse an dem Thema und hörte aufmerksam zu. Die meiste Zeit wirkte sie konzentriert und versuchte bei den verschiedenen Fragen aus dem Leitfaden so gut wie möglich ins Detail zu gehen.

Interviewprotokoll – 3

Datum:	08.06.2024
Ort:	Wien
Dauer:	29:23 min
Alter:	27 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Analysitin M&A Supply Chain

Rekrutierung: Die interviewte Person ist eine Freundin der Interviewerin, durch vorherige Gespräche wurde die Forscherin darauf aufmerksam, dass sie eine potenzielle Gesprächspartnerin wäre. Die Frage, ob sie einem Interview im Zuge dieser Forschung zustimmen will, erfolgte in einem persönlichen Gespräch.

Interviewsituation: Nach Überlegungen zu einem passenden Ort für das Gespräch entschied sich die interviewte Person dafür, das Treffen bei ihr zu Hause in einer ruhigen Umgebung durchführen zu wollen.

Persönlichkeit und Verhalten: Die interviewte Person versuchte von Beginn an sehr genau und ruhig auf die gestellten Fragen einzugehen. Mit der Zeit traute sie sich mehr und die Interviewerin merkte, wie die Gesprächspartnerin fasziniert und interessiert von der Thematik berichtete. Manchmal fragte die Person, wenn sie etwas nicht verstanden hatte, nach.

Interviewprotokoll – 4

Datum:	18.06.2024
Ort:	Wien
Dauer:	28:00 min
Alter:	26 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Digitales Marketing

Rekrutierung: Die Interviewpartnerin ist eine Freundin der Forscherin, sie redet gerne über soziale Medien, aktuelle Themen und Influencer*innen. Durch ihre Schilderungen bildete sich für die Interviewerin das Potenzial für ein passendes Gespräch. Mithilfe von einer privaten Nachricht auf WhatsApp fragte die Interviewerin sie, ob sie gerne an der Forschung teilnehmen würde und sich interviewen lassen möchte.

Interviewsituation: Die interviewte Person schlug als Ort des Treffens eine entspannte Umgebung vor und suchte sich demnach ihr Zuhause aus. Davor wurde noch zusammen ein Kaffee getrunken.

Persönlichkeit und Verhalten: Sie war entspannt und machte von Anfang an gut bei dem Gespräch mit. Sie versuchte sich zu konzentrieren, um gut in das Thema zu finden, hatte einen schönen Sprachfluss und stockte selten. Sie drückte sich gewählt aus und wies nach dem Gespräch auf das aufregende und fesselnde Thema hin.

Interviewprotokoll – 5

Datum:	12.07.2024
Ort:	Wien
Dauer:	40:08 min
Alter:	28 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Senior CRM Spezialist

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin wurde von einer zuvor interviewten Person nach Abschluss der Befragung der Interviewerin empfohlen. Sie erzählte, dass ihre Bekannte ein paar Influencer*innen auf Instagram folgt und gerne am neuesten Stand ist. Die Anfrage, ob sie zu einem Gespräch bereit wäre, erfolgte über Instagram mithilfe einer privaten Nachricht.

Interviewsituation: Auf Vorschlag der interviewten Person fand das Treffen bei der vermittelnden Interviewpartnerin zu Hause in einer neutralen Umgebung statt.

Persönlichkeit und Verhalten: Die Gesprächspartnerin machte einen aufgeweckten Eindruck und war von Anfang an entspannt. Die meiste Zeit verhielt sie sich locker und wusste sich gut auszudrücken. Sie schien schon davor generell Interesse an dem Thema zu haben, was sich im Laufe des Gesprächs bestätigte.

Interviewprotokoll – 6

Datum:	02.06.2024
Ort:	Wien
Dauer:	28:19 min
Alter:	25 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	UGC Creatorin

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin ist die Freundin einer Person, die schon im Zuge dieser Forschung befragt wurde. Sie wurde nach dem Gespräch empfohlen, da sie laut der befragten Person in das Schema des Interviews passt. Sie ist viel auf Instagram unterwegs und selbst Creatorin auf der Plattform. Die Anfrage, ob sie zu einem Interview bereit wäre, erfolgte über Instagram mithilfe einer privaten Nachricht.

Interviewsituation: Da die Person für ein Jahr auf Mallorca lebt, schlug die Interviewerin vor, das Interview über FaceTime digital abzuhalten. Beide Gesprächsteilnehmerinnen befanden sich währenddessen zu Hause in einer ruhigen Umgebung.

Persönlichkeit und Verhalten: Anfangs wirkte die Person etwas skeptisch gegenüber dem Thema. Sie versuchte jedoch, so weit es ihr möglich war, in die Thematik zu finden und schien dann während des Gesprächs entspannt. Gegen Ende zeigte sie dann mehr Interesse an der Thematik und wies darauf hin, wie fesselnd diese sein würde.

Interviewprotokoll – 7

Datum:	04.07.2024
Ort:	Wien
Dauer:	25:59 min
Alter:	24 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Gesundheits- und Krankenpflegerin

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin ist eine ehemalige Schulkollegin der Interviewerin, bei einem Treffen kam das Thema Influencer*innen auf Instagram auf. Sie erzählte von einer ausgewählten Creatorin, welcher sie gerne folgt. So ergab sich für die Forscherin die Möglichkeit, nach einem Interview zu fragen. Bei einem persönlichen Treffen erfolgte die Frage, ob sie zu einem Gespräch bereit wäre.

Interviewsituation: Die Interviewerin schlug als Ort für das Interview ihr Zuhause vor und so fand das Gespräch in einer ruhigen Umgebung statt. Davor wurde gemeinsam gegessen und getrunken.

Persönlichkeit und Verhalten: Anfangs war sie etwas zurückhaltend, im Laufe des Interviews taute sie jedoch immer mehr auf und äußerte gegen Ende dann großes Interesse an der Thematik und wie spannend sie das Gespräch fand.

Interviewprotokoll – 8

Datum:	04.07.2024
Ort:	Wien
Dauer:	30:05 min
Alter:	27 Jahre
Geschlecht:	Weiblich
Wohnort:	Wien
Beruf:	Büroangestellte in der Werbung

Rekrutierung: Die Gesprächspartnerin ist eine ehemalige Schulkollegin der Interviewerin, durch Alltagsgespräche über Influencer*innen ist die Interviewerin hellhörig geworden. Die Anfrage, ob sie zu einem Gespräch im Zuge dieser Forschung bereit wäre, erfolgte persönlich bei einem Treffen.

Interviewsituation: Auf Vorschlag der Interviewerin fand das Treffen bei ihr zu Hause in einer ruhigen Umgebung statt. Davor wurde in einer entspannten Atmosphäre zusammen gegessen und getrunken.

Persönlichkeit und Verhalten: Sie wirkte zu Beginn etwas nervös, was sich jedoch schnell im Laufe des Gesprächs gelegt hatte. Die meiste Zeit gab sie sich Mühe, die Fragen genau zu beantworten und versuchte, Augenkontakt zu halten. Manchmal fragte die Person bei Unverständlichkeiten noch einmal nach. Es schien für die Gesprächspartnerin ein spannendes Thema zu sein und gegen Ende war sie am Ausgang der Studie interessiert.

11.3. Kategoriensystem

Hauptkategorie	Subkategorie	Feinkategorie	Definition	Beispiel
Erinnerung der heutigen Instagram Nutzung	Passiver Konsum	Videos/Instagram Reels	Schilderung der bisherigen Instagram Nutzung am Tag des Interviews.	"Ich habe lustigerweise eine Influencerin angeschaut und habe geschaut, wie weit sie bei ihrem Umzug ist."
		Konsum Influencer Content		
	Werbung			
	Kommunikation/Konversationen			
	Passives Posten			
	Nicht Erwähnenswert			
	Nebenbei			
Beschreibung Social Media Konsum	Hoher Konsum	Instagram	Schilderung, wie man soziale Medien täglich im Alltag nutzt.	"Also ich bin eher der zurückhaltende Mensch auf Instagram. Ich poste sehr wenig, wenn, dann ein oder zweimal im Jahr. Aber ich verfolge schon viele..."
		TikTok		

		LinkedIn		
	Intensives Verfolgen von Personen			
	Eskapismus	Alltagshandeln		
		Langeweile		
		Abschalten		
	Passiver Konsum			
	Beeinflussung von Werbung			
	Aktives Posten			
	Kommunikation und Gespräche			
	Begleitung über den Tag			
	Informationssuche			
	Automatisiert			
Gründe Social Media Nutzung	Motivation		Schilderung, warum soziale Medien täglich genutzt werden.	"damit man in Kontakt bleibt, auch mit den Leuten. Und es ist halt einfach, wenn wir uns ehrlich sind, einfach eine Zeit Beschäftigung, wenn man, also wenn man nichts zu tun hat."

	Erkenntnisgewinn			
	Gewohnheitshandeln			
	Angst etwas zu verpassen			
	Inspiration			
	Informationen einholen			
	Kontakt Aufrechterhaltung	Freund*innen		
		Kund*innen		
	Eskapismus	Langeweile		
		Entspannung		
		Ablenkung		
		Zeitvertreib		
	Empfehlungen			

	Interesse an Influencer*innen			
	Selbstdarstellung			
Wohlbefinden				
Verständnis Wohlbefinden	Sich gut fühlen		Schilderung, was man persönlich unter dem Term "Wohlbefinden" versteht.	"dass ich mich gut fühle, dass ich zufrieden bin mit dem, was ich mache, was ich bin oder wer ich bin."
	Gesundheit	Psychisch		
		Mental		
	Glücksgefühl			
	Kein Stress			
	Zufriedenheitsgefühl			
	Gute Stimmung			
	Ruhe			
	Umgebung/Umfeld	Unterstützend		
		Wohltuend		

Verständnis soziales Wohlbefinden	Gutes Umfeld/Gesellschaft	Umgeben von Freund*innen	Schilderung, was man persönlich unter dem Term soziales Wohlbefinden versteht.	"Dass ich halt mit Leuten zusammen Zeit verbringe, wo ich mich halt, wo es angenehm für mich ist und wo man ja man selbst sein kann und nicht einfach so auf alles achten muss und nicht angespannt ist."
		Umgeben von Familie		
		Entspannte Atmosphäre mit anderen Menschen		
	Zusammenhalt			
	Zugehörigkeitsgefühl			
	Integration			
	Kommunikation	Austausch mit Bezugspersonen		
	Kein Druck des sozialen Umfelds			
	Urteile des sozialen Umfelds			

	Rücksichtnahme anderer Menschen			
Verdeutlichung soziales Wohlbefinden	Body Image		Erklärung warum und wie man zu der Meinung über soziales Wohlbefinden gekommen ist.	"Und das habe ich natürlich nicht unter meinen engsten Leuten, weil's mir bei denen wirklich egal ist, weil ich da sowieso bin, so wie ich bin."
	Social Media			
	Wohltuende Atmosphäre/Energie anderer Menschen			
	Gleiche Wertvorstellungen			
	Integration/Mitsprache bei Themen			
	Erziehung/Familie			
	Bücher			
	Treffen mit Freund*innen			
Influencer*innen auf Instagram				
Definition Influencer*innen	Person des öffentlichen Lebens	Teilt ihr ganzes Leben	Erklärung wie man persönlich Influencer*innen auf sozialen Medien beschreiben würde.	"Influencer sind für mich Personen, die halt auf Social Media aktiv sind und über ihren Tag oder über das Leben posten."
		Täglicher Content		

		Rund um die Uhr verfügbar		
		Keine Privatsphäre		
		Aufmerksamkeitserregend		
	Motivationsquelle			
	Informationsquelle			
	Werbende Person			
	Beeinflussende Person			
	Trendsetter*innen			
	Person mit hoher Reichweite			
	Vorbild			
	Berufsbild			
	Inspirationsquelle			
	Verfolgen der Entwicklung einer Person			
	Interessante Persönlichkeiten			
Verdeutlichung Definition Influencer*innen	Medien		Erklärung warum man eine gewisse Einstellung gegenüber Influencer*innen hat.	"es ist halt auch voll oft in den Medien, was oft auch negativ behaftet ist. Dass Influencer nicht wirklich was tun, sondern einfach, keine Ahnung, ihren Alltag filmen und dafür Geld bekommen haben und Aufmerksamkeit..."

	Selbsterkenntnis			
	Meinung der Öffentlichkeit			
	Beeinflussung von Influencer*innen	Ratschläge		
		Empfehlungen		
		Werbung		
	Negative Gefühle			
	Positive Gefühle			
	Kommerzialisierung			
	Langjähriges Verfolgen von Influencer*in	Ähnliche Lebenssituation		
		Interessante Themen		
Wahl der Lieblings-Influencer*in	Carmushka		Nennung der Lieblings-Influencer*in	"die Anna von Kinsky"
	Pamela Reif			
	Gerid Rux			
	Ana Johnson			
	Mutausbrüche			

	Emskopf			
	Annavonklinski			
	Milenakarl			
Dauer der Followerschaft	7- 8 Jahre		Nennung der Dauer, wie lange man die Influencer*in schon verfolgt.	"Ich folge ihr seit 2 bis 3 Jahren, seitdem ich sie im Fernsehen gesehen hab."
	3 - 5 Jahre			
	2- 3 Jahre			
	1 - 2 Jahre			
Begründung der Wahl der Lieblings-Influence r*in	Gemeinsame Merkmale/Identifikation	Wohnort	Schilderung warum die gewählte Person, die Lieblings-Influencer*in ist.	"Also ich meine, sie wirkt voll authentisch. Also sie wirkt einfach voll natürlich behandelt genau die Themen, die ich eigentlich ganz spannend finde..."
		Interessen		
		Kleidungsstil		
		Interior		
		Wertvorstellungen		
	Vertrautheitsgefühl			
	Kanal-Management	Ansprache von wichtigen Themen		
		Realitätsnahe		

	Positiver Einfluss	Lebensratschläge		
		Motivation		
		Inspiration		
	Community-Management	Offene Gespräche		
		Person gibt sehr viel aus ihrem Leben preis		
	Interesse an dem Leben der Influencer*in			
	Vorbildwirkung			
	Bewundernswerte Lebenseinstellung			
	Langjährige Followerschaft			
	Influencer*in als Persönlichkeit	Nahbar		
		Beeindruckend		
		Sympathisch		
		Äußerliches Auftreten		
		Positive Ausstrahlung		
Persönliche Wichtigkeit der Influencer*in	Wichtig		Schilderung, ob einem die gewählte Influencer*in wichtig ist.	

	Nicht wichtig			
	Gleichgültig			
Begründung bezogen auf die Wichtigkeit	Soziale Anteilnahme		Schilderung, warum die gewählte Influencer*in wichtig/nicht wichtig ist.	"Immer wenn ich auf Instagram bin, schaue ich, ob sie neue Stories hat, einfach weil es mich interessiert, was halt gerade bei ihr abgeht,..."
	Bestandteil des Alltags			
	Abwesenheitsbedauern			
	Fremde Person			
	Person real weit entfernt			
	Bekanntheitsgefühl			
	Zwischenmenschliche Neugier			
	Themenfokus			
	Gewohnheit			
	Vorbild			
	Zeigt gute sowie schlechte Seiten			
Bedeutsame Erfahrung	Persönliches Treffen		Schilderung einer bedeutsamen Erfahrung mit der Influencer*in.	"Also schon wie ich sie gesehen habe. Weil ich habe immer wieder in ihren Stories gesehen, dass sie zu Supercycle geht und ich mache das auch. Und ich habe sie dann halt dort getroffen..."
	Soziale Verbundenheit			

	Beeindruckt vom Leben der Person			
	Lebensparallelen			
	Persönliche Alltagseinblicke			
	Authentizität der Person			
	Produktkäufe			
	Einflussnahme auf die Lebensweise-/situation			
Beschreibung der Beziehung	Einseitig		Schilderung wie die Beziehung zu der Influencer*in eingeschätzt wird.	"Also ich würd sagen einseitig, weil für mich ist eine Beziehung, also hängt immer von beiden Seiten ab..."
	Nicht real			
	Bezug aber keine Beziehung			
	Arbeitgeberin/Arbeitnehmerin			
	Distanziert/aus der Ferne			
	Vorbildbeziehung			
	Verbundenheit			
	Wertschätzend			
	Bekannte Person			

	Nahe			
	Inspirierend			
Vorkommen von Erwartungen an die Influencer*in und die Beziehung	Ja		Schilderung ob man etwas von der Influencer*in und der Beziehung erwartet.	"Ich glaube nicht, dass ich Erwartungen an sie habe..."
	Nein			
Erwartungen an die Influencer*in und die Beziehung	Sich treu bleiben		Schilderung, welche Erwartungen man an die Influencer*in und die Beziehung hat.	"Ich wünsche mir, dass sie so bleibt, wie sie ist... also dass sie weiterhin einfach eben diese guten Vibes verbreitet und auch immer so positiv bleibt..."
	Weiterführung der Tätigkeit			
	Inhalte	Realitätsnah		
		Weiterführung wie bisher		
		Interessant		
	Zugänglichkeit			
	Vermittlung von Wohlgefühl			
	Noch mehr Authentizität			
	Kommunikation	Weiterführung wie bisher		
		Ehrlichkeit		
	Noch mehr Identifikation			

	Positiv im Vergleich zu anderen Influencer*innen			
Art der Kommunikation der Influencer*in	Mündlich		Schilderung der Art und Weise wie die Influencer*in kommuniziert.	"Also sie setzt sich teilweise hin und redet sehr lange in die Kamera, wie sie zu welchen Themen steht...."
	Schriftlich			
	Visuell			
Einordnung der Kommunikation der Influencer*in	Tiefgründig		Schilderung, wie man die Kommunikation der Influencer*in einschätzt.	"redet sie auch sehr viel, auch über tief sinnige Sachen mal...."
	Direkte Ansprache			
	Abwechslungsreich			
	Motivierend			
	Ehrlich			
	Erklärend			
	Positiv			
	Offen			
	Humorvoll			

	Entspannt			
	Authentisch			
	Vergleich zu Kommunikation mit Freunden*innen			
	Nebenbei			
	Einbindend			
	Gewohnheit/Alltäglich			
Wünsche bezüglich der zukünftigen Kommunikation	Zufrieden		Schilderung von Wünschen, die sich auf die zukünftige Kommunikation der Influencer*in beziehen.	"So im Ersten jetzt eigentlich mal nicht. Also mir würde jetzt nicht auffallen, dass mich irgendwas stört oder ich ich mir denke, das könnte sie irgendwie ändern."
	Soll unverändert bleiben			
	Bodenständig bleiben			
	Abwechslungsreicher			
	Tiefgründiger			
Verbundenheit mit der Influencer*in	Ja		Schilderung ob eine Verbundenheit zur Influencer*in spürbar ist.	"Eigentlich verbunden, ja ich weiß nicht..."
	Nein			
	Schwierigkeit bei Definition			

	Unschlüssig/Widersprüchlich			
Definition Verbundenheit mit der Influencer*in	Nähe fühlen		Schilderung, inwiefern man sich zu der Influencer*in verbunden fühlt.	"Ja, schwer zu sagen, also so richtig verbunden und so fühlt man sich dann irgendwie doch nicht. Aber wenn man die Storys sieht, fühlt es sich so an, als wäre sie ein fester Bestandteil der Familie, der halt einfach entfernt wohnt."
	Intensive Kenntnis der Person			
	Teil des eigenen Lebens			
	Positiver Einfluss			
	Ähnlichkeiten	Ähnliche Interessen		
		Ähnlich zu Familie/Freunden		
		Ähnliche Einstellungen		
		Ähnliche Lebensweise		
		Ähnliche Sichtweisen		
	Einzigartig			
	Bewusstsein der fehlenden persönlichen Begegnung			
	Grundsätzlich fremde Person			

Vorhandene Wertschätzung der Influencer*in	Schwierigkeit bei der Einschätzung		Schilderung, ob die Influencer*in die Follower*innen wertschätzt.	"Ja, ich finde schon."
	Ja			
	Nein			
Definition der gezeigten Wertschätzung der Influencer*in	Dankbarkeit		Schilderung, inwiefern die Influencer*in die Follower*innen wertschätzt.	"Weil sie sich da schon auch immer wieder bedankt, und ihren Followern sagt, wie schön sie es findet, dass wir sie ja unterstützen..."
	Bietet Mehrwert für Follower*innen			
	Am Boden geblieben			
	Community-Management	Einbezug der ganzen Community		
		Interaktion mit der Community		
	Steht zu ihrem Wort			
	Gefühl eine von Vielen zu sein			
	Desinteresse der Influencer*in			
	Geben und Nehmen			

Direkter Kontakt/Interaktion mit der Influencer*in	Ja		Schilderung, ob man schon einmal direkten Kontakt mit der Influencer*in hatte.	"Also ich habe mich auf die Stelle beworben, wie sie eben für ihr Redaktionsteam wen gesucht hat "
	Nein			
Art des Kontakts	Bewerbung beim Team der Influencer*in		Schilderung, inwiefern man mit der Influencer*in Kontakt hatte.	"Sie hat einen Kommentar von mir geliked. "
	Verfassung Privatnachricht			
	Persönliches Treffen			
	Beiträge kommentieren			
	Indirekter Kontakt	Beiträge liken		
		Stories liken		
		Auf Stories reagieren/antworten		
		Kommentare liken		
		Abstimmen bei Umfragen		
Einschätzung des direkten Kontakts/Interaktionen	Abgeschreckt von der großen Reichweite		Beschreibung des Kontakts den man zur Influencer*in hatte.	"Das war irgendwas lustiges und ich hab mich schon sehr gefreut, dass sie da reagiert hat. Und ich hab eine Freundin da drunter markiert. "
	Gönnt der Person Ruhe			
	Besonderer Moment			

	Desinteresse der Influencer*in			
	Bevorzugung passiver Konsum			
	Unterstützende Geste			
	Ähnlich wie bei Freund*innen			
	Freude über Antwort/Reaktion der Influencer*in			
	Zurückhaltende Persönlichkeit			
	Sozialer Einbezug			
	Hilfestellung			
	Vorhandenes Vertrauen			
	Keine Antwort/Reaktion			
Nochmaliger Kontakt	Ja		Schilderung ob die Followerin nochmal Kontakt mit der Influencer*in aufnehmen würde.	"Ja auf jeden Fall..."
	Nein			
	Zwiespalten			

Begründung nochmalige/zukünftige Kontaktaufnahme	Reales Treffen		Schilderung, inwiefern man nochmal Kontakt suchen würde.	"Ja, ich würde sie auf jeden Fall noch einmal ansprechen... Und ja, sie hat gemeint, sie würde sich freuen, wenn sie uns wieder sieht."
	Positives Gefühl			
	Konkretes Anliegen			
	Positive Reaktion der Influencer*in			
Betreibung eines Broadcast Channels (Influencer*in)	Ja		Schilderung, ob die Influencer*in einen Broadcast Channel auf Instagram führt.	"Ich glaube, dass sie einen hat."
	Nein			
	Nicht bekannt			
Benützung des Broadcast Channels (Follower*in)	Ja		Schilderung, ob die Followerin Mitglied des Broadcast Channels ist.	"...ich bin bei keinem einzigen Channel Mitglied."
	Nein			
Meinung Broadcast Channel	Zu viel		Schilderung, was die Followerin von dem Tool des Broadcast Channels hält.	"Ja das ist mir dann zu viel. Das ist mir dann zu tief gehend. Also, es gibt so viele Personen, denen ich folge und dann auch die Stories, die gepostet werden und das ist mir einfach zu viel, da geht zu viel Zeit drauf. "

	Zeitfresser			
	Keine Nutzung wegen Selbstschutz			
	Möglichkeit noch mehr zu erfahren	Persönlicher/Private r		
		Besondere Aktionen/Informationen		
	Nervig			
	Cool			
	Nicht notwendig			
Anregungen und Ratschläge der Influencer*in	Vorbildhandlungen		Schilderung von Ratschlägen, die die Influencer*in gegeben hat.	"Ja, dieses Optimistische und so auf jeden Fall... und ich weiß halt, dass mir das halt auch wichtig ist. Zum Beispiel, dass ich einen Mann habe, der einfach Humor hat, weil ich halt, ja ich finde es schon schön, wie sie zusammen sind."
	Motivation			
	Optimismus			
	Inspirationen	Lebensstil		
		Fashion		
		Äußerliches Aussehen		
		Rezepte		

	Positives Mindset			
	Persönliche Entfaltung	Mit Humor durch das Leben gehen		
		Mut zu haben		
		Orientierung im Leben		
		Spirituelle Rituale		
		Rückschläge gehören zum Leben dazu		
		Seinen eigenen Weg gehen		
	Einfluss auf Kaufentscheidungen			
Rolle der Influencer*in im sozialen Umfeld/Leben	Ja		Schilderung, inwiefern ein Einfluss der Influencer*in für das soziale Umfeld besteht.	"Nein... würde ich eigentlich nicht."
	Nein			
	Unsicher			
Einschätzung der Rolle im sozialen Umfeld/Leben	Schwierig zu definieren		Schilderung der Rolle, die die Influencer*in im sozialen Umfeld der Followerin hat.	"Also wenn ich alleine bin und ihr zuhöre, und sie schaue, dann ist es so, als wäre ich da voll drinnen. Aber irgendwie ist mir dann schon bewusst, dass ich halt dann alleine sitze..."
	Wichtigkeit von Beziehungspflege			

	Unterstützendes Gefühl/Rückhalt			
	Inspirationsgabe			
	Förderung Zugehörigkeitsgefühl	Gefühl von Einbezug		
		Ähnliche Probleme		
	Unterschied zu realem sozialen Umfeld			
Rolle in sozialen Situationen	Ja		Schilderung ob die Influencer*in und ihre Themen Teil von sozialen Situationen ist.	""
	Nein			
	Unsicher			
Einschätzung der Rolle in sozialen Situationen	Gespräche und Austausch mit Familie/Freunden		Schilderung inwiefern die Influencer*in und ihre Themen Teil von sozialen Situationen sind.	"Ja, das würde schon sagen. Ab und zu. Auch wenn man Leute hat die zum Beispiel ihr auch folgen oder ja, ich finde halt wirklich, dass sie eine Influencerin ist, die so viel gemacht hat, wo man auch so viel Redestoff hat..."
	Ansprache der Themen			
	Ansprache der Influencer*in selbst			

	Inhalt/Themen geben Redestoff	Vertrauen für die Weitergabe von Informationen		
		Gemeinsame Ansichten im Freundeskreis		
		Gefühl mitsprechen zu können		
Vergleiche mit der Influencer*in	Ja		Schilderung, ob man sich mit der Influencer*in vergleicht.	"Ja, schon auch. Also ich denke mir auch teilweise sie hat ihre Wohnung cool eingerichtet und einfach so Sachen das hätte ich auch gerne und ja schon."
	Nein			
	Schwierigkeit der Einschätzung			
Einschätzung des Vergleichs	Orientierungshilfe		Schilderung auf welche Art und Weise man sich mit der Influencer*in vergleicht.	"Also ich würde schon sagen, also vergleichen ist halt schwierig aber eher danach einfach orientieren vielleicht. "
	Äußerliches Aussehen			
	Differenzieren und Distanz wahren			
	Bewusstsein der Unterschiede			
	Positiver Vergleich			
	Negativer Vergleich			
	Einstellungs-Vergleich			

	Optimale Zukunftsvorstellung			
	Motivierend/Anreiz			
	Bewusstsein der Einzigartigkeit			
	Referenz/Vorbild			
Vorkommen Beeinflussung von Wünschen/Verhaltensweisen	Ja		Schilderung, ob man schon einmal Verhaltensweisen oder persönliche Wünsche durch den Einfluss der Influencer*in angepasst hat.	"Ja, irgendwie schon."
	Nein			
Einschätzung der Anpassung von Wünschen/Verhaltensweisen	Veränderung der Einstellung		Schilderung, inwiefern man schon einmal Verhaltensweisen oder persönliche Wünsche durch den Einfluss der Influencer*in angepasst hat.	"Ja, also eben durch diese neue Einstellung, dass man es den Leuten nicht immer recht machen muss, auch einfach öfter Nein sagen kann oder einfach sagen kann, wie man sich fühlt, würde ich schon sagen, dass ich öfter auch mal einer Freundin gesagt habe..."
	Anpassung der Lebensweise			
	Orientierung im Alltag			
	Viele Parallelen			
	Langfristige Beschäftigung mit der			

	Influencer*in und deren Themen			
	Soziale Nachahmung			
Anregungen/Gedanken zur Zukunft	Wunsch nach Treffen im echten Leben		Schilderungen von Wünschen und Anregungen bezüglich der Thematik für die Zukunft.	"Ja, es wäre wie gesagt halt einfach cool, wenn man die Person auch mal live sehen würde und dann einfach sieht, ob sie wirklich so voll sympathisch ist..."
	Man soll sich selber treu bleiben			
	Spannendes Thema			
	Für sich persönlich keine Erwägung			
	Besondere Persönlichkeit			
	Unterbewusster Einfluss			
	Übernahme von Verhaltensweisen			
	Aufrechterhaltung der Art und Weise des Auftretens der Influencerin			
	Abwesenheitsbedauern			

11.4. Transkripte

Interview 1

Speaker 1 [00:00:03] Danke, dass du dich bereit erklärt hast, dass ich dich interviewen darf. Genau. Also, deine Daten werden anonymisiert und werden nicht weitergegeben. Also, datenschutzrechtlich ist alles geklärt. Und das Thema, was wir durchführen werden, sind Influencer auf Instagram, parasoziale Beziehungen und soziales Wohlbefinden. Zum Einstieg mal wie alt bist du und was machst du beruflich?

Speaker 2 [00:00:25] Gut, also ich bin 28 Jahre alt und beruflich kaufmännisch pharmazeutische Assistentin.

Speaker 1 [00:00:35] Gut Einstiegs, hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht? Und wenn ja, ist dir da etwas Besonderes im Kopf geblieben von deinem Konsum?

Speaker 2 [00:00:44] Ja, (lacht) auf jeden Fall. Ähm, ich hab heute eine wunderschöne Story bearbeitet von meinem Essen, das ich mit meiner Freundin genossen habe. Und es hat sehr lang gedauert. Aber es wurde sehr schön.

Speaker 1 [00:00:56] Okay, sehr gut. Ähm, genau jetzt würde ich dich bitten, dass du mir erzählst, wie dein Social Media Konsum auf Instagram aussieht und warum du Instagram nutzt.

Speaker 2 [00:01:12] (Denkpause) Ich verbringe also schon viel Zeit auf Instagram, eigentlich. Man schaut halt hauptsächlich, also ich schaue hauptsächlich die Stories durch. Weil das ziemlich schnell geht und du gleich irgendwas Aktuelles erfährst über die Personen. (Denkpause) Was war nochmal die zweite Frage?

Speaker 1 [00:01:41] Warum du, also warum du soziale Medien benutzt, insbesondere Instagram.

Speaker 2 [00:01:46] Irgendwie, damit man in Kontakt bleibt, auch mit den Leuten. Und es ist halt einfach, wenn wir uns ehrlich sind, eine Zeit Beschäftigung, wenn man, also wenn man nichts zu tun hat. Dann macht es Spaß und sich bisschen ablenken auch. Und so, ja.

Speaker 1 [00:02:09] Okay. Nun mal einleitend eine Frage und du kannst jetzt gerne einfach mal daraufhin reden, was du dir darunter vorstellst, was für dich unter den Begriff Wohlbefinden fällt. Also dein persönliches Wohlbefinden.

Speaker 2 [00:02:27] Ähm, jetzt gar nicht auf Social Media, sondern einfach generell, wie ich mich wohlfühle?

Speaker 1 [00:02:32] Aja also generell, was du unter Wohlbefinden verstehst, unter dem Begriff.

Speaker 2 [00:02:36] Dass man also, dass man sich in der Umgebung wohlfühlt, also zum Beispiel mit angenehmen Leuten, bei denen, bei denen man einfach entspannt ist, sich nicht verstellen muss. Ähm. Eine angenehme Stimmung einfach. Also nicht ungut oder mit viel, einfach mal Ruhe. Kein Lärm. Ähm. Einfach, wenn es gemütlich ist. Einfach wenn es schön ist. Halt, wenn der Körper auch sagt, dass es angenehm ist und gut tut.

Speaker 1 [00:03:15] Und du hast das eh schon angeschnitten im Zuge dessen. Was verstehst du unter sozialem Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:03:23] Dass ich halt mit Leuten zusammen Zeit verbringe, wo ich mich halt, wo es angenehm für mich ist und wo man ja man selbst sein kann und nicht einfach so auf alles achten muss und nicht angespannt ist.

Speaker 1 [00:03:42] Okay. Ähm wodurch glaubst du, wurden deine Vorstellungen von sozialem Wohlbefinden beeinflusst? Also, du kannst mir gerne Beispiele nennen.

Speaker 2 [00:03:56] Ähm okay also wie man, also, warum ich?

Speaker 1 [00:04:00] Warum du das so siehst, wie du es siehst. Also, warum glaubst du das?

Speaker 2 [00:04:06] Weil ich glaube, dass ich, wenn ich manchmal unter fremden Menschen bin oder in manchen Kreisen einfach mich verstellen muss oder einfach angespannt bin, weil ich halt, vielleicht schon auf eine bestimmte Art und Weise halt rüberkommen will. Und das habe ich natürlich nicht unter meinen engsten Leuten, weil's mir bei denen wirklich egal ist, weil ich da sowieso bin, so wie ich bin. Und man es sich trotzdem einredet oder einbildet, dass man irgendwie nicht so sein kann vor anderen. Keine Ahnung, warum eigentlich. Ja.

Speaker 1 [00:04:43] Okay, jetzt wieder eher Richtung Social Media. Was genau sind für dich Influencer und was findest du, was verbindest du mit dem Wort Influencer/in?

Speaker 2 [00:04:59] Na ja, Leute, die ihr Leben halt mit einem teilen, teilweise auch also schon auch interessante Leute, also auch die, die Konsumenten, also die, die das anschauen, die Storys usw inspirieren können mit Sachen, mit schönen Sachen auch, ähm. Eben Ideen bringen, was man mal unternehmen kann, was man ausprobieren kann, kochen kann, reisen oder was auch immer. Aber trotzdem auch halt Leute, die natürlich auch Sachen verkaufen wollen und uns halt schon Sachen schön darstellen und schönreden, obwohl es vielleicht nicht deren Favorit ist, aber sie finden es eh ganz okay. Und ja, ich meine die müssen ja auch damit Geld machen.

Speaker 1 [00:05:52] Und wodurch glaubst du, wurden deine Vorstellungen von Influencerinnen beeinflusst? Also kannst du mir vielleicht ein Beispiel nennen? Also warum du so ein Bild hast.

Speaker 2 [00:06:12] Naja (Denkpause) also es gibt wie gesagt auch positive Sachen. Da kenn ich eh so paar Influencer, wo ich halt auch das eben cool finde, wenn sie vielleicht viel über Ernährung, über generell Gesundheit, Wohlbefinden und so posten, dann interessiert

mich das. Aber es gibt halt auch welche, die halt einfach jede Möglichkeit nutzen, um irgendwo eine neue Marke vorzustellen und dann halt eben die ganze Zeit für verschiedene Sachen Werbung machen. Was ich halt auch nervig find. Da merkt man halt auch, dass sie dann halt eigentlich nur das verkaufen aus sind und natürlich gibt es auch halt die Influencer, die dann wieder viel von sich posten und natürlich so perfekt ausschauen und das ist teilweise ein Ansporn, dass man zum Beispiel viel Sport macht oder auf die Ernährung mehr achtet, aber andererseits auch wieder ein Kampf mit sich selbst, dass man halt immer mehr will und mehr und nie so richtig zufrieden ist mit sich selbst. Und ich glaube ja, ist das gut so, wenn ich so viel sage?

Speaker 1 [00:07:27] Alles gut, es ist eh gut wenn du alles sagst, was dir in den Kopf kommt.

Speaker 2 [00:07:31] (lacht) Okay, jetzt bin ich angespannt.

Speaker 1 [00:07:41] (lacht) Nein musst du nicht, alles gut. Ähm. Und jetzt kommen wir, bisschen spezifischer. Ähm. Du kannst auch gerne jetzt mal dein Handy da zu Hilfe nehmen. Bitte nenne mir jetzt dein Lieblings-Influencer oder Influencerin. Am besten im Lifestyle Bereich und mit mehrerer 100 tausend Followern.

Speaker 2 [00:08:04] Oh Gott, okay. (lacht)

Speaker 1 [00:08:05] Und nimm einfach diejenige oder diejenigen, denen du, wenn du den verfolgst, am meisten verfolgst und am besten schon länger.

Speaker 2 [00:08:18] Oh Gott. Ich verfolge nicht so wirklich viele. Also ich sehe immer wieder Beiträge, aber ich weiß nicht, wie ich. (Denkpause) Ich weiß nicht. Ich schaue wirklich nicht so viele Influencer zurzeit.

Speaker 1 [00:08:40] Dann nimm das, was du halt früher halt viel verfolgt hast, beziehungsweise doch mehr verfolgst.

Speaker 2 [00:08:44] (lacht) Ähm, okay. Mir fallen jetzt dann einmal zwei ein, und zwar Pamela Reif und Gerid Rux.

Speaker 1 [00:08:52] Nimm gerne eine davon.

Speaker 2 [00:08:53] Ähm Gerid.

Speaker 1 [00:08:54] Nimm gerne diejenige, wo du das Gefühl hast...

Speaker 2 [00:08:56] Ja voll, die habe ich vielleicht am meisten verfolgt.

Speaker 1 [00:08:59] Okay, wie lange folgst du ihr schon?

Speaker 2 [00:09:04] Ewig. Keine Ahnung. Seit ich Instagram verwende. Vom Gefühl. Ähm, sicher schon seit zehn Jahren oder so.

Speaker 1 [00:09:14] Ähm. Und wenn du jetzt an die Person denkst, warum hast du genau diese Person ausgewählt? Und du kannst mir gerne Beispiele nennen.

Speaker 2 [00:09:30] Ich meine, ich verfolge sie halt, weil ich sie auch schon so lange verfolge und irgendwie will man ja auch ein bisschen wissen, was so abgeht bei dir. Aber es ist, ich finde sie war eigentlich immer sympathisch und sie hat halt viel eben über gesunden Lebensstil usw. Content gemacht, was schon inspirierend war, weil sie halt schon auch eine gute Figur hat natürlich. Und man sich denkt, ja, ich hätte auch gern so eine schöne Figur und vielleicht kann ich ja durch ihre Tipps auch mehr so werden. Und ja, weiß nicht, soll ich noch mehr sagen?

Speaker 1 [00:10:23] Es kommen noch einige Fragen, die noch genauer darauf eingehen. Genau eh, die nächste Frage. Wenn du jetzt darüber nachdenkst, inwiefern ist die Gerid Rux für dich persönlich wichtig? Oder ist sie dir persönlich wichtig? Und wenn ja, aus welchen Gründen ist das der Fall?

Speaker 2 [00:10:47] Sie persönlich? Ehrlich gesagt nicht so, ich schaue mehr ihren Content an, also ich habe jetzt nicht das Gefühl, dass ich sie so wirklich gut kenne. Ich finde das, was sie macht, so richtig schön immer, wie sie ihr ganzes Profil gestaltet. Aber warte (Denkpause) mir ist jetzt noch die Ana Johnson eingefallen, die passt eigentlich für mich besser. (lacht)

Speaker 1 [00:11:13] Du kannst auch sie nehmen. Es ist ja ein Interview für, also wenn sie für dich besser passt, dann gerne.

Speaker 2 [00:11:17] Aber dann müssen wir alles noch mal wiederholen.

Speaker 1 [00:11:19] Das waren jetzt eigentlich nur zwei Fragen, also nicht schlimm.

Speaker 2 [00:11:22] Ich muss noch überlegen, die Ana Johnson, das ist eigentlich die Einzige, die ich momentan aktiv verfolge. (lacht)

Speaker 1 [00:11:26] Mich hat es auch gewundert, dass sie dir nicht gerade spontan eingefallen ist. (lacht)

Speaker 2 [00:11:32] Keine Ahnung, unter dieser Situation ist sie mir nicht eingefallen, aber okay. Ja, da nehme ich die Ana Johnson, da sind viel bessere Vibes auch so persönlich dabei. Okay, ja, die mag ich nämlich wirklich, also sie ist mir auch wichtig. (lacht)

Speaker 1 [00:11:40] Okay. (lacht) Also wie lange folgst du ihr schon?

Speaker 2 [00:11:48] Äh. Ich weiß gar nicht. Sicher schon ein paar Jahre. Fünf Jahre geschätzt.

Speaker 1 [00:11:55] Okay. Und warum hast du die genannte Person ausgewählt? Und warum ist sie eben deine Lieblings-Influencerin?

Speaker 2 [00:12:02] Ähm. Ja, ich finde sie sehr sympathisch. Sie ist voll kreativ. Man hat das Gefühl, sie hat, also es wirkt so, dass sie ein gutes Herz hat, einen schönen Charakter. Sie bringt aber auch so gute Vibes, und einfach alles, was so passiert, ein angenehmes Leben, irgendwie. Wenn man das so verfolgt.

Speaker 1 [00:12:25] Und wie wichtig ist sie als Person jetzt persönlich und aus welchen Gründen ist das der Fall? (lacht)

Speaker 2 [00:12:33] (lacht) Ich bin froh, dass ich da jetzt noch draufgekommen bin. Also ich, ähm, wieso sie mir wichtig ist, also ob.

Speaker 1 [00:12:43] Und inwiefern sie dir wichtig ist. Persönlich.

Speaker 2 [00:12:47] Ja, also wie gesagt, ich finde eben man hat das Gefühl, man kennt sie halt schon besser. Jetzt zum Beispiel durch das Baby, das sie jetzt bekommen haben. Und das war ja alles ziemlich schwierig mit der Schwangerschaft. Ähm, da hat man halt auch natürlich für sie gehofft, dass sie halt auch endlich, ähm, glücklich wird. Und weil sie halt alles, man konnte alles mitverfolgen und ja..

Speaker 1 [00:13:17] Und wenn du jetzt an eine, also warte falsch. Ich muss anders anfangen. Also kannst du dich erinnern an eine Erfahrung mit ihr, in dem Sinne eine die, an die du dich besonders erinnern kannst seit du ihr folgst also die Bedeutung hatte an irgendeine Situation oder so, die besonders im Gedächtnis geblieben ist?

Speaker 2 [00:13:49] Ähm, ja. Also ich würde sagen, vor allem das, was jetzt eben passiert ist mit der Schwangerschaft, wo sie eben so lange nicht schwanger werden konnte. Und mit Müh und Not haben sie es dann halt doch geschafft. Und da hat man halt voll mitbekommen, wie sie das halt wirklich mitgenommen hat und da habe ich das Gefühl gehabt, dass ich sie ja doch besser kenne. Und weil sie wirklich, sich geöffnet hat, der Community gegenüber und man hat dann halt auch voll Mitgefühl, weil man auch gesehen hat, den Schmerz und

generell, wie wichtig ihr das alles ist. Und ja, wie gesagt, sie ist sehr sympathisch und wirkt sehr sehr lieb und dadurch mag man sie halt auch einfach und wünscht ihr dann halt auch das Beste, das sage ich mal.

Speaker 1 [00:14:43] Und wie würdest du die Beziehung zu ihr beschreiben? Jetzt von dir aus, was sind da deine Gedanken dazu?

Speaker 2 [00:14:57] Ich finde, es ist schon ein bisschen so eine Inspiration. Durch ihre Kreativität und ihre schöne Beziehung und ihr Zuhause. Also das ist alles etwas, einfach, wie ich mir das halt auch vorstelle. Eigentlich ja.

Speaker 1 [00:15:18] Und hast du irgendwelche gewisse Erwartungen an sie? Oder spezifische Ansprüche? Wenn du jetzt über die Beziehung zu ihr nachdenkst?

Speaker 2 [00:15:36] Mhm Erwartungen, ich wünsche mir, dass sie so bleibt, wie sie ist, (lacht) also dass sie weiterhin einfach eben diese guten Vibes verbreitet und auch immer so positiv bleibt und eben ja weiterhin einfach so angenehm bleibt. Sonst jetzt nicht wirklich großartige Wünsche.

Speaker 1 [00:15:59] Und wenn du jetzt über die Art, also die Art und Weise, wie sie mit dir oder ihren Followern eben kommuniziert, nachdenkst, was bewegt dich dabei immer wieder dazu, dass du dich ihr zuwendest und ihren Content anschaust und verfolgst?

Speaker 2 [00:16:25] Mhm sie erzählt halt extrem viel über sich, also über ja, sie ist sehr offen gegenüber ihren Followern. Auch mit Gefühlen und. Sie hat auch einen Podcast, da redet sie auch sehr viel, auch über tiefsinnige Sachen mal und eben auch mit sehr viel Humor. Was ich auch natürlich sehr schön finde und auch mit dem Freund, weil es halt einfach auch immer lustig ist. Ja. Ich weiß jetzt nicht, ob ich jetzt die Frage beantwortet habe.

Speaker 1 [00:17:02] Ja, das passt schon. Ähm, inwiefern hast du das Gefühl, dass du dich mit ihr verbunden fühlst? Also, wie denkst du darüber?

Speaker 2 [00:17:29] Ich habe das Gefühl, sie tut mir auf jeden Fall nichts Schlechtes. Sie tut mir gut und wenn ich jetzt ihre Stories schaue, dann gibt mir das schon ein gutes Gefühl, denn es zieht mich nicht runter oder so, weil sie auch alles dann irgendwie, auch wenn es mal negativ ist, trotzdem positiv versucht zu sehen und das Gute halt rausholen will und nicht irgendwie die Leute runterziehen will oder soll.

Speaker 1 [00:18:02] Und hast du das Gefühl, dass in dem Fall eben Ana Johnson dich wahrnimmt und dass sie es schätzt, dass du ihren Content schaust und ihr folgst?

Speaker 2 [00:18:11] Ja, ich finde schon. Weil sie sich da schon auch immer wieder bedankt und ihren Followern sagt, wie schön sie es findet, dass wir sie ja unterstützen und so und ja, auf jeden Fall. Man merkt doch, dass sie das für ihre Follower tut, dass sie halt so eben zum Beispiel ihre kreative Seite und eben mit dem Humor, so dass sie damit vielleicht den Leuten unbewusst einfach was Gutes tut.

Speaker 1 [00:18:39] Bist du mit ihr schon mal in irgendeiner Art und Weise in Kontakt getreten? Also in Kontakt treten heißt jetzt eben, hast du schon mal einen Kommentar verfasst unter einem Bild, geliked oder auf eine Story geantwortet oder ihr persönlich geschrieben.

Speaker 2 [00:18:52] Sie hat einen Kommentar von mir geliked (lacht). Das war schon voll der Fangirl Moment.

Speaker 1 [00:18:59] Ähm, also das heißt, wie fandest du die Situation?

Speaker 2 [00:19:04] (lacht) Das war irgendwas lustiges und ich hab mich schon sehr gefreut, dass sie da reagiert hat. Und ich hab eine Freundin da drunter markiert. Ja, und dass ich das, was ich so lustig find, sie hat das eben geliked. Und es hat mich gefreut.

Speaker 1 [00:19:23] Und? Also das heißt?

Speaker 2 [00:19:25] Das sie mich gesehen hat, war ein gutes Gefühl.

Speaker 1 [00:19:27] Das heißt, du hast ein gutes Gefühl dabei gehabt und du würdest sie in dem Fall noch mal, also noch mal kontaktieren?

Speaker 2 [00:19:30] Ja auf jeden Fall, ist ja auch eine nette Geste.

Speaker 1 [00:19:32] Und weißt du was, also hast du schon mal, was vom Broadcast Channel auf Instagram gehört? Und weißt du, was das ist, beziehungsweise hat sie so einen Channel und nutzt du das Tool?

Speaker 2 [00:19:36] Ja voll also prinzipiell habe ich schon mal von diesem Broadcast Channel gehört, ich habe auch schon oft eine Erinnerung bekommen, dass jemand da irgendwie einen neuen Channel hat. Ich glaub man wird auch so dazu eingeladen, ich weiß gerade nicht aber ähm ja ich bin auch einmal in einem gewesen, aber das habe ich nur einmal gemacht bei der Ana nicht, die hat das nicht glaube ich. Das war damals bei der Gerid Rux, da ging es um Fitness Rezepte und so gesunde Rezepte und so Zeug. Ja war nicht lange drinnen, wollte auch eigentlich nur schauen, was das ist. Ich weiß nicht wie, aber ich habe dann die ganze Zeit Mitteilungen bekommen, aber ich glaub das hat mich genervt. Aber prinzipiell finde ich es jetzt nicht unbedingt notwendig, ich habe glaub ich einfach zu wenig Zeit, dass ich da noch regelmäßig reinschaue, würde ich jetzt mal sagen. Und ich schaue zwar schon gerne den Content an von Influencern und auch Anas Leben eben, aber ähm, das wäre mir dann doch zu viel des Guten (lacht).

Speaker 1 [00:20:00] Okay. Ähm. Jetzt, wenn es zu deinem jetzt zu real, wenn es zu Real Life geht, also in einem echten sozialen Leben, kommen dir da positive Anregungen oder eine Art Ratschläge in den Sinn, wenn du über sie und die Beziehung zu ihr nachdenkst.

Speaker 2 [00:20:02] Also, wie es so mein Leben beeinflusst, so bisschen?

Speaker 1 [00:20:04] Genau.

Speaker 2 [00:20:06] Ja, ich finde halt auch so ein bisschen, Inspo für ähm, generell Inneneinrichtung und Deko und manchmal auch so Hacks oder so? Oder auch ihre Outfits finde ich schön. Da kann man schon, also da nimmt man schon so ein bisschen mit für sich.

Speaker 1 [00:20:30] Und abgesehen jetzt vom Materiellen?

Speaker 2 [00:20:35] Also so eher vom..

Speaker 1 [00:20:36] So eben für dein Leben eher so Ratschläge, oder so was?

Speaker 2 [00:20:42] Ja, dieses Optimistische und so auf jeden Fall und ich finde halt auch, habe ich eh schon gesagt, ich finde ihren Freund auch lustig und ich weiß halt, dass mir das halt auch wichtig ist. Zum Beispiel, dass ich einen Mann habe, der einfach Humor hat, weil ich halt, ja ich finde es schon schön, wie sie zusammen sind. Und das ist für mich schon so ein bisschen das, was ich mir wünsche. Das habe ich nicht bei jedem Influencer, sondern eigentlich nur bei denen halt. Ist für mich schon etwas Besonderes.

Speaker 1 [00:21:11] Und wenn du jetzt darüber nachdenkst, inwiefern spielen eben in dem Fall Anna Johnson und die Themen, die sie anspricht, eine Rolle in deinem sozialen Umfeld, außerhalb von den sozialen Medien?

Speaker 2 [00:21:20] Ähm, ich weiß nicht also man mhm (Denkpause)

Speaker 1 [00:21:52] Na ja, wie, also abgesehen von dem auf Instagram. Ob sie im echten Leben, in deinem Umfeld eine Rolle spielt oder die Themen, die sie bespricht, ob die dich im Leben und im Umfeld beschäftigen?

Speaker 1 [00:21:58] Oder besser gesagt, ob die Themen, die sie anspricht, oder auch generell, die zu Gesprächsthemen werden im Umfeld zum Beispiel.

Speaker 2 [00:22:09] Naja schon auf jeden Fall. Ich würde sagen, es geht schon, ich sag ich jetzt mal regelmäßig über sie und ihre Dinge mit meinen Freundinnen, weil wir die eigentlich alle verfolgen und wir halt generell alle einfach bisschen so, habe ich das Gefühl, inspiriert sind von ihr und auch von ihrem Lebensweg und ihrer Einstellung. Und ich habe schon das Gefühl, dass sie uns allen so ein bisschen, doch manchmal zeigt eben wie auch, dass man manche Sachen einfach mehr schätzen muss, oder ja, also ich kann mich nicht ausdrücken. (lacht) Wenn du nicht genug von dieser Antwort hast, sag Bescheid.

Speaker 1 [00:22:58] Ich überlege, wie ich nochmal nachfragen kann, wie ich die Frage noch besser...

Speaker 2 [00:23:04] (Denkpause) ich würde einfach sagen, eben dass sie schon vorkommt, aber jetzt auch nicht nur sie, halt ab und zu und dann ist es auch ein nettes Gespräch. (lacht)

Speaker 1 [00:23:28] Ja, ich meine, es passt schon. Ähm. Genau dann sind eigentlich eh nur noch zwei Fragen. Hast du, also inwiefern vergleichst du dich mit ihr? Oder hast du das Gefühl, dass du dich mit ihr irgendwie oder ihrem Leben im Vergleich zu deinem stellst?

Speaker 2 [00:23:56] Ich muss sagen, ich finde, man vergleicht sich oft mit irgendwem. Aber mit ihr vergleiche ich mich nicht, weil ich finde, sie ist auch in einer ganz anderen Phase ihres Lebens. Also sie ist so bisschen so ein Zukunfts-Ding, was ich mir vorstellen kann. Aber es ist nicht so, dass ich mich jetzt irgendwie mit ihr persönlich so vergleiche. Vor allem eben auch überhaupt nicht über das Optische, was finde ich sehr oft vorkommt, obwohl sie wunderschön ist und alles, aber es ist einfach eine ur unangenehme Person, bei der du irgendwie auch einfach nicht das Gefühl hast, dass du das machen müsstest, bei der du dich sowieso wohlfühlst irgendwie. Und ähm.

Speaker 1 [00:24:51] Ich glaube, also.

Speaker 2 [00:24:54] Kannst du die Frage nochmal wiederholen? Ich bin gerade verwirrt.

Speaker 1 [00:24:55] Also du hast die Frage gut, die Antwort hat hier gepasst. Aber okay. Die Frage war, ob du dich mit ihr vergleichst oder mit ihrem Leben.

Speaker 2 [00:25:03] Nein, also es ist eher so ein Zukunftswunsch. So wie es mir gefällt, wie ich es mir halt vorstellen kann. Aber eben nicht so negativ oder so aktuell. Also es ist einfach mehr so, ich nehme einfach was Gutes mit von ihr für die Zukunft.

Speaker 1 [00:25:17] Und kannst du vielleicht eine Situation nennen, in welcher Ana Johnson dich eventuell dazu gebracht hat, dein Verhalten zu ändern, oder dein Verhalten zu beeinflussen? Jetzt gar nicht so bezogen auf irgendwelche Dinge zu kaufen, sondern auf deine Einstellung oder dein Verhalten.

Speaker 2 [00:25:40] Verhalten oder auch so Wünsche oder so? Ähm ja ich glaube schon, dass Sie zum Beispiel, ich weiß nicht, ob das jetzt so richtig ist, was ich dir so erzähle. Einfach mal, dass ich es zum Beispiel voll cool finde, dass sie eben diese Camper Tour gemacht haben, weil ich halt auch unbedingt sowas mal machen will und eben auch viel mit diesem, ein bisschen mit diesem Reisen und so, und sie gibt einem so ein bisschen dieses Gefühl mal, dass man so offen und frei sein kann, finde ich. Und das will ich halt auch für mich. Und dass man halt aus allem das Positive herausfiltern sollte. Und das ist halt, wenn es mal eben schlecht ist, auch nicht so bleibt, sondern eh wieder besser wird. Und sie gibt einem auch dieses Gefühl, dass weil es bei ihr im Leben halt auch so ist, immer für sie da ist und das klingt jetzt blöd, aber das auch sie für einen da ist. Aber man hat einfach immer das Gefühl, dass, ja, es gibt einem einfach das Gefühl, dass man nicht alleine ist. Keine Ahnung. Aber auch weil sie das einfach auch nicht hat, sie hat ja auch viele Freunde und es gleicht meinem Leben halt auch und die Familie und so und deswegen kann ich mich vielleicht auch gut mit ihr identifizieren. Ja.

Speaker 1 [00:27:00] Okay, passt. Hast du noch sonst irgendwelche Anregungen, die dir dann noch spontan zu dem Thema einfallen?

Speaker 2 [00:27:09] Zur Ana Ähm. Ich überleg, (Denkpause) ich weiß nicht. Ich finde das sehr, ich glaube ich habe eh schon alles gesagt, alles, was ich jetzt sage.

Speaker 1 [00:27:22] Nein, du musst ja nichts sagen, wenn dir nichts mehr einfällt. Alles gut.

Speaker 2 [00:27:27] Aber ich finde es voll interessant gerade. Ich habe mich halt auch noch nie so ins Detail, also noch nie so in ihr Thema rein versetzt einfach, so in sie. Nein, aber sie ist halt einfach, wie gesagt, ich habe es eigentlich immer, wenn man so über Influencer redet, negativer in Gedanken, weil man sich eben so viel vergleicht. Und das ist eigentlich komisch, weil ich finde, sie ist eine, die, mit der ich mich gar nicht vergleiche, sondern die mir nur gute Vibes gibt, was ich echt cool finde, das ist mir noch nie so richtig bewusst gewesen. Also ja, richtig tolle Person, approved. (lacht)

Speaker 1 [00:28:09] Okay, sehr gut. Dann danke für das Interview.

Speaker 2 [00:28:13] Dankeschön, ich hoffe, du kannst damit etwas anfangen.

Speaker 1 [00:28:15] Und wenn ich fertig bin, dann kann ich dich gerne auch über die Ergebnisse aufklären, die rausgekommen sind?

Speaker 2 [00:28:20] Gerne (lacht) Ich möchte alles wissen.

Interview 2

Speaker 1 [00:00:02] Danke, dass du dich bereiterklärt hast für das Interview. Also ja, das ist hier alles datenschutzrechtlich geregelt. Der Name wird nicht genannt und es wird alles anonymisiert. Und genau das Formular gebe ich dir dann noch für den Datenschutz, dann kannst du das dann unterschreiben. Heute wird das Interview ungefähr eine halbe bis dreiviertel Stunde dauern und das Thema soziale Beziehungen auf Instagram. Mal zum Einstieg die Frage nach deinem Beruf und deinem Alter?

Speaker 2 [00:00:30] Ja, also ich arbeite in der internen Kommunikationsbranche und bin 26 Jahre alt.

Speaker 1 [00:00:32] Gut. Hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht? Und wenn ja, an also an was erinnerst du dich da besonders?

Speaker 2 [00:00:42] Ja, hab ich. Ähm das Lustige, ich hab mit einer Freundin über einen Film gesprochen, auf Amazon Prime. Und dann wurde mir der Nicholas Galitzine oder wie der heißt, vorgeschlagen, mit dem neuen Film von der Anne Hathaway. Und dann hab ich mir das gleich angeschaut und dann bin ich halt ein bisschen weiter durchgegangen und habe gleich ein paar Posts auch gesehen und ja, aber eher so nebenbei. Also ich war heute schon einkaufen und habe das dann einfach, wenn ich bei der Kasse gestanden bin, gewartet um zum Beispiel nachgeschaut oder wie ich in der Früh am Klo war oder wie ich in der Früh aufgestanden bin, dann noch im Bett kurz war, war ich auch auf Instagram.

Speaker 1 [00:01:23] Okay, passt. Und wenn du jetzt generell deinen Social Media Konsum beschreiben würdest, also gerade auch bezogen auf Instagram, wie sieht der so aus im Alltag?

Speaker 2 [00:01:34] Also Instagram nutze ich eigentlich am meisten. Und ja, das ist einfach, manchmal in der Früh, wenn man noch so im Bett liegt. Aber meistens, wenn ich halt einen Arbeitstag habe, dann fahr ich halt in die Arbeit und ab und zu wenn einem fad ist,

kann man auch mal auf Instagram schauen. Und sonst halt wirklich aktiver, würde ich sagen, eher am Nachmittag dann. Und ich glaube, es ist sehr automatisiert. Man schaut einfach immer wieder mal auf Instagram. Wenn man zum Beispiel Freunde sieht oben bei den Stories, dann schaue ich mir die gleich an, manchmal bleibt man dann hängen und schaut sich mehrere Stories an und es werden einem eh meist die ähnlichen vorgeschlagen. Da verfolgt man das halt und sonst scrollt halt bisschen durch und so, aber ich würde jetzt zum Beispiel schon sagen, dass ich schon eher Mensch bin, also kommentieren tue ich so gut wie gar nicht. Wenn dann bei Gewinnspielen oder so liken, also ein Herz geben vielleicht schon immer wieder, gerade bei Freunden. Ja, und sonst bei Freunden manchmal kommentieren eher seltener, weil man halt eben nicht zu viel Zeit sich dann nimmt, sag ich mal, und posten, also wenn ich irgendwo bin, in einem Restaurant zum Beispiel oder wirklich, was unternehme dann poste ich da immer. Essen fotografiere ich auch immer außer in der Arbeit, also privat nur und man teilt so Erlebnisse eben oder wenn man eben auf Urlaub ist. Aber im Alltag ist es eigentlich schon sehr stark verankert. Also ich würde schon sagen, dass ich, keine Ahnung, zehnmal einfach so automatisch auf Instagram bin und dann jeweils immer, je nachdem wie viel Zeit man hat, eine Viertelstunde oder eine halbe Stunde. Wie auch immer.

Speaker 1 [00:03:23] Und jetzt würde ich gerne wissen, was du allgemein unter Wohlbefinden für dich persönlich verstehst. Wenn du das jetzt für dich definieren müsstest.

Speaker 2 [00:03:35] Mhm. Das ist eine etwas schwierige Frage. Also ich würd sagen, Wohlbefinden ist etwas, wenn es mir gut geht und wenn ich ausgelassen bin, jetzt gerade keinen Stress hab, irgendwie so ein bisschen Ruhe. Ja, wenn man sich gut fühlt und wenn man auch so ein bisschen besser als eine neutrale Stimmung hat, also man hat nicht irgendwie so ein unterdrücktes Gefühl, oder fühlt sich jetzt ein bisschen schlecht oder depressiv, sondern man fühlt sich wohl. Also man ist gerade einfach zufrieden.

Speaker 1 [00:04:09] Und wenn du jetzt im Zuge dessen drüber nachdenkst. Soziales Wohlbefinden, was stellst du dir darunter vor? Also beschreibe mir einfach frei, was dir dazu so in den Kopf kommt?

Speaker 2 [00:04:22] Also sozial hat bei mir meistens mit anderen Menschen zu tun. Und ja, wenn die irgendeine gute Energie versprühen und man sich wohlfühlt, in der Runde mit Menschen zusammen ist, wo man keine Social Battery quasi braucht, dafür oder wo man danach nicht fertig ist. Ja, man fühlt sich einfach wohl. Man kann Zeit verbringen und lädt eher seine Energien auf oder hat dann einfach eine schöne Zeit und danach fühlt man sich auch wohl. Also auch, dass keine keine Spannung ist in der Luft oder das man irgendwelche Diskrepanzen hat, sondern wirklich einfach eine angenehme Atmosphäre dann noch hat, ich weiß nicht, ob das jetzt im digitalen Raum auch gemeint ist, aber eben das man einfach weder wütend danach ist noch geladen ist, sondern einfach ein bisschen entspannter, sage ich mal.

Speaker 1 [00:05:22] Genau, passt also Beispiele, hast du jetzt eigentlich eh auch schon genannt. Dann gehen wir zur nächsten Frage. Beziehungsweise zum nächsten Themenblock. Jetzt kommen wir zu Influencern. Also was genau verstehst du unter Influencerinnen? Und was verbindest du mit dem Wort?

Speaker 2 [00:05:38] Also für mich ist das schon eine Person, die einen Einfluss hat oder beeinflussen kann, die teilweise Trends vorgibt und ja aktuell ist und am Ball ist und halt wirklich sich einfach auseinandersetzt mit Situationen und tagesaktuellen Trends eben, zum Beispiel aktuelle Geschehen und die aber wirklich, ähm ja einen Einfluss haben. Also, ich würde jetzt nicht sagen, jemanden wo ich in zwei Monaten ein Bild sehe oder eine Story, dass das ein Influencer ist, sondern wirklich jemand, der seine Leute täglich irgendwie bespielt und dann halt einen gewissen Einfluss hat.

Speaker 1 [00:06:24] Und wovon glaubst du, wurde diese Vorstellung, die du hast, beeinflusst. Also kannst du mir da ein Beispiel nennen, wie du zu dieser Meinung gekommen bist?

Speaker 2 [00:06:34] Also ich glaube dass das natürlich sehr viel mit der Öffentlichkeit zu tun hat beziehungsweise mit den Medien. Es ist auch ein bisschen negativ behaftet, würde ich jetzt mal sagen, weil sehr viele halt meinen ja, Influencer die haben eh nur Freizeit, die

machen eh nix Gescheites oder arbeiten nicht richtig oder so. Also ich würde schon sagen, dass es ein bisschen negativ auch ist, aber man hört es halt einfach, so gerade auf Social Media, Influencer und es wurde halt immer mehr Thema, würde ich schon sagen. Und ja, wenn man selber in der Szene ein bisschen auf Social Media ist, würde ich sagen, dass man das selber, das einfach, ja viel mehr mitbekommt. Und eben Influencer sagen, wir sind ja Leute, die man nicht persönlich teilweise kennt, sondern halt eben nur durch die digitale Welt und durch ein Medium und die uns aber beeinflussen. Also ich würde jetzt meine Freunde zum Beispiel nicht als Influencer bezeichnen, aber ich würde sowohl sagen, dass Freundinnen auch eben einen beeinflussen können. Und so hat sich dann irgendwie das Bild gebildet, dass es sowohl von der Öffentlichkeit ist, als auch das, was man selber mitbekommt, halt von Personen, die einem eigentlich fremd wären, aber durch Social Media nahbar sind. Und ja.

Speaker 1 [00:07:55] Okay, jetzt kommen wir zu deiner Lieblings-Influencerin oder Influencer. Also du kannst mir gerne den Namen von derjenigen Person nennen und ich würde noch gern wissen, ob du ungefähr weißt, wie lang du der Person folgst. Ja gerne aus dem Lifestyle Bereich und jemand mit mehreren hunderttausend Followern.

Speaker 2 [00:08:11] Also bei mir ist es definitiv die Carmuschka. Die war ja eben auch mit Ana Johnson die beste Freundin, wie die das Ganze begonnen haben und ich folge ihr schon sehr lange. Also ich würde jetzt mal behaupten, dass ich seit 2012 oder 2014 Instagram hab und ziemlich kurz danach bin ich ihr höchstwahrscheinlich gefolgt. Ich weiß nicht, ob man das nachschauen könnte, aber sehr, sehr lange schon. Also teilweise, wo sie eben ihren Freund kennengelernt hat, wo sie noch mit der Ana Johnson befreundet war. Und das ist ja wirklich so vom Gefühl her, acht Jahre oder so, sieben, acht Jahre nicht mehr. Also ich habe jetzt schon eher zehn Jahre Instagram, wenn nicht länger und ich folge ihr schon sehr, sehr lange.

Speaker 1 [00:09:01] Ähm, genau und wenn du jetzt an sie denkst, warum genau hast du sie eben als Lieblings-Influencerin ausgewählt? Und du kannst mir auch gerne Beispiele nennen, warum.

Speaker 2 [00:09:15] Also erstens mal finde ich sie voll hübsch, irgendwie auch und ich mag ihren Style und einfach die gesamte Entwicklung und auch einfach ihre Sichtweisen. Und was für eine Powerfrau sie ist. Sie ist eine mega Karrierefrau. Sie hat so viel erreicht, sie hat extrem viel Geld und eine Familie mittlerweile und man weiß halt sehr vieles aus ihrem Privatleben. Also man hatte so das Gefühl, man ist irgendwie so voll dabei, weil man wusste zum Beispiel, dass sie eine Diagnose hat, dass sie nicht wirklich Kinder bekommen kann. Und dann war sie ja damals bei einem Arzt und der hat gesagt, sie muss irgendwas entfernen lassen, weil das wie ein Tumor ist und dann war sie bei einem anderen Arzt und er hat ihr dann gesagt, sie sind schwanger und da ist sie dann auf den Boden gefallen, hat zu weinen begonnen und hat so eine Art Panikattacke bekommen. Und dann war das halt so urkrank, das so zu sehen. Eigentlich hat ein Arzt schon gesagt, sie kann keine Kinder kriegen und dann ist sie auf einmal schwanger gewesen. Das ist so ein einschneidendes Erlebnis gewesen oder wie sie damals im Supermarkt gearbeitet hat, wurde sie, das hat sie mal erzählt, ich glaub nicht, dass sie zu der Zeit schon so Social Media betrieben hat, aber dass sie zum Beispiel auch überfallen worden ist. Also sie wurde auch schon mit einer Waffe bedroht im Supermarkt und man weiß einfach sehr, sehr vieles aus ihrem Leben. Und auch wie das mit dem Niklas, mit ihrem Mann mittlerweile ist. Dann hat man eben die Hochzeit mitbekommen, wie ihre Tochter groß geworden ist, sie hat ein Magazin gegründet, sie hat ein Buch geschrieben. Das habe ich mir dann auch gleich gekauft. Und was mich am meisten bewegt, ist, also sie lebt sehr nach dem einem Buch, wo mir der Name nicht einfällt, ah genau The Secret. Und das war schon immer ihr Lieblingsbuch und ich habe mir die dann auch geholt und hab The Secret auch zum Beispiel gelesen. Und sie lebt halt auch nach dem Prinzip, dass man ans Universum glauben soll und sich auch Dinge wünschen kann und das dann irgendwie passiert. Und ich habe dann auch ne zeitlang das so ausprobiert, mit kleinen Dingen, und auch größeren Dingen und es hat halt wirklich funktioniert. Und dann war ich so richtig, Oh mein Gott. Ich weiß nicht, aber es hat mich halt voll fasziniert. Und seitdem finde ich sie halt so toll, wie sie eine Ansicht hat von Dingen und dann sagt sie das ja in der Öffentlichkeit und sie kriegt auch manchmal Shitstorms ab und bleibt, ja steht da halt drüber. Und man hat schon in den letzten Jahren zum Beispiel das Gefühl, dass sie so auch ein bisschen, dass ihr alles zu viel geworden ist, der Versuch, perfekt zu sein und dann hatte sie

auch Zusammenbrüche und ich fand es halt umso schöner, dass sie dann trotzdem ehrlich war und halt offen drüber geredet hat. Und dass sie jetzt so ein bisschen weniger auf Dinge achtgibt, sondern halt einfach auch so sagt, manchmal muss man halt auch drauf scheißen oder halt einfach man selber sein und dann es nicht immer allen recht machen wollen. Und ich finde es dann schon ur cool, also bei ihr ist es schon so ich mag ihren Stil zu Hause, ihre Einrichtung, eben ihr Leben an sich, dass man es so mitverfolgen kann, wie sie das alles meistert und ja ich finde sie ist echt eigentlich eine ganz bewundernswerte Frau und auch mit der Familie, ihr mag auch ihren Freund eben, der ist voll lustig und das finde ich irgendwie schön. Ich finde sie hat auch voll gute Ideen und sie hat zum Beispiel auch zwei Katzen. Ich hatte auch immer zwei Katzen und das fand ich dann auch so voll cool, dass sie halt auch so Storiess über Katzen dann gemacht hat und was sie so für Empfehlungen haben, was sie unternehmen, oder. Ja, aber ich finde sie einfach sehr sympathisch und finde, sie ist eine kluge Frau, die viele gute Tipps fürs Leben an sich gibt. Also wirklich so Lebensweisheiten in die Richtung, dass man halt auch nicht aufgibt, wenn es einem mal schlecht geht. Ja, dann fällt mir jetzt gerade ein, auch das House of Carmuska hat sie ins Leben gerufen, anderen Influencern halt einen Weg zu bieten, da über sich hinaus zu wachsen und ihre Karriere quasi zu starten. Also sie hat halt sehr viel gemacht, auch mit Peek und Cloppenburg, sie hat ja ein Modelabel, das hat man alles mitbekommen. Also es fühlt sich an, als wäre das echt eine Person in der Familie, über die man gerade redet. Und sie hat eben auch mit der Ana und noch mit einer Freundin ein Mode-Label Oh April gegründet. Und dann gab es eben einen Streit. Das hat man auch so ein bisschen mitbekommen. Jetzt im Endeffekt ist sie alleinige Besitzerin quasi von dem Mode-Label. Also es hat einfach wirklich sehr viele Dinge auf die Beine gestellt und das finde ich einfach sehr bewundernswert.

Speaker 1 [00:13:53] Passt, wenn du jetzt für dich persönlich darüber nachdenkst, wie wichtig ist sie dir, also aus welchen Gründen würdest du sagen, dass sie in deinem Leben oder deinen Alltag eben von Wichtigkeit ist?

Speaker 2 [00:14:10] Ja, es ist schwer zu sagen. Also, so als Unterhaltung oder generell als Begleitung für den Tag, würde ich schon sagen, dass es irgendwie komisch wäre, wenn sie von heute auf morgen einfach ihren Account löscht und einfach gar nicht mehr da ist, weil

man halt einfach wirklich jahrelang das verfolgt. Natürlich würde es auch ohne gehen. Ich hatte genau so Phasen, wo ich auch mal Social Media eben gelöscht hab. Da war ich jetzt auch nicht so, dass ihr jeden Tag ihr nachgetrauert hab (lacht). Aber es würde vielleicht schon am Anfang komisch einfach sein, wenn sie zum Beispiel den Account einfach so löscht.

Speaker 1 [00:14:49] Und ich meine, du hast eh schon ein bisschen angesprochen, aber wenn du jetzt eine wichtige oder bedeutsame Erfahrung jetzt im Zuge von ihr oder ihrem Content beschreiben würdest, also eine bedeutsame Erfahrung, die du im Zuge mit ihr gemacht hast. Welche wäre das jetzt?

Speaker 2 [00:15:08] Also mir ist eben auf jeden Fall, dass sie dieses Universum wünschen, immer beschreibt und ich habe das mal im Urlaub ausprobiert und es hat eben dann auch funktioniert. Und dann habe ich mich bei einer Fernsehshow beworben, bei einer Quizshow und ich hatte halt ihren, sie redet immer von einem Wunsch-Button und den habe ich mir aufgezeichnet, und jeden Tag gedrückt und habe halt fest dran geglaubt. Also sie sagt auch, dass man sich das vorstellen soll, als wäre das schon passiert und das habe ich ausprobiert und dann ist es einfach wahr geworden. Also dann hat das einfach funktioniert und da habe ich dann so das erste Mal gewusst, oha, also ohne sie hätte ich das ja eigentlich nie erfahren. Das fand ich zum Beispiel, war schon sehr cool.

Speaker 1 [00:15:51] Und wenn du dir jetzt, ähm, sie und dich dir vorstellst, wie würdest du das als eine Art Beziehung beschreiben? Bzw. inwiefern würdest du die Beziehung von deinen Gedanken her schildern? Und in welcher Beziehung stehst du zu ihr?

Speaker 2 [00:16:13] Also ich würd sagen einseitig, weil für mich ist eine Beziehung, also hängt immer von beiden Seiten ab. Und ja, ich kann mich erinnern, ich habe vor Jahren, als ich noch ein bisschen jünger war, mal zum Geburtstag gratuliert, da hat sie auch geschrieben, Dankeschön. Und das fand ich dann schon halt ur cool. Aber wenn man dann älter wird und darüber nachdenkt, das ist ja wirklich eine Person, die dich eigentlich gar nicht kennt. Das ist ja wirklich nur von meiner Seite aus. Und sie hat eben auch eine Stellenausschreibung mal

für ihr Magazin ausgeschrieben und ich hatte mich beworben, hab halt auch hineingeschrieben, dass ich wie sie ein Herzensmensch bin, aber auch trotzdem diese Power habe und auch strukturiert bin usw wie sie und dass ich sie sehr lange schon verfolge und dass es für mich sehr cool wäre, eben in dem Team zu sein. Habe dann aber leider eine Absage eben auch bekommen. Fand ich dann eher ein bisschen doof. (lacht) Aber ich verstehe es auch jetzt, weil sie zum Beispiel auch aus Deutschland ist also es ist auch eine große örtliche Distanz und ja, also von dem her würde ich es eigentlich nicht als echte Beziehung bezeichnen, einfach nur weil es ja, also sie kennt mich ja gar nicht wirklich. Überhaupt nicht. Sie folgt mir ja auch nicht. Sie weiß nichts von meinem Leben und ich weiß sehr, sehr viel von ihrem Leben. Ja.

Speaker 1 [00:17:33] Und hast du gewisse Erwartungen an sie? Oder Ansprüche an die Art, wie sie halt ihren Content macht? Oder von ihrer Person aus?

Speaker 2 [00:17:50] (Denkpause) Ja, einfach das es halt weiter geht (lacht). Und dass sie sie selbst ist, weil ich das nach wie vor vertrete. Manchmal denke ich darüber nach, weil sie sich eben immer wieder ein bisschen verändert, auch ihre Denkweise, dass ich vielleicht irgendwann das nicht mehr gut finden würde. Das fände ich schlecht, weil sie halt immer mehr diese, ich sage jetzt einfach mal, Piss off Mood entwickelt, weil eben so viel Konfrontation, so viel Shitstorm auf sie einschlägt und weil sie immer wieder auch in ein Loch gefallen ist und deswegen halt mehr, noch mehr Stärke zeigen muss. Und damit ist ihr vieles eben egal geworden. Ich würde mir schon wünschen, dass man noch mehr Authentizität hat, also sprich, mir fällt das jetzt eh gerade wieder ein zum Beispiel heute in der Früh. Sie lässt viel mehr hinter die Kulissen blicken, weil man hat halt die Frühstück-Stories gesehen, mit der Tochter und es war alles perfekt. Und dann hat sie aber eben eine Story gehabt mit, man darf nie vergessen hinter jeder perfekten Story ist ein Chaos oder so und dann hat sie die dreckige Küche gefilmt, den unaufgeräumten Schrank und so weiter und das fand ich dann schon sehr cool, also ich würde mir schon wünschen, dass man viel mehr Ehrlichkeit noch sieht auf Social Media und gerade auch bei ihr, weil das ja lange Zeit sehr perfekt gewirkt hat, aber da hat sie eben darüber gesprochen. Und es ist ja auch der Trend zu mehr Authentizität und dass man einfach realer und nahbarer wird, das würde ich

mir halt schon wünschen, auch weil man lässt sich viel zu sehr beeinflussen. Wenn dann eben alles perfekt ist, um so, dann ist es wieder negativer Einfluss aufs Leben. Wenn aber auch auf Social Media die Welt im echten Leben ist, dann ist es halt wirklich nur eine nette Unterhaltung. Oder wie so eine Netflix Serie, die halt mit echten Leben und mit echten Menschen ist. Und das finde ich dann schon so besser.

Speaker 1 [00:19:48] Okay. Und wenn du jetzt über die Art und Weise der Kommunikation von ihr, also wie sie kommuniziert, in Stories oder so nachdenkst. Was bewegt dich da dazu, immer wieder sich den Content anzuschauen und sich das auch anzuhören? Was sie zum Beispiel erzählt in ihren Storys.

Speaker 2 [00:20:07] Ich glaube, es ist teilweise auf jeden Fall mal Gewohnheit, weil man es einfach jeden Tag macht und weil es einfach so zum Alltag, zum Leben schon dazugehört. Aber es sind auch einfach eben diese Sichtweisen. Also sie setzt sich teilweise hin und redet sehr lange in die Kamera, wie sie zu welchen Themen steht. Dann schreibt sie auch manchmal längere Texte, lässt eben hinter die Kulissen blicken oder hat wirklich deepere Themen, also sie hat auch selber ja Periodenprobleme oder andere Frauen-Probleme und dann redet sie darüber. Dann hat sie auch schon öfter über Beziehungsprobleme gesprochen und man glaubt immer auf Social Media, jeder hat eine perfekte Beziehung und alles ist so toll. Und darüber redet sie dann, eigentlich ist es das, dass sie tiefgründigere Themen aufgreift, und sich wirklich auch damit intensiver beschäftigt. Und dass sie einfach so motivierend ist, weil sie so viel weiterbringt. Und weil man das halt auch so beobachten kann. Sie hat ja eben auch einen Kalender herausgebracht und diesen Kalender hatte ich auch schon drei Jahre in Folge, also mir fallen immer mehr Dinge ein, die einem so in im eigenen Leben dann auch begleiten und eben, dass sie da diese To-Do-Listen gemacht hat. Und ich finde einfach diese Tipps fürs Leben an sich sehr toll. Das bewegt mich und auch, wie sie einfach das meistert, obwohl sie so viel zu tun hat. Obwohl es ihr auch manchmal nicht gut geht, dass sie das trotzdem einfach schafft und dass man das halt auch mitverfolgen kann.

Speaker 1 [00:21:45] Okay. Und hast du da im Zuge der Kommunikation eben Wünsche an sie? Oder bist du eigentlich zufrieden mit der Art und Weise, wie sie kommuniziert? Oder würdest du dir da noch irgendetwas wünschen, was man verbessern könnte, was die Erfahrung noch besser machen würde?

Speaker 2 [00:22:05] Also sie hat ja jetzt auch einen Podcast schon ins Leben gerufen. Das heißt, da hat man auch wieder ein bisschen mehr Kommunikation, wo sie länger spricht. Aber eben, sie kommuniziert ja eben sehr viel durch die Sprache in die Kamera. Da redet sie viel, sie schreibt viel. Das Buch habe ich mir auch gekauft, wo sie sehr viele persönliche Einblicke gibt. Also für mich passt das so und ich würde sagen, das ist wirklich ausgeglichen und auch wirklich jeden Tag relativ viel. Man bekommt sehr viel mit und sie redet da ja auch, wie wenn sie jetzt mit einem Publikum oder wie mit einer Freundin manchmal redet. Sie redet wirklich zu einem und zeigt sich dabei halt auch.

Speaker 1 [00:22:51] Okay und dazu hast du auch schon einiges dazu erzählt. Aber fällt dir da vielleicht noch was ein, was du noch sagen möchtest? Inwiefern du dich eben verbunden fühlst mit ihr? Was sind da noch deine Gedanken dazu? Wenn dir noch was einfällt?

Speaker 2 [00:23:07] Eben das man schon so lange diese Reise miterlebt. Verbunden ist so schwer gesagt. Ich kenne sie halt einfach sehr gut. Ich kann sehr viel über sie reden, über ihr Leben. Und es ist jetzt schon irgendwie schön, dass man das auch so miterlebt hat. Eben auch so die Höhen und Tiefen. Aber es ist halt immer so schwer gesagt. Wir haben wirklich einmal geschrieben, nur zum Geburtstag. Das fand ich dann schon cool, dass doch eine Reaktion kam, da habe ich mich auch sehr gefreut. Und wäre ich jetzt zum Beispiel in dem Redaktionsteam, ist eh klar, wäre ich fester Bestandteil und sie würde ja auch mich kennen. Das wäre halt schon sehr cool, aber daher das nicht der Fall ist, sehr schwierig. Es ist ja trotzdem irgendwo eine fremde Person, die ich aber auf keinen Fall eine fremde Person nennen würde, weil ich eben so viel über sie weiß. Also irgendwo gehört es dazu zum Leben, aber es ist halt irgendwie schade, was das betrifft, weil ja von der anderen Seite aus gar nichts ist. Also es ist halt dann wirklich eher einseitig. Ja, schwer zu sagen, also so richtig verbunden und so fühlt man sich dann irgendwie doch nicht. Aber wenn man die

Storys sieht, fühlt es sich so an, als wäre sie ein fester Bestandteil der Familie, der halt einfach entfernt wohnt.

Speaker 1 [00:24:27] Und ich meine, du hast es eh auch schon jetzt erwähnt, dass du einmal mit ihr geschrieben hast. Bist du irgendwann anders noch mal mit in Kontakt getreten, wo du wirklich direkten Kontakt hattest? Also ein Kommentar von ihr, kommentiert oder geliked oder eine, die DM geschrieben?

Speaker 2 [00:24:46] Ähm. Also ich habe mich auf die Stelle beworben, wie sie eben für ihr Redaktionsteam wen gesucht hat und das hab ich auch sicher nur gemacht, weil ich sie durch Social Media kenne und halt mitverfolgt habe und ich mich da vertraut gefühlt hätte und halt gerne in dem Team auch dabei gewesen wäre. Aber sonst haben wir nur einmal über den Geburtstag geschrieben, was ich mich erinnern kann. Ich lese mir halt auch zum Beispiel mal unter den Bildern Kommentare durch, weil auch zum Beispiel ihr Freund sehr eben lustig ist. Und dann lese ich mir da die Kommentare auch durch. Aber selber kommentiere habe ich tatsächlich noch nie, weil sie halt wirklich so eine große Reichweite hat, wo ich mir oft denk einerseits, sie liest es gar nicht und dann geht es unter oder daher, dass sie ja viel Reichweite hat, es klingt komisch, aber dass man dann so ein bisschen auch ja Mitleid hat. Aber ja doch, man denkt sich ja, wenn ich dann jetzt auch noch schreibe, okay, eine DM oder den Kommentar, hat sie ja noch mehr Arbeit eigentlich wieder. Und eben dadurch, dass man die Person schon besser kennt, denkt man sich dann so, man will ja auch, dass es ihr irgendwo gut geht, obwohl man sie ja nicht persönlich kennt. Man will immer, dass es ihr gut geht und dadurch ja will ich halt auch, dass sie ihre Ruhe hat, weil sie ja auch oft sagt, dass es sonst zu viel ist. Und man weiß das ja auch. Und da denkt man sich so, ja, sie soll auch mal einfach ihre Ruhe haben. Aber es ist halt so schwierig, weil Social Media man muss ja eigentlich Reaktionen bekommen, um erfolgreich zu sein, was aber wiederum mehr Arbeit bedeutet. Ja.

Speaker 1 [00:26:19] Okay. Und würdest du sie nochmal kontaktieren oder ihr schreiben? Ich meine, du hast es eh schon bisschen angesprochen.

Speaker 2 [00:26:29] Ja, eventuell schon. Würde ich jetzt zum Beispiel hören, dass sie in Wien beim Peek und Cloppenburg, weil da hat sie ja auch ihre Kleidungsstücke, dass sie da vorbeikommt oder so und ich zufällig Zeit habe, kann ich mir gut vorstellen, dass ich vorbeischaue würde. Einfach, dass ich sie und ihre Familie auch mal in echt gesehen hab. Es ist halt wirklich doof, dass sie aus Deutschland und nicht aus Österreich ist, weil sonst würde man sich vielleicht schon mal über den Weg laufen. Oder ich würde es halt auch provozieren, dass ich dann an den Orten bin, wo sie vielleicht mal ist, aber daher es halt doch sehr weit weg ist und man dort hinfliegen müsste, ist es halt einfach eine Barriere. Aber wie gesagt, wenn sie auch mal in Wien ist oder so, könnte ich mir das auf jeden Fall vorstellen.

Speaker 1 [00:27:10] Und hast du schon mal, was vom Broadcast Channel auf Instagram gehört? Und weißt du, ob die Carmuschka einen hat und nutzt du das Tool?

Speaker 2 [00:27:20] Also ja, ich hab davon schon erfahren und habe das bei vielen schon gesehen und muss sagen ähm ist jetzt eine andere Influencerin, aber von der Denise Bobe bin ich, die war eine, die das sehr früh hatte und da bin ich dem kurz beigetreten. Und ich muss aber wirklich sagen, dass mir das einfach zu viel war. Also ich bin eine Person, die schon viel Zeit auf Instagram und Social Media verbringt, aber ich dachte mir dann wieder, dass das wirklich ein bisschen zu viel ist und auch meine Zeit frisst. Und bin dann wieder ausgetreten. Also ich bin aktuell im gar keinem Broadcast Channel. Ich weiß aber, dass sehr viele, denen ich folge einen haben, bei der Carmuschka explizit, weiß ich es leider nicht. Ich glaube auch wahrscheinlich, dass sie vielleicht keinen hat. Bin mir nicht sicher, weiß aber für mich, dass ich da mal eine Grenze gesetzt habe und dass ich sowas nicht möchte, weil ich dann einfach viel, viel länger noch auf Instagram bin und halt Angst davor habe und mich da eigentlich selber schützen will und deswegen absichtlich keinem beitreten werde. Auch wenn natürlich damit ein bisschen was verloren geht, weil sehr viele Influencer da halt noch mehr Einblicke zeigen, noch persönlichere Dinge, teilweise Rezepte oder so. Es ist schon schade, aber wie gesagt, irgendwo muss man persönliche Grenzen ziehen und das habe ich dann auch für mich beschlossen.

Speaker 1 [00:28:32] Okay und generell hast du das Gefühl, dass sie dich wahrnimmt und schätzt, dass du ihr folgst in dem, wie sie agiert mit den Followern bzw eben mit dir?

Speaker 2 [00:28:50] Es ist schwierig zu beantworten, weil sie ja gerade auch ihre Sichtweise ein bisschen ändert. Aber prinzipiell natürlich. Also ich glaube schon, dass sie sehr, sehr wohl weiß, dass der Erfolg auch uns irgendwie zu verdanken ist. Also sie hätte ja einfach nicht das Leben, was sie jetzt hätte, das schon. Und bei Events oder so, dann gibt sie da auch was zurück. Oder eben durch das House of Carmushka gibt sie etwas zurück. Aber wenn ich jetzt so an mich persönlich denke, kann ich jetzt nicht wirklich sagen, also ist schwierig. Aber ich denke sehr wohl, dass sie das schon irgendwo möchte. Aber eben durch ihre neue Sichtweise, dass sie ja eigentlich mehr auf Dinge scheißen soll. Dass sie vielleicht doch manchmal so rüberkommt, als wäre es ihr manchmal ein bisschen egal. Aber ich glaube, dann würde sie ja nicht so aktiv jeden Tag Themen ansprechen, weil sie macht es jetzt nicht mehr nur, um Geld zu verdienen, sondern wahrscheinlich auch, um uns bisschen einen Mehrwert zu geben und einfach ihre Sichtweise zu teilen. Ich glaube, dass gefällt ihr auch, dass sie da irgendwie das Gefühl hat, dass sie die Welt ein bisschen besser machen kann. Ja.

Speaker 1 [00:30:11] Okay. Passt genau. Und wenn du jetzt an dein persönliches Leben denkst, welche Anregungen und Ratschläge kommen dir als erstes in den Sinn, die du von ihr mitgenommen hast? Oder eben von ihrem Content?

Speaker 2 [00:30:30] Dass man eben auf die Meinung anderer nicht zu viel Gewicht geben sollte und nicht hören sollte, sondern sein eigenes Ding machen sollte. Dass man alles schaffen kann, dass man alles übersteht und dass man einfach ans Universum glauben kann und sich vom Universum Dinge wünschen kann und dass das dann auch in Erfüllung geht und ja vielleicht auch, dass man alles nicht so zu ernst nimmt. Und ich finde es auch lustig, weil sie es manchmal mit Sarkasmus ein bisschen überspielt und dann ein bisschen sich lustig drüber macht, was ich schon auch cool find. Und ja zum Beispiel hat ihr jemand zu Fasching gesagt, dass ihr Kostüm viel zu freizügig sind, sie ja Mutter ist und eine Familie hat und dann hat sie ein Video daraufhin gepostet und wo sie so, jetzt nicht halbnackt aber

man hat halt ihr Hinterteil gesehen und da hat sie mit ihrem Freund so getanzt in die Kamera und das hat sie dann hochgeladen und das fand ich irgendwie auch cool. Also ich glaube schon, dass wir charakterlich vielleicht ein bisschen ähnlich sind und dass ich sie deswegen auch sehr mag. Aber ja, mir fallen eigentlich schon sehr viele Dinge ein und ja.

Speaker 1 [00:31:43] Okay. Und wenn du jetzt an dein persönliches Leben denkst, aber jetzt an dein soziales Leben, also dein soziales Umfeld. Inwiefern würdest du da sagen, dass sie in deinem sozialen Umfeld irgendwie eine Rolle spielt?

Speaker 2 [00:32:03] Also für mich und mein soziales Umfeld, Leben ist irgendwie so ein bisschen Realität bei mir. Dann halt nicht so viel, also sozial hat bei mir immer was mit anderen Menschen und mit anderen Leuten zu tun, wo ich mich austauschen kann. Ja, und daher ich zum Beispiel mit ihr persönlich nicht schreib, habe ich da nicht so das Gefühl, dass ich wirklich so mit einer anderen Person rede oder so. Ich verfolge sie. Ich habe eben das Gefühl, dass sie irgendwo ein Teil bei mir ist, der halt weiter weg wohnt und wo man nur über die Kamera was mitbekommt. Aber wenn ich sie quasi schaue oder ihr zuhöre, dann bin ich ja meistens alleine. Und dann sitze ich halt alleine im Wohnzimmer und deswegen würde ich das jetzt nicht ganz als soziales Leben dann bezeichnen. Also bei mir ist es halt irgendwie schwierig in Worte zu fassen. Also soziales Leben würde ich jetzt nicht ganz sagen, dass sie da eine Rolle spielt, aber ich weiß auch nicht, wo man das einordnen könnte. Also wenn ich alleine bin und ihr zuhöre, und sie schaue, dann ist es so, als wäre ich da voll drinnen. Aber irgendwie ist mir dann schon bewusst, dass ich halt dann alleine sitze und manchmal mache ich dann einfach den Bildschirm schwarz und gebe es weg und mache was anderes, weil es fühlt sich schon irgendwie dann ganz anders an, als wie wenn man dann wirklich mit Menschen in einem Raum ist, in dem realen Umfeld, so dass ist dann eher für mich ein soziales Leben.

Speaker 1 [00:33:28] Okay, und wenn du jetzt über zum Beispiel eine Konversation nachdenkst mit Freunden oder Freundinnen, da ist es ja auch eine soziale Situation. Kommt sie da auch manchmal vor in diesen Situationen oder durch ihre Themen, also dass du über das redest?

Speaker 2 [00:33:45] Ja, das würde ich schon sagen. Ab und zu. Auch wenn man Leute hat die zum Beispiel ihr auch folgen oder ja, ich finde halt wirklich, dass sie eine Influencerin ist, die so viel gemacht hat, wo man auch so viel Redestoff hat und eben auch durch das Buch, durch ihre Lebensansichten usw. kann man da noch sehr viel drüber reden und das passiert auch einfach manchmal. Und eben genau das Buch. Und durch ihre Lebensweisheiten würde ich schon sagen, dass es voll den Impact hat in meinem Leben, weil ich halt schon ein bisschen, in gewissen Zeiten mich danach orientiert habe. Es war doch so was, woran man dann irgendwie glaubt und was halt dann eben im Leben ist. Und ich würde schon sagen, meine Beziehung oder so, wenn ich über die Carmushka mal red, dass die einfach dann manchmal Gesprächsstoff ist. Es kann schon sein. Oder wenn man eine Reise macht, wo man weiß, dass sie schon mal war oder so, kann man sich da auch ein bisschen orientieren und mal schauen, wo war sie? Was hat sie unternommen und was sie macht. Genau.

Speaker 1 [00:34:49] Okay, und jetzt sozusagen der letzte Teil. Wenn du jetzt über all das nachdenkst, inwiefern würdest du sagen, dass du dich persönlich jetzt mit ihr und ihrem Leben vergleichst? Und hast du da irgendwelche speziellen Erfahrungen oder Gedanken, die dir da speziell in den Kopf kommen?

Speaker 2 [00:35:09] Also. (Denkpause) Ja, kann sein. Ich fand ihre Haare immer cool und sie ist ja auch blond. Und dann wollte ich auch so Haare in die Richtung haben. Und sie hat sich auch sehr viel ausprobiert, dass sie auch mal früher bunte Lippen getragen hat oder mal viel stärker geschminkt war, mal weniger. Mal bunte Nägel hatte, mal schlichere. Also ich würde schon sagen, also vergleichen ist halt schwierig, aber eher danach einfach orientieren vielleicht. Und auch, wie sie mit ihrem Mann ist und wie sie ihr Leben hat. Ich würde schon sagen, dass man das ein bisschen machen kann, aber man muss halt immer ein bisschen dann die Distanz auch wahrnehmen, weil sie lebt halt in einem großen Haus, sie hat mittlerweile ein Kind, das ist ja bei mir noch nicht der Fall. Aber ja Vergleichen ist jetzt schwierig gesagt, eher Orientierungshilfe, Orientierungshilfe ja, das trifft es eher dann.

Speaker 1 [00:36:14] Zuletzt, hast du eine gewisse Situation oder irgendwie eine Erinnerung, wo du wegen ihr oder wegen ihren Empfehlungen mal dein Verhalten wirklich geändert hast oder angepasst hast oder persönliche Wünsche dann verändert hast aufgrund eben von ihren Anweisungen, unter Führungszeichen oder ihrem Content?

Speaker 2 [00:36:40] Ja, also eben durch diese neue Einstellung, dass man es den Leuten nicht immer recht machen muss, auch einfach öfter Nein sagen kann oder einfach sagen kann, wie man sich fühlt, würde ich schon sagen, dass ich öfter auch mal einer Freundin gesagt habe, ich habe keine Lust und dann abgesagt hab oder mir deswegen nicht so viel ausgemacht hab. Also ja, das war dann so das Letzte, was ich im Kopf hab.

Speaker 1 [00:37:06] Okay, dann sage ich schon mal danke. Fällt dir noch irgendetwas ein, was du noch zu diesem ganzen Themenbereich sagen möchtest, was du vielleicht noch nicht gesagt hast?

Speaker 2 [00:37:21] (Denkpause) Ja, es wäre wie gesagt halt einfach cool, wenn man die Person auch mal live sehen würde und dann einfach sieht, ob sie wirklich so voll sympathisch ist, eine positive Ausstrahlung im echten Leben hat und eine Energie mit sich bringt. Oder ob sie dann eigentlich relativ in sich gekehrt ist und sich zurückzieht und eher schüchtern ist. Das würde mich schon interessieren, wenn man sie live dann mal sieht und auch wie sie mit ihrer Familie so ist. Also ich würde sie einfach gerne mal so auf der Straße treffen. Kurz mal mit ihr reden, das fände ich schon sehr, sehr cool.

Speaker 1 [00:37:51] Okay, dann danke. Und ich werde dich dann, wenn ich fertig bin mit der Auswertung, gerne informieren über die Ergebnisse der Studie, wenn du Interesse daran hast. Also du kannst mich da jederzeit kontaktieren und ja. Danke für das Interview.

Speaker 2 [00:38:06] Danke, sehr gerne.

Interview 3

Speaker 1 [00:00:02] Also danke, dass du dich bereit erklärt hast, dass ich dich interviewen darf zu meiner Masterarbeit. An den Datenschutz, den Zettel habe ich dir eh schon gegeben, so wie da draufstand, also 30 bis 45 Minuten wird das Interview dauern. Und dein Namen und deine Antworten werden nicht auf dich persönlich zurückgeführt. Es ist alles anonymisiert und das Thema des Interviews sind Soziale Beziehungen auf Instagram. Als erstes würde ich dich bitten, dass du mir einmal dein Alter und deinen Beruf nennst.

Speaker 2 [00:00:38] Ich bin 27 und ich bin ein Analystin für MA und Supply Chain.

Speaker 1 [00:00:43] Okay, und als Einstieg hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht und wenn ja, was ist dir im Kopf geblieben von der Zeit die du verbracht hast auf Instagram?

Speaker 2 [00:00:52] Ja, ich war schon auf Instagram, aber nicht lange. Ähm, ich habe lustigerweise eine Influencerin angeschaut und habe geschaut, wie weit sie bei ihrem Umzug ist. Weil sie ist erst kürzlich umgezogen.

Speaker 1 [00:01:04] Okay, ähm. Als nächstes würde ich dich bitten, generell einfach mir mal zu schildern, wie dein Social Media Konsum aussieht. Bzw am besten bezogen auf Instagram.

Speaker 2 [00:01:16] Ähm. Ich würde sagen, dass ich, man sagt ja selber, man hat selber nicht so einen hohen Social Media Konsum. Aber man hat ja dann auch seine Bildschirmzeit also ich weiß schon, dass ich vor allem am Abend oder den Pausen relativ viel Zeit auf Instagram verbringe und mir Stories anschau oder dann halt, wenn mir gerade irgendwas im Kopf hängen geblieben ist, einzelne Personen halt mir anschau und dann deren Profil irgendwie genauer analysiere, wenn ich nach irgendwas schaue beziehungsweise suche. Zum Beispiel, was ich gerade im Kopf habe, ich will was über die Haarroutine von denen wissen oder so wie sie das machen, dann schaue ich mir das halt speziell an, aber es gibt halt auch Tage oder Zeiten, wo ich einfach nur durch die Stories schaue.

Speaker 1 [00:01:57] Okay und wenn du jetzt in der Situation bleibst, warum glaubst du, dass, nutzt du soziale Medien bzw. Instagram? Und kannst du mir vielleicht eine Situation nennen, warum du es verwendest?

Speaker 2 [00:02:12] Ähm, oft haben wir ja alle eigentlich dieselben Probleme, über die wir ja nicht reden und ich nutze es halt auch oft, um mir einfach anzuschauen, wie andere, jetzt gar nicht so persönliche Probleme, nur aber zum Beispiel um auf die Haare zurückzukommen, wenn ich da irgendwas weiß, dass mir jetzt die Haare von wem wirklich gut gefallen, schau ich mir einfach an, wie die das machen. Überleg mir, was ich zum Beispiel, wie ich das in meinen Alltag integrieren könnte. Also ich versuche mir oft einfach Tipps zu holen. Natürlich kann man das auch googeln und so, aber die machen das ja dann auch schon über Monate oder Jahre und ich versuche mir einfach irgendwie das anzuschauen und anzueignen, wenn ich davon überzeugt bin, dass es Sinn macht.

Speaker 1 [00:02:52] Okay, jetzt zum nächsten Themenblock. Ganz allgemein gefragt, was verstehst du für dich persönlich unter Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:03:03] Wohlbefinden ist für mich, wenn es einem gut geht, also psychisch und mental. Wenn du da einfach im Reinen mit dir selber bist. Das ist für mich einfach, also das hängt für mich mit meinem Wohlbefinden zusammen. Also wie fühle ich mich? Geht es mir gut? Fühle ich mich wohl in meinem Körper.

Speaker 1 [00:03:22] Okay und gleich in dem Themenbereich weiter. Was stellst du dir unter sozialem Wohlbefinden vor?

Speaker 2 [00:03:29] Puh, ähm. Ich würde unter soziales Wohlbefinden hm ja, bezogen auf die Menschen, mit denen man sich umgibt, dass die einem halt gut tun, weil es gibt ja auch Menschen, die tun einem nicht gut und dann fühlt man sich danach schlechter als davor. Also das die Menschen, mit denen man sich umgibt, dass die einem auch ein gutes Gefühl geben und dass man einfach danach positiv ist und nicht vielleicht negativ.

Speaker 1 [00:03:58] Hm danke. Ähm, hast du dann vielleicht noch ein Beispiel, oder wodurch glaubst du, wurden deine Vorstellungen dazu beeinflusst? Eben zum sozialen Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:04:09] Es hängt ja mit seinen eigenen Werten zusammen, also was für Werte man selbst vertritt, worauf man selbst Wert legt. Und für mich hat soziales Wohlbefinden damit zu tun, gibt mir mein Gegenüber oder die Person einfach dieses Gefühl? Entspricht sie meinen Wertvorstellungen? Teilt sie vielleicht dieselben Werte? Und für mich hängt das schon sehr direkt damit zusammen. Wenn man dann halt unterschiedliche Wertvorstellungen hat, dann trägt das eigentlich zu meinem Wohlbefinden bei, weil ich ja vielleicht auf ganz andere Dinge achte als die Person, die mir gegenüber ist.

Speaker 1 [00:04:39] Passt. Ähm, der nächste Themenblock geht jetzt eben schon in die Richtung Influencer*innen. Also was sind genau für dich Influencer*innen und was verbindest du mit dem Wort?

Speaker 2 [00:04:50] Influencer sind für mich Personen, die wie das Wort eben schon sagt, andere Personen beeinflussen können durch ihre Reichweite, auch durch den Inhalt, aber so, dass es halt authentisch rüberkommt. Ähm. Ja, und die schon eine große Reichweite auf Instagram haben. Natürlich können Influencer auch kleiner sein, aber da sprechen sie eher einen kleineren Kreis an. Also für mich sind Influencer schon eher größer, die halt vielleicht auch nicht nur in einem Land bekannt sind, sondern schon länderübergreifend.

Speaker 1 [00:05:22] Und kannst du mir vielleicht ein Beispiel nennen, wodurch deine Vorstellungen von Influencern beeinflusst wurden in der Vergangenheit?

Speaker 2 [00:05:32] Wie? Inwiefern beeinflusst, also was ich?

Speaker 1 [00:05:35] Oder warum sich diese Meinung von Influencern so gebildet hat, wie du jetzt darüber denkst? Oder ob es da ein Beispiel dazu gibt oder was jetzt in den Sinn kommt spontan.

Speaker 2 [00:05:47] Weil ich vielleicht selbst auch beeinflusst wurde also ich finde, wenn man selber beginnt Produkte nachzukaufen, die eine Person bewirbt. Ähm dann war das für mich halt einfach so dieses okay, das ist halt deren Aufgabe irgendwo. Aber wenn du dann selbst zufrieden damit bist, dann hast du auch eine positive Meinung von diesem Menschen. Und ich würde schon sagen, dass das halt beeinflusst, weil du kannst ja auch Influencer haben, die jetzt vielleicht etwas bewerben, womit du nicht zufrieden bist. Und dann hast du ja auch eher eine nicht so positive Meinung. Also ich glaube schon, dass das jetzt meine Vorstellung von Influencern und auch von verschiedenen Personen auf Instagram stark beeinflusst hat, wie ich auch über sie denke.

Speaker 1 [00:06:23] Okay, nun würde ich dich bitten, dass du mir deine Lieblings-Influencer*in auf Instagram nennst und du kannst mir auch gerne erzählen, wie lange du die schon verfolgst, wenn du es ungefähr weißt.

Speaker 2 [00:06:35] Ja. Ähm, die Anna von Kinsky, äh, ich folg der, also genau kann ich es nicht sagen, aber es sind sicher schon 3 bis 5 Jahre, also schon länger. Und ich habe schon das Gefühl, ich habe so ein bisschen was mitbekommen von ihrem Leben.

Speaker 1 [00:06:52] Okay und wenn du jetzt an die Person denkst, warum hast du sie ausgewählt? Und ja, genau warum ist sie denn deine Lieblings-Influencerin?

Speaker 2 [00:07:02] Ich mag ihren Content, also ich mag die Themen, die sie anspricht und auch das Leben, was sie führt, weil sie studiert und sie arbeitet und ich kann das halt extrem auf mich selbst beziehen. Und sie thematisiert halt auch oft die Probleme, die damit verbunden sind, auch so mentale Breakdowns, die man hat und das man halt trotzdem weiter machen muss. Und das ist für mich eines der Dinge, wieso ich ihr gerne folge und auch ihre Stories gerne schaue. Ich kann gar nicht mehr sagen damals, wie ich auf sie gekommen bin oder wieso ich mir sie speziell ausgesucht habe. Aber es hat sich eigentlich so über die Zeit herausgestellt, dass die Themen, die sie behandelt, eigentlich so die sind, die mich interessieren.

Speaker 1 [00:07:42] Alles gut. Genau. Und wenn du jetzt darüber nachdenkst, wie wichtig ist sie dir persönlich für dich? Also aus welchen Gründen ist das vielleicht der Fall? Und du kannst mir gerne eine Geschichte dazu erzählen, wenn du möchtest.

Speaker 2 [00:08:01] Immer wenn ich auf Instagram bin, schaue ich, ob sie neue Stories hat, einfach weil es mich interessiert, was halt gerade bei ihr abgeht, zum Beispiel jetzt zieht sie aus, also sie ist ja gerade mit ihrem Freund zusammengezogen. Ich finde es einfach ur spannend, das so mal zu sehen, weil sie teilt halt doch sehr viel von ihrem Leben. Ähm jetzt nicht nur so keine Ahnung, sie macht halt viel Sport und so, sondern auch eben, dass sie jetzt eine Fernbeziehung geführt hat und sie spricht halt extrem viele Thematiken dann auch an und ich fand es einfach ur spannend, dass sie jetzt umgezogen ist und sie hat wirklich den Prozess von Anfang bis Ende so eigentlich ihre Follower mitgenommen und man fühlt sich halt irgendwie so, als würde man Bescheid wissen und dann will man ja auch irgendwie wissen, wie es weitergegangen? Hat sie da vielleicht schon etwas gefunden, oder so, wenn sie darüber gesprochen hat, so auf ihre Wohnung bezogen. Ja.

Speaker 1 [00:08:44] Kannst du dich erinnern bzw vielleicht eine Situation mir auch schildern? Irgendeine Erfahrung, die du mit ihr halt über Instagram gemacht hast, die für dich bedeutsam war oder die dir einfach im Kopf geblieben ist?

Speaker 2 [00:08:56] Ja, sie hat letztes Jahr ihren Bachelor gemacht und sie war wirklich nervlich am Ende und ich konnte das, weil ich selbst auch letztes Jahr meinen Bachelor gemacht habe, extrem nachempfinden. Und sie war dann so, aber es wird sich halt lohnen, weil sie hat ihn kurz vor mir gemacht und das war dann irgendwie, es hatte sich so angefühlt, als wär man nicht alleine. Halt auch Menschen, die auf Instagram sind und deren Leben vielleicht nach außen für viele perfekt wirkt, die haben genau dieselben Probleme wie wir Menschen. Und das war dann irgendwie so okay, es ist eh normal, wenn man halt mal nicht mehr kann oder wenn man sich denkt, wofür mache ich das alles? Wenn man halt dann auch von Menschen, die vielleicht jetzt einem nicht so nahe stehen, sieht, die haben genau dieselben Probleme.

Speaker 1 [00:09:41] Ja, genau. Und wenn du jetzt die Beziehung zwischen dir und ihr irgendwie beschreiben müsstest, was sind deine Gedanken dazu? Oder inwiefern empfindest du überhaupt eine Beziehung zu ihr.

Speaker 2 [00:09:55] Ich würde sie als Vorbild sehen, weil sie trotzdem extrem viele verschiedene Dinge macht. Sie hat halt nicht nur einen Weg, sie versucht auch viele verschiedene Dinge. Obwohl sie Influencerin ist, studiert sie und ich weiß, ich finde es extrem bewundernswert und beeindruckend, dass sie sich halt trotzdem auch noch irgendwo anders weiterbildet, dass sie nicht sagt okay, ich bin Influencerin, ich muss eh nichts mehr machen, sondern sie versucht halt auch andere Dinge in ihrem Leben noch einzubauen. Also zum Beispiel sie studiert eben, sie tanzt extrem gerne, also sie versucht einfach in extrem vielen verschiedenen Bereichen irgendwie sich auch auszuleben und weiterzuentwickeln. Und das mag ich extrem an ihr, weil ich selber auch eben diese Grundsätze hab und ich bewundere das extrem, dass sie das halt alles so macht und dass sie das so packt und trotzdem extrem positiv ist und so eine Lebensfreude hat, das finde ich voll cool und toll.

Speaker 1 [00:10:49] Ja, ähm, passt. Wenn du jetzt über die Beziehung nachdenkst, noch weiter, hast du irgendwelche Erwartungen an sie bzw spezifische Ansprüche an diese Beziehung oder an den Content, den sie macht?

Speaker 2 [00:11:07] Vielleicht jetzt nicht direkt Erwartungen, aber so, dass sie es halt beibehält, wie sie als Mensch ist und dass sie sich jetzt nicht verändert. Also, dass sie jetzt nicht plötzlich extrem unauthentisch wird und plötzlich nur noch die guten Seiten von ihrem Leben zeigt. Das wäre, finde ich, eher so, das wäre komisch, weil es nicht zu ihr passen würde. Also meine Erwartung wäre einfach, dass sie so bleibt, wie sie ist und einfach auch positive wie negative Sachen thematisiert und einfach ihr Leben teilt. Ähm und jetzt nicht irgendwie plötzlich was ganz anderes macht, das fände ich irgendwie komisch, und ich glaube auch, das würde meine Beziehung zu ihr ein bisschen zerstören, weil es halt nicht passen würde. Weil sie sich ja seit den letzten Jahren so gibt und das wäre dann irgendwie ein bisschen irritierend.

Speaker 1 [00:11:47] Passt. Ähm, wenn du über die Art der Kommunikation von ihr nachdenkst, also über ihren Content und über Stories, was genau bewegt dich dazu, dass du dich immer wieder ihr zuwendest?

Speaker 2 [00:12:00] Die Art, wie sie es macht. Also wenn sie jetzt sage ich mal, über irgendwelche Dinge spricht. Es wirkt jetzt nicht zu aufgesetzt oder einstudiert, sondern sie macht einfach irgendwelche Dinge nebenbei, zum Beispiel sie erzählt über ein Thema während sie sich schminkt, es wirkt halt sehr authentisch und es wirkt jetzt nicht, als hätte sie sich vorher tausendmal überlegt, was sie sagt, sondern sie sagt einfach das, was sie sich denkt und wie sie es meint. Und sag bitte nochmal kurz, was mich gefragt ist und nicht nur auf deine Frage zurückkommen kann.

Speaker 1 [00:12:31] Die Art der Kommunikation?

Speaker 2 [00:12:33] Ja genau das mag ich an ihrer Art, weil sie eben die Kommunikation die sie macht, sie ist halt sehr ehrlich und sehr authentisch dadurch. Weil sie halt auch einfach irgendwelche Dinge nebenbei macht und halt einfach so ist für mich, als würde ich mit einer Freundin irgendwo sitzen. Weil es ist nicht so, dass sie einfach nur in die Kamera spricht und nichts macht, sondern sie macht einfach immer irgendwas nebenbei.

Speaker 1 [00:12:52] Okay, Ähm. Hast du da diesbezüglich noch irgendwelche Wünsche in der Art und Weise, wie sie kommuniziert? Ich meine, du hast eh schon erzählt, dass es für dich eigentlich passt, aber würdest du dir doch noch irgendetwas wünschen, was es noch besser machen würde? Die Art und Weise, wie sie kommuniziert.

Speaker 2 [00:13:11] So im Ersten jetzt eigentlich mal nicht. Also mir würde jetzt nicht auffallen, dass mich irgendwas stört oder ich mir denke, das könnte sie irgendwie ändern. Also ich hätte jetzt nichts, wo ich sage, das könnte sie ändern.

Speaker 1 [00:13:21] Okay, das heißt, du fühlst dich mit der Art und Weise wohl, wie sie kommuniziert und genau, nun, inwiefern fühlst du dich mit ihr verbunden? Also wenn du an sie denkst, was sind deine Gedanken dazu? Und du kannst gerne die Situation dazu schildern.

Speaker 2 [00:13:37] Sehr positiv würde ich sagen, wenn ich so über sie nachdenke. Sie ist halt auch ein sehr lebensfroher Mensch. Sie gibt einem so positive Vibes, auch wenn sie einfach so eigentlich nicht greifbar ist. Aber ich finde immer, wenn man sich Storys anschaut, das motiviert einen einfach so für den Tag. Also das sind meine Gedanken, wenn ich auch ein bisschen über sie nachdenke oder so, oder wenn ich irgendwas sehe und dann, aber keine Zeit hab mich damit zu befassen, oft schaue ich es mir dann später an, weil ich mich halt daran erinnere wieder. Weil auch manchmal einfach so Situationen im Alltag sind, wo sie mir quasi begegnet, wenn sie so, sie hat letztens irgendein Produkt verwendet und ich hab mir das danach auch nachgekauft und immer wenn ich das Produkt verwende, dann denke ich halt daran, hey dass sie das ja auch verwendet und sie war voll begeistert davon.

Speaker 1 [00:14:23] Hast du persönlich das Gefühl, dass sie es wahrnimmt und dass sie es schätzt, dass du ihr folgst?

Speaker 2 [00:14:29] Ja, glaube ich schon. Also ich glaub vielleicht jetzt nicht konkret mich als Person, aber sie schätzt ihre Follower schon. Das sagt sie auch, weil sie teilt auch oft, was ihr die Leute schreiben, dass sie sich so gerührt fühlt. Also, ich würde jetzt nicht sagen, dass sie vielleicht auf jede einzelne Person genau eingeht. Aber sie weiß schon, dass sie zum Teil auch einfach, sage ich jetzt mal, dort ist, wo sie ist, weil sie halt einfach diese Leute hat, die Follower, die hinter ihr stehen. Aber natürlich, da gehört ja auch Arbeit dazu, dass diese Leute dich auch gern verfolgen. Also ich glaube, es ist ein Geben und Nehmen, sie schätzt die Leute, die hinter ihr stehen und die sich interessieren und versucht, auch ihnen ein bisschen zurückzugeben, weil sie ist ja auch zum Beispiel auf der FIBO. Das heißt, sie versucht da schon auch, den persönlichen Kontakt zu ihren Followern zu suchen.

Speaker 1 [00:15:15] Und das gibt dir dann auch, so wie ich es jetzt rausgehört habe, ein gutes Gefühl? Also das heißt, dass sie halt schon auch mit ihren Followern interagiert.

Speaker 2 [00:15:23] Ja, weil sie halt menschlich dadurch ist und nicht zu irgendwo abgehoben und glaubt, dass sie halt da was besseres ist, sondern sie schätzt das schon sehr, dass die Leute sie quasi dort hingebracht haben und sie versucht es halt dann auch denen wieder zurückzugeben. Also das zeigt extrem von ihrer Menschlichkeit einfach.

Speaker 1 [00:15:39] Hast du schon mal mit ihr Kontakt aufgenommen in irgendeiner Art und Weise? Also Kommentar, DM geschrieben und so weiter.

Speaker 2 [00:15:46] Ja, also vor allem DMs. Wenn ich jetzt hier Stories oder irgendwas, dann schreibe hier schon darauf. Sie hat das zwar jetzt noch nie gelesen oder geantwortet, aber mich stört es eigentlich gar. Ich finde es eigentlich voll cool, wenn man jemanden einfach sagt, was man an ihm schätzt, weil oft denken wir uns ja nur Dinge und seinem Freund beziehungsweise seinen Freundinnen, sagt man ja auch, wenn einem etwas gefällt, an ihnen. Und das denke ich mir zum Beispiel in Bezug auf sie auch. Wieso soll man nicht das teilen wenn man positive Gedanken über wen hat, wenn einem zum Beispiel irgendwie ähm was am Aussehen gefällt oder über ein Thema was gesprochen wird, kann man ja sagen hey, ich find das voll cool von dir, dass du das ansprichst und dass du so offen und ehrlich darüber redest.

Speaker 1 [00:16:26] Und hast du da irgendeine Interaktion, an die du dich genau erinnern kannst bzw die du jetzt so auswählen würdest also irgendeine besondere Nachricht? Und, ja. Wie hast du dich dabei gefühlt?

Speaker 2 [00:16:40] Eine genaue Interaktion hätte ich jetzt nicht im Kopf. Das hatte ich, ich weiß jetzt nicht, ob, also ja das hatte ich zum Beispiel mit einer anderen Influencerin. Die ist halt darauf eingegangen und das ist schon cool, wenn die Leute dann so spontan antworten auf das, also wirklich auf das, was du sagst, eingehen, dann fühlt man sich halt schon irgendwie gehört und geschätzt dadurch. Zwar jetzt nicht mit ihr, sondern mit einer anderen Influencerin, aber ich weiß, dass ich mich damals schon voll gefreut habe darüber, weil man sich so denkt, ich bin eine von 300.000 Followern und trotzdem wird halt darauf eingegangen. Es fühlt sich schon gut an!

Speaker 1 [00:17:14] Also das heißt, du würdest sie dann auch nochmal kontaktieren?

Speaker 2 [00:17:17] Ja. (lacht)

Speaker 1 [00:17:17] Okay, (lacht) passt. Ähm. Und hast du schon mal etwas vom Broadcast-Channel auf Instagram gehört? Und weißt du, ob die Lieblings-Influencerin von dir so ein Tool nutzt? Also hat sie so einen Broadcast Channel?

Speaker 2 [00:17:32] Das weiß ich ehrlich gesagt gerade nicht. Ich glaube nicht. Aber ich würde jetzt nicht meine Hand dafür ins Feuer legen.

Speaker 1 [00:17:40] Alles gut, ähm jetzt, du weißt aber, was das ist, oder nicht?

Speaker 2 [00:17:44] Ja, ungefähr, also ich bin mir gerade nicht sicher. Also vielleicht.

Speaker 1 [00:17:47] Also Broadcast-Channels sind eigentlich so private Gruppen, wo du dann so die DM also eine Privatnachricht bekommst, wo der Influencer oder wer auch immer dann reinschreiben kann und.

Speaker 2 [00:18:02] Ah Ja, ja, ich weiß schon.

Speaker 1 [00:18:03] Ja voll, aber du selber kannst dort nicht antworten.

Speaker 2 [00:18:04] Ja, ich war schon, ähm, ich kenn das bei der Gerid zum Beispiel, die hat das, das weiß ich. Aber bei der Anna weiß ich jetzt ehrlich gesagt nicht, ob sie das hat. Ich glaube aber trotzdem nicht.

Speaker 1 [00:18:16] Wenn sie es hätte, würdest du, also würdest du da beitreten? So auf diese Art?

Speaker 2 [00:18:22] Ja ich glaube schon, ist ja schon cool, wenn die dann einfach sowas teilen in diesem Channel, weil sie irgendwie doch trotzdem andere Themen teilen als die Dinge, die sie vielleicht in den Stories zeigen.

Speaker 1 [00:18:32] Ja, genau, es sind da meistens Dinge, die sie so nicht in den Stories teilen, sondern nur dort. Passt, kommen wir zum nächsten Block. Wenn du jetzt über Anregungen oder Ratschläge nachdenkst für dein persönliches Leben, inwiefern hat sie da

einen Einfluss auf dein Leben, also irgendwelche Ratschläge oder Anregungen, die du für dich selbst angenommen hast? Gibt es da irgendwelche Sachen?

Speaker 2 [00:19:09] Ja, ähm. Sie hatte vor zwei oder drei Jahren eine Trennung, also ihr Ex-Freund hat sie verlassen und für sie war das damals extrem schwierig, das einfach aufzuarbeiten, quasi mit dem Leben weiterzumachen ohne diese Person. Sie hat ihre Follower mitgenommen auf diesem Weg und hat halt auch immer ihre Rückschläge wieder geteilt. Und sie hat dann trotzdem gesagt und sie hat halt jetzt seit letztem Jahr glaube ich, einen neuen Freund und sie hat halt auch diesen Weg geteilt und hat dann auch besprochen, dass es einfach manchmal Zeit dauert, bis man einfach wieder auf den Weg kommt und quasi, dass man halt nicht aufgeben soll und das alles so kommt, wie es kommen soll. Und nachdem sie, nachdem ich das halt über Jahre mitbekommen habe und man ja dann irgendwie sieht, wie sie sich selber weiterentwickelt hat, würde ich halt schon sagen, dass ich das halt als Ratschlag oder Tipp einfach mit auf meinen Weg mitnehme, dass man halt vielleicht manchmal auch Rückschläge erleiden muss, dass man weiterkommt oder das sich alles dann trotzdem zum Positiven wendet, wenn's halt so kommen soll. Dass das halt aber alles nicht von heute auf morgen immer passiert, sondern dass manche Dinge einfach Zeit brauchen, bis sie heilen oder bis sie vergehen.

Speaker 1 [00:20:20] Und wenn du jetzt an dein persönliches Leben denkst und auch an dein soziales Leben und dann soziales Umfeld, inwiefern würdest du da sagen, dass sie oder ihre Themen da eine Rolle spielt.

Speaker 2 [00:20:35] Jetzt außerhalb von Instagram?

Speaker 1 [00:20:37] Ja, außerhalb von Instagram.

Speaker 2 [00:20:38] Ähm, bei ihr sieht man oft, dass sie ihre Freunde, also ihre Freundschaften extrem pflegt und das versuche ich halt auch wieder mehr zu machen, weil bei mir ist es ja trotzdem der Fall, dass ich oft irgendwie ein bisschen das vernachlässige. Gar nicht bewusst, eher unterbewusst und durch das, was ich bei ihr sehe, denke ich mir oft, wie wichtig es halt trotzdem ist. Natürlich ist man sich dessen irgendwie bewusst, aber wenn man halt dann sieht, was sie mit ihren Freunden erlebt und was sie macht und wird einem sie

selber auch wieder bewusst, dass man da halt schon, also das ist halt auch Arbeit, die man hat und dass man das pflegen muss diese Beziehungen, damit man auch außerhalb von Social Media einfach diese Freundschaften hat, die halt ehrlich sind und nicht aufgesetzt, sondern dass da halt wirklich was dahinter ist. Und dass das halt alles nicht mehr nur oberflächlich ist.

Speaker 1 [00:21:26] Passt. Und wenn du jetzt zum Beispiel über Konversationen mit deinen Freundinnen oder Freunden nachdenkst. Das ist ja auch eine soziale Situation. Spielt sie da mal eine Rolle oder gibt es da Situationen, wo über sie und ihre Themen geredet wird?

Speaker 2 [00:21:43] Vielleicht jetzt nicht, ähm, also ja, gibt's schon. Ähm, aber ich würde jetzt nicht immer sagen, dass ich halt dann ihren Namen immer direkt erwähne, manchmal, wenn mir irgendwelche Sachen hängen bleiben, dann teile ich das halt meinen Freundinnen, sag jetzt aber nicht unbedingt immer, wer das war. Aber ja einfach, weil es mir nicht so wichtig ist, weil ich einfach das, was ich seh, verarbeite und das dann halt einfach teilen möchte. Aber nicht nur in Bezug auf sie, sondern es sind ja auch viele andere Dinge auf Instagram, die ich bei anderen Influencern oder Leuten sehe. Und wenn man das schon selbst mal ausprobiert hat oder wenn man da irgendwas mitgenommen hat, das teilt man dann ja mit den Leuten. Aber nicht immer bezogen auf eine konkrete Person, sondern einfach, weil man halt, wenn man selber was davon hält, will man ja die anderen auch teilhaben lassen, seine Freunde, die man halt schätzt. Und das finde ich gut, also das mache ich schon. Und manchmal, wenn mir halt bei einer konkreten Person etwas hängengeblieben ist, was mich zum Beispiel aufgeregt hat, dann sage ich halt schon ja, das war halt bei der Person XY auf Instagram.

Speaker 1 [00:22:35] Passt aber das. Also du hast ja jetzt auch die Themen von ihr erwähnt, also das würdest du schon bejahen, dass Themen, die sie aufbringt, halt dann zu Gesprächen beziehungsweise also weiteren Gesprächsthemen in deinem sozialen, in sozialen Situationen kommen.

Speaker 2 [00:22:48] Definitiv.

Speaker 1 [00:22:49] Passt jetzt schon zum letzten Themenblock. Kannst du mir erzählen, ob und inwiefern du dich mit ihr vergleichst? Also du kannst mir gern irgendwelche Beispiele geben oder Erfahrungen mit mir teilen.

Speaker 2 [00:23:05] Ich würde sagen, ich vergleiche mich viel, vielleicht in dem Bereich, also sie macht sehr viel Sport und sie hat halt meiner Meinung nach eine extrem schöne Figur, also sowas, was ich jetzt auch anstreben würde. Also da, ich will es nicht direkt vielleicht als vergleichen sagen. Sie ist halt sehr diszipliniert, was den Sport angeht. Also ich seh halt dann, dass man durch die Disziplin halt viel erreichen kann und ich versuche das eher als Motivator zu nehmen. Aber natürlich vergleicht man sich dadurch schon so, sie schaut so und so aus und ich schaue so und so. Aber ich versuche, das jetzt trotzdem nicht zu nah an mich rankommen zu lassen. Aber natürlich, man denkt halt schon öfter darüber nach und ich würde sagen, ich mag ihre Haare extrem, also auch wie sie sie stylt und so aber ich habe jetzt nicht unbedingt die Ambition, dass ich genauso die Haare haben möchte, aber man vergleicht sich dann halt schon. Jemand hat zum Beispiel sehr voluminös und sehr viele Haare hat man selber vielleicht nicht, dann macht es halt schon was mit einem.

Speaker 1 [00:24:02] Und würdest du sagen, dass der Vergleich dann eher positiv stimmt, so als Motivation oder eher negativ, dass du.

Speaker 2 [00:24:10] Nein, eher positiv. Also ich versuchs einfach als Motivation zu nehmen, weil am Ende des Tages kann man ja trotzdem nicht eins zu eins aussehen, wie jemand anderer und deswegen habe ich mir dann überlegt, man sollte das einfach als Motivation hernehmen, dass man halt selber auch an sich arbeitet, wenn man das erreichen möchte, wenn man halt auch vielleicht sportlicher ausschauen möchte. Ähm, weil ich auch finde über die Jahre, dass sich halt also Instagram ist ja sehr präsent und jeder vergleicht sich irgendwo. Aber man sollte sich jetzt nicht runterziehen lassen davon, weil es bringt halt niemandem was und es vergleichen sich aber sehr viele Leute und sagen ja, ich würde auch gern so aussehen, ich werde nie so aussehen. Man kann halt auch nie so sein wie so jemand anderer, man kann es aber als Motivation hernehmen, dass man es halt besser macht.

Speaker 1 [00:24:53] Ja, genau. Gibt es eine Situation, wo sie dich dazu gebracht hat, dass du dein eigenes Verhalten änderst oder dass du es angepasst hast? Bzw. Verhalten oder persönliche Wünsche in deinem Leben?

Speaker 2 [00:25:17] (Denkpause) Muss ich nachdenken.

Speaker 1 [00:25:18] Nimm dir so viel Zeit wie du brauchst. Also Wünsche? Verhaltensweisen?

Speaker 2 [00:25:27] Ja, irgendwie schon. Weil, wo sie im Bachelor studiert hat, hat sie halt ur oft darüber gerdet, dass sie nicht weiß ob es das Richtige für sie ist. Und ob sie abbrechen soll oder nicht. Und dass es eh immer so schwierig ist, auf Instagram und jeder hat eine Meinung dazu vor allem wenn man es dort eben thematisiert und es sind dann doch viele Leute darauf eingegangen, die dann quasi dasselbe Problem haben. Ähm, und sie hat dann halt gesagt, wie sie es für sich halt für kategorisiert hat, dass sie weiß, dass sie in diesem Bereich vielleicht jetzt nicht unbedingt das weitermachen möchte. Aber das ist einfach abschließen will, weil sie hatte es sich ja ausgesucht, weil sie es auch interessiert hat, auch wenn sie es vielleicht für sie beruflich jetzt nicht so einen Nutzen hat. Und ich dachte mir dann so, man sollte es halt in seinem Leben auch so machen, jetzt bezogen auf seinen Job oder sein Studium, weil man halt, es muss einem nicht immer alles etwas bringen, wenn man etwas macht, wenn man es macht, weil es einen interessiert, ist es ja auch schon okay. Und ich würde schon sagen, dass mich das beeinflusst hat, einfach weil sie darüber gesprochen hat und wie sie das dann einfach angegangen ist. Das Thema muss man nicht immer nur auf's Studium beziehen, kann man ja auf sein ganzes Leben beziehen.

Speaker 1 [00:26:38] Voll. Ähm und zukünftig ihren Content wirst du schätze ich mal weiter schauen. Ähm, und wenn du jetzt über diese Themen nachdenkst und das Beeinflussen von Verhalten langfristig gesehen, wie würdest du sagen, der Einfluss, den sie die ganze Zeit, in der du ihr eben folgst, hat sie da irgendwas Besonderes, ein besonderes Ereignis bei dir ausgelöst, was vielleicht sonst nicht da gewesen wäre? Was kommt dir da jetzt ins Gedächtnis?

Speaker 2 [00:27:08] Nein, ich würde jetzt nicht sagen ein besonderes Ereignis. Für mich ist es eher langfristiger, dass man sich halt Dinge immer mitnimmt und irgendwie wieder ins Gedächtnis ruft. Aber jetzt nicht ein Ereignis, wo sie jetzt quasi der Grund war, wieso ich vielleicht anders agiert und reagiert hab, sondern es sind halt, weil sie halt also bei ihr sind es halt wirklich Themen, die sich halt auch über Monate oder Jahre ziehen und deswegen glaube ich, ist das auch bei mir, dass das eher so unterbewusst sich dann einschleicht, weil sie halt irgendwie immer wieder auf dieselben Themen zurückkommt und deswegen ist es, also ich glaube es beeinflusst langfristig meine Entscheidungen. Aber jetzt nicht für einen kurzen Moment.

Speaker 1 [00:27:45] Okay, das war jetzt eh schon mehr oder weniger das Ende. Hast du jetzt noch etwas, was dir jetzt spontan in den Kopf kommt, was du noch zu diesen ganzen Themen ergänzen möchtest. Du kannst gern kurz in dich gehen und nachdenken.

Speaker 2 [00:27:57] Was allgemein zu dem Thema?

Speaker 1 [00:28:01] Ja zu dem Ganzen, was wir jetzt behandelt haben.

Speaker 2 [00:28:03] Ja, ich glaube einfach, dass man sich unterbewusst viel mehr, wie wir es schon vorher besprochen haben, dass man sich viel mehr beeinflussen lässt, als man eigentlich glaubt. Vor allem, wenn man Leute länger verfolgt, dann baut man ja eine Beziehung auf und man eignet sich vielleicht auch Verhaltensweisen, das heißt Muster von diesen Personen an, wenn man sie halt regelmäßig schaut, tun sie halt Dinge und man übernimmt das ja dann und ich finde es ziemlich spannend, weil man es ja gar nicht bewusst macht, sondern erst, wenn man vielleicht darüber redet, merkt man oder andere finde ich, manchmal erkennen das, dass man halt irgendwelche Dinge übernommen hat von Leuten, die man zuvor vielleicht nicht getan hat. Das finde ich total spannend, weil man sich eigentlich nie selbst damit auseinandersetzt, was man alles übernommen hat oder bewundert an Leuten, also auch in seinem privaten Umfeld, jetzt gar nicht, nur bezogen auf Influencer. Dass man schon einfach so viele Dinge übernimmt von Leuten, wenn man diese mag und schätzt und sich verbunden zu denen fühlt.

Speaker 1 [00:29:06] Passt sehr gut. Dann sage ich danke. Und die Forschungsarbeit, wenn sie fertiggestellt ist, kann ich dich gerne darüber aufklären, was die Ergebnisse sind. Und ja, danke nochmal für das Gespräch.

Interview 4

Speaker 1 [00:00:02] Gut. Danke, dass du dich bereit erklärt hast, dass ich dich heute interviewen darf zu meiner Masterarbeit. Wie vorab schon besprochen, ist alles datenschutzrechtlich geregelt. Der Name wird nicht genannt und die persönlichen Daten werden alle anonymisiert, das Formular hast du schon unterschrieben. Ähm, genau das Thema sind parasoziale Beziehungen auf Instagram und das Interview wird ungefähr 30 bis 45 Minuten dauern. Ähm, also einleitend würde ich dich jetzt mal bitten, dass du mir dein Alter nennst und deinen Beruf.

Speaker 2 [00:00:36] Ich bin 26 Jahre alt und arbeite im Marketing, also speziell im digitalen Marketing.

Speaker 1 [00:00:42] Okay. Hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht? Und wenn ja, ist dir da spontan etwas im Kopf geblieben? Was du mir jetzt spontan wiedergeben kannst?

Speaker 2 [00:00:51] Ja, habe ich. Von meiner Lieblings-Influencerin, die ist gerade schwanger (lacht) und die ist das letzte Mal vor der Geburt im Urlaub und die hat richtig schöne Bilder gemacht.

Speaker 1 [00:01:03] Okay, ähm. Und jetzt würde ich dich bitten, dass du mir einfach mal erzählst, wie dein Social Media Konsum aussieht und gerne auch die Plattform Instagram dann miteinbeziehen.

Speaker 2 [00:01:19] Gut. Ja, ich würde sagen, ich verbringe sehr viel Zeit auf Social Media. Hauptsächlich eigentlich auf Instagram und TikTok. Also andere Plattformen benutze ich eigentlich eher weniger. Da würde ich sagen, es ist ziemlich ausgeglichen, TikTok eher, wenn ich zu Hause bin und mit Ton und wenn ich eher alleine bin und Instagram eher, wenn

ich unterwegs bin, ich in der U-Bahn oder so und ich sage okay, ich brauche den Ton nicht, muss nicht zuhören, ich schaue eher so Bilder und bei Stories ist in der meisten Zeit auch, also es hat auch schon irgendwelche Untertitel oder so, deshalb braucht man es ja nicht mehr unbedingt. Ähm, ja, von Instagram her würde ich jetzt sagen, dass ich zwar nicht so vielen Personen folge, aber die denen ich folge, denen folge ich regelmäßig, also weiß Bescheid, was sie so tun und verfolge eigentlich ihr Leben. Ähm was war nochmal die Frage? (lacht).

Speaker 1 [00:02:14] Das wäre eigentlich, (lacht) also ich glaube, du bist eh schon bei der Überleitung zu meiner nächsten Frage. Ähm warum nutzt du soziale Medien, insbesondere Instagram? Und du kannst noch gern die Situation nennen, die das verdeutlicht.

Speaker 2 [00:02:29] Als erstes würde ich sagen zum Entspannen und zur Ablenkung vom Alltag. Aber auch einfach so für Tipps und für, ähm ich würde sagen, ich folge ziemlich vielen Personen, die in einer ähnlichen Lebenssituation sind oder auch in einem ähnlichen Alter. Und da erfährt man halt auch viel. Vieles hat mit Fashion zu tun, wo ich sage, da lasse ich mich inspirieren oder schaue, was es gerade so gibt und auch mit Reisen, was mich sehr interessiert, was ich da gerne als Inspiration nehme oder schaue, was man überall machen kann. Also es hat auch oft viel mit Informationen einfach zu tun. Weil ich es einfacher finde jetzt zum Beispiel als zu googlen oder so, da man das gleich mit Bildern hat und irgendwie auch einen persönlicheren Eindruck kriegt als jetzt so allgemeine Google Bewertungen oder sonstiges und auch vieles, was mit zu kochen und so zu tun hat, also einfach eher so Alltagssachen, die aber einfach auch so für mich interessant sind und wo ich was neues dazu lerne. Und für spezielle Sachen würd ich jetzt eben sagen, in letzter Zeit schaue ich viele Kochvideos (lacht) und lasse mich für Rezepte inspirieren. Gestern habe ich erst eins nachgekocht, also das finde ich mal ganz gut.

Speaker 1 [00:03:48] Okay, sehr gut. Jetzt zum nächsten Themen-Abschnitt. Abseits jetzt mal von den sozialen Medien würde ich dich bitten, dass du mir jetzt einfach mal für dich persönlich definierst, was du unter Wohlbefinden verstehst.

Speaker 2 [00:04:01] Unter Wohlbefinden, verstehe ich für mich auf jeden Fall, Gesundheit, ähm, ein gutes Umfeld, was auch unterstützend ist, wo ich weiß, ich habe jederzeit eine

Person, an die ich mich wenden kann und wenn ich einfach von mir aus sag ich bin jetzt glücklich mit dem was ich mach und so wie es grad läuft.

Speaker 1 [00:04:29] Ja passt. Und im Zuge dessen, was stellst du dir vor, oder was persönlich empfindest du, wenn du jetzt soziales Wohlbefinden definieren müsstest.

Speaker 2 [00:04:42] Naja, soziales Wohlbefinden hat auch viel mit der Meinung anderer zu tun und nicht nur mit der von dir selbst. Also, da würde ich den Unterschied sehen, dass es darauf ankommt, wie andere Leute dich sehen und eher bewerten. Oder halt einfach, wie das rüberkommt, auch vom äußeren Umfeld, jetzt nicht nur vom engsten Umfeld. Deswegen würde ich sagen, vom sozialen Umfeld ist eher mehr Druck und einfach von der Allgemeinheit, von allen möglichen Sachen. Das, was so das Idealbild ist, wie es halt auf jeden irgendwie übertragen wird.

Speaker 1 [00:05:19] Und kannst du mir da vielleicht eine konkrete Situation nennen oder wodurch deine Vorstellungen dazu beeinflusst wurden?

Speaker 2 [00:05:28] Ich würde jetzt als erstes wieder so ans Bodyimage denken und mit dem Gewicht und mit dem Zunehmen und allem Möglichen. Jetzt wieder auch so mit Schwangerschaften, weil irgendwie Frauen ein bisschen zugenommen haben. Ähm, da kommt dann oft wieder die Frage, ist sie schwanger oder sonstiges? Das finde ich, ist halt gerade bei Social Media oft und von sozialer Seite her ist es glaube ich ein großes Thema.

Speaker 1 [00:05:56] Ja, wenn du da fertig bist, dann gehen wir zum nächsten Themenblock über. Was ist für dich genau ein Influencer/Influencerin und was verbindest du mit dem Wort?

Speaker 2 [00:06:09] Also für mich ist ein Influencer eben jemand, der dich in den Alltag mitnimmt und sein Leben mit dir teilt. Ähm, ich würde sagen, jemand, den man auch begleitet, wo man die Entwicklung mitzieht, wenn er in andere Richtungen geht. Ich muss sagen, ich habe auch schon Influencern einfach entfolgt, wenn sie sich in eine andere Richtung entwickelt haben über die Zeit, als was es mich dann interessiert hat. Das finde ich aber dann gerade das Schöne, das du siehst, wenn du wem schon länger folgst, wo der

Startpunkt ist und ja, wo sie jetzt im Leben sind. Wenn man das so Revue passieren lässt und ja eben, man kriegt Infos von ihnen. Ich meine, auch wegen Shopping Codes. Und natürlich lasse ich mich auch von Werbung beeinflussen, weil es gehört halt dazu. Ein Influencer ohne Werbung glaube ich, das ist selten, aber ich finde, wenn man das konstruktiv aufnimmt und man sich dessen bewusst ist, ist es ja auch nichts Schlechtes.

Speaker 1 [00:07:11] Okay. Und hier wieder hast du da ein Beispiel, was deine Vorstellung dazu vielleicht geprägt hat oder irgendeine Erinnerung, die dir in den Kopf kommt.

Speaker 2 [00:07:21] Von einem Influencer? (Speaker 1 nickt bejahend) Ähm. Ja, ich gehe jetzt wieder zu der, also meiner Lieblings-Influencerin. Eben wo ich angefangen habe ihr zu folgen, war sie ja noch ganz jung und in ihrer Partyphase würde ich sagen. Und eben jetzt über die letzten Jahre ging es dann eher um Content wie Hochzeit und so Beziehung und jetzt eben Schwangerschaft also hat sie sich in eine ganz andere Richtung entwickelt. Aber ist halt so auch mit meinem Leben, mit meiner Entwicklung eher so parallel, weil das, was sie am Anfang gemacht hat, würde mich jetzt zum Beispiel nicht mehr interessieren.

Speaker 1 [00:08:05] Okay gut, ich mein du hast es jetzt eh schon genannt. Ich würde ich jetzt bitten, dass du mir ja den Namen von der Lieblings-Influencerin nennst und insofern du es noch weißt, ungefähr, wie lange du ihr schon folgst.

Speaker 2 [00:08:20] Der Name ist Milena Karl und folgen tue ich ihr sicher so sieben Jahre, also schon ziemlich lange. Ich glaube, sie war auch einer der ersten Influencer, wo ich mich wirklich erinnern kann und der ich auch einfach eben nicht entfolgt bin und die ich seitdem verfolge

Speaker 1 [00:08:41] Okay. Gut. Und warum hast du genau sie ausgewählt? Also, du kannst mir jetzt gerne erzählen, warum sie deine Lieblings-Influencerin ist und ein Beispiel nennen.

Speaker 2 [00:08:52] Also, angefangen hat es einfach mit Fashion. Sie war jetzt am Anfang eher nicht so am Alltag teilhaben, sondern hat eigentlich eher so mit Fashion begonnen, mit Outfits. Und damals waren es halt auch eher leistbare Outfits sagen wir es mal so, eher so Zara also Marken, die du halt nachshoppen konntest und mir hat halt ihr Stil, also das war

halt genau meins. Deswegen war das immer so okay, ich liebe ihre Outfits, jedes Foto denk ich mir so okay, das könnte ich nachkaufen, das finde ich irgendwie inspirierend. Und dann mit der Zeit hat sich das halt entwickelt und jetzt ist es eher, nicht unerreichbar, aber weil es jetzt eher so in diese High Fashion Richtung geht. Aber ich finde es halt extrem inspirierend, was sie jetzt tut. Sachen kaufe ich jetzt vielleicht nicht mehr unbedingt nach, aber es ist halt eher so dieser Lifestyle einfach, den ich voll ästhetisch und einfach inspirierend find. So eben, um mich vom Alltag abzulenken.

Speaker 1 [00:09:50] Okay, und hast du irgendeine bedeutsame Erfahrung oder irgendein Content, den sie gemacht hat, was dir besonders im Kopf geblieben ist von diesen ganzen Jahren, wo dir folgst oder warum glaubst du hat es sich dann so entwickelt, dass du ihr schon so lange folgst?

Speaker 2 [00:10:12] Ich glaube, so ein spezieller Moment vielleicht jetzt nicht, aber es hat einfach immer zu meinem Lebensabschnitt gepasst. Sie ist umgezogen, wo ich auch umgezogen bin und dann hat sie wieder mehr in die Richtung Content gemacht, Möbel und Interior mäßig, wo ich gesagt hab, das passt jetzt zu meinem Leben, das ist genau der richtige Moment für die Inspiration. Ähm dann sind es halt eben die Reisen, wo ich das halt auch immer so als Inspiration nehme, wo sie gerade ist oder was sie macht, was halt zu mir und zum Alltag passt und einfach eben Alltagssachen, die sie teilt, finde ich halt auch extrem interessant, weil sie viele Einblicke auch ins persönliche Leben gibt. Auch Beziehungen und Kochen oder eher nicht so typische Influencer Sachen, sondern einfach okay, sie sitzt da, trinkt einen Tee und liest was. Keine langweiligen Sachen, aber so alltägliche Sachen. Was ich halt sehr sympathisch find, dass es nicht nur immer Schickimicki ist oder die schöne heile Welt, die sie teilt, auch wenn es ihr mal nicht gut geht oder persönliche Sachen.

Speaker 1 [00:11:20] Okay, ähm Und wie wichtig ist sie dir persönlich? Kannst du mir vielleicht Gründe nennen oder eben ergründen, warum oder inwiefern sie dir wichtig ist? Persönlich?

Speaker 2 [00:11:36] Am. Ja, ich würde sagen, weil es so eine Vorbildfunktion ist, wo ich sagen würde, es ist ein Leben, was ich mir vorstellen kann und dass ich das auch gern machen würd. Es ist halt immer so, ich würde sagen zwei Jahre oder so voraus, weil sie doch

ein bisschen älter ist. Und das sehe ich halt als Inspiration für meinen Werdegang und für meine Entwicklung. Und deswegen ist sie halt schon länger ein Teil, weil ich den Weg, in welche Richtung sie geht, gerne auch in die Richtung gehen will.

Speaker 1 [00:12:10] Du hast es jetzt eh schon angesprochen, mit so ungefähr Vorbild, kannst du da vielleicht noch ein bisschen tiefer gehen, also inwiefern du die Beziehung zu ihr beschreiben würdest und in welcher Beziehung du zu ihr stehst. Lass dir gerne Zeit.

Speaker 2 [00:12:33] Hmh. (lacht) Ja, ich würde sagen, von der Beziehung her, es ist halt wirklich die Influencerin, der ich am längsten folge und die auch am nächsten ist. Also sie ist am nahbarsten, würde ich jetzt sagen. Und eben viele Parallelen zu mir hat auch zum Beispiel von Gesundheitssachen oder Hautsachen her. Das ist halt sehr ähnlich und deswegen würde ich schon sagen, es ist eine nahe Beziehung, weil wenn ich irgendwas verpassen würde vom Content, fände ich es schon teilweise schade oder würde denken, was gibt es jetzt wieder Neues?

Speaker 1 [00:13:08] Und hast du Erwartungen oder irgendwelche Ansprüche an sie als Person oder an ihren Content? Also erwartest du da irgendwas?

Speaker 2 [00:13:18] Ja, also grundsätzlich ist es mir am wichtigsten, dass es authentisch und ehrlich ist. Ich habe bis jetzt immer das Gefühl gehabt, dass sie jetzt keine Werbung für Sachen macht, die sie nicht wirklich benutzt, wo sie nicht wirklich dahinter steht. Auch von ihrem Leben, das sie das teilt, wo ich das Gefühl habe, das stimmt so und das ist die Wahrheit. Das finde ich, ist eine Priorität bei Influencern, weil wenn ich das nicht authentisch finde, dann macht es für mich keinen Sinn zu folgen.

Speaker 1 [00:13:52] Und wenn du also, den Content von ihr schaust oder eben zum Beispiel eine Story und halt über die Kommunikation von ihr nachdenkst. Was bewegt dich dazu, dass du dich ihr immer wieder zuwendest? Oder zum Beispiel bei Storys, wenn sie spricht, dass du zuhörst.

Speaker 2 [00:14:10] Die Themen einfach. Also, da würde ich sagen, es sind oft eher tiefgründigere Themen und nicht so oberflächliche, normale Themen, wo man jetzt sagt, das

ist leichter. Sie spricht oft eher tiefgründige Sachen aus ihrem Leben an, von ihren Erfahrungen, aus der Vergangenheit, wo ich sage, das hat auch einen Sinn. Ob ich mir das anhöre oder es auch relevant für mich einfach ist.

Speaker 1 [00:14:33] Okay und hast du da irgendwelche, in Zukunft zum Beispiel, Wünsche, was sie dann noch besser machen könnte oder ob sie da irgendwas verbessern könnte in der Art und Weise, wie sie halt kommuniziert, mit den Followern?

Speaker 2 [00:14:52] Eigentlich nicht wirklich. Ich muss sagen, ich finde die Mischung ziemlich gut von Stories, wenn sie nur Fotos macht. Das sind eher ästhetische Fotos, so richtig inspirierend. Und sie hat halt genau so ein Auge für Ästhetik wie ich, was ich immer wieder schön finde und dann zwischendurch eben diesen gesprochenen Inhalt, wo es um tiefgründige Sachen geht. Deswegen finde ich die Parallelen dazwischen gut, also das Leichtere mit Fotos eher schick und oberflächlich zu dem gesprochenen und ehrlichem Content, ist eine gute Mischung.

Speaker 1 [00:15:30] Passt. Ähm. Hmm. Kannst du mir vielleicht erklären, in deinen eigenen Worten, inwiefern du eine Verbundenheit mit dir verspürst? Also, was sind deine Gedanken dazu?

Speaker 2 [00:15:46] Naja, es ist eben schon so, weil ich sie einfach so lange kenne. Da habe ich so ein Gefühl, weil sie auch viele persönliche Themen einfach teilt. Man hat dann mit der Zeit das Gefühl, dass man sie schon kennt und einschätzen kann. Man denkt sich, Ah ja, auch wenn ich jetzt gar nicht ihr Profilbild sehe oder den Namen, weiß ich eigentlich sofort, dass die Story oder der Content von ihr ist, weil es eher einzigartig ist. Und man weiß halt schon, wenn irgendein Ding kommt, okay, über das freut sie sich jetzt oder in die Richtung, weil man ja doch die Person dann in einer gewissen Art schon kennt.

Speaker 1 [00:16:26] Gut. Und hast du das Gefühl, dass sie dich wahrnimmt bzw. dass sie es schätzt, dass du ihr folgst?

Speaker 2 [00:16:35] Ja, ich glaube schon, dass ihre Follower, ich meine, ich bin jetzt nicht der aktivste Follower von Kommentaren, Nachrichten oder Schreiben her, aber so wie sie

mit der Community umgeht, glaube ich schon, dass sie sehr die Leute schätzt und auch auf Kommentare antwortet und auf Nachrichten, soweit ich das gesehen habe. Wenn ihr jemand geschrieben hat und irgendwas verpasst hat, dass sie dann gerne geantwortet hat oder das noch mal wiederholt hat in der Story. Also ich glaube ohne ist es schwierig seine Community zu behalten und dadurch, dass ich ihr ja schon so lange folge, habe ich schon das Gefühl.

Speaker 1 [00:17:12] Du hast es eh schon angesprochen bezüglich des Kontaktes. Bist du schon einmal mit ihr in Kontakt getreten? Also Kommentare, Dm's geschrieben oder diese Richtung. Also hast du schon mal mit ihr interagiert?

Speaker 2 [00:17:26] Nicht wirklich, also wenn tue ich die Beiträge liken oder auf Storys abstimmen oder so, also das finde ich immer ganz nett um auch zu sehen wer eher für was war, weil sie macht oft so Abstimmungen von der Community, was sie zu Events tragen soll oder was sie für irgendwelche Partys machen soll, welche Getränke oder sonstiges. Und da fühlt man sich halt irgendwie auch dann so mit einbezogen, auch wenn man jetzt nicht im direkten Kontakt mit ihr steht.

Speaker 1 [00:17:55] Und würdest du sie kontaktieren, also in Zukunft jetzt?

Speaker 2 [00:18:00] Ich wüsste jetzt nicht wieso, also ich mein, wenn ich eine konkrete Frage hätte, dann ja, also dann würde ich ihr sicher schreiben und würd eigentlich auch davon ausgehen, dass sie mir antwortet. Aber bis jetzt hatte ich das Bedürfnis noch nicht.

Speaker 1 [00:18:16] Okay gut und du kannst jetzt gerne nachschauen, wenn du es nicht auswendig weißt. Weißt du, was ein Broadcast-Channel ist? Und hat sie so einen Channel auf Instagram? Und wenn ja, also benutzt du das? Bist du da drinnen? (Speaker 2 zögert und zeigt mir auf ihrem Smartphone die Instagram Seite der Influencerin). Okay, dann glaube ich hat sie sowas nicht, weil normalerweise ist es auf der Seite verlinkt und wenn du ihr im Broadcast-Channel folgst, wird es in deinen Privatnachrichten angezeigt.

Speaker 2 [00:18:54] Ah okay, nein. Ich glaube, so etwas hat sie nicht. Aber ich kenne es von anderen Influencern, denen ich folge. Ich muss sagen, ich gehe da eigentlich nie rein. Ich benutze das nicht, weil mir das dann wieder zu viel wird. Also ich habe das Gefühl, das

ist dann wieder so ein bisschen Spam und dass es mir dann schnell auf die Nerven geht. Also eher einen negativen Effekt als einen positiven hat. Leute, die sicher gerne näher mit ihr sind und noch mehr erfahren wollen, für die ist das sicher toll. Aber ich find, die Kommunikation und wie viele Storys sie macht und wie viel Content, dass es genau perfekt ist, dass es nicht zu viel wird, aber auch nicht zu wenig.

Speaker 1 [00:19:43] Gut. Wenn du jetzt wieder an dein persönliches Leben denkst, an dein soziales Leben, besser gesagt dein soziales Umfeld? Würdest du sagen, sie spielt da in irgendeiner Art und Weise eine Rolle? Also außerhalb von Social Media, in deinem sozialen Umfeld.

Speaker 2 [00:20:04] Ich sag von Rezepten her ja, also oft, wenn ich mich irgendwie mit Freunden treffe oder irgendwie in die Richtung irgendein Essen koche, da sind es auch manchmal Rezepte von ihr. Also von daher schaue ich mir schon ein paar Sachen ab und sonst würde ich sagen eher von meinem Stil, von meiner Fashion. Aber jetzt so auf die Freunde bezogen glaube ich jetzt nicht so wirklich viel.

Speaker 1 [00:20:28] Und wenn sie jetzt Themen anspricht, zum Beispiel in ihrer Story oder in ihrem Content und wenn du da jetzt darüber nachdenkst, zum Beispiel Konversationen mit Freunden, spielt es da eine Rolle oder spielt sie da eine Rolle in sozialen Situationen?

Speaker 2 [00:20:49] Ja, ich glaub schon, eher so in Beauty und Lifestyle Sachen, gerade Reisen, das ist halt vom ganzen Freundeskreis ein gemeinsames Interesse, wo ich sag, wenn ich da was Neues erfahre, teile ich das dann natürlich. Auch Ansichten oder in Beauty-Hinsicht für Produktempfehlungen oder in die Richtung, wo sie halt auch einiges an Content macht, kann ich mir schon vorstellen, dass ich das öfter erwähnt habe. Oder dass es schon mal irgendwie vorgekommen ist.

Speaker 1 [00:21:15] Und wenn du darüber redest, jetzt keine spezifische Situation, aber kommt dann manchmal auch Ihr Name vor oder eher nicht so?

Speaker 2 [00:21:27] Ich glaube selten, wenn halt eher so der Vorname, so als würde ich sie kennen. (lacht) Jetzt nicht der komplette Name vom Profil, aber es kann schon sein, dass ich

es hin und wieder erwähne. Ich bin mir jetzt nur nicht sicher, also eher bei Influencern, wo ich weiß, dass Freunde denen auch folgen, als bei ihr, glaube ich, da sind nicht so viele in meinem Umkreis, die ihr selbst auch folgen. Deswegen glaube ich es dann eher, dass ich nicht so den Namen erwähne wie bei anderen.

Speaker 1 [00:21:56] Kommen dir sonst noch irgendwelche positiven Anregungen oder Ratschläge für dein reales Leben in den Sinn, wenn du über die Beziehung und sie nachdenkst?

Speaker 2 [00:22:07] Ich sage, von der Haut her, da habe ich sehr viel Unterstützung, also nicht direkt, aber einfach das Gefühl, dass ich nicht alleine bin. Dadurch, dass sie die gleichen Probleme hat, hat das schon sehr geholfen. Und einfach auch zu sehen, dass die Leute jetzt online oder im digitalen genauso Probleme haben wie normale Menschen (lacht) und dass sie das halt einfach zeigt, wenn sie schlechte Tage hat, wie das dann aussieht und das finde ich halt schon auch in meinem Alltag sehr unterstützend, zu wissen, dass auch nicht alles so die heile positive Welt ist, so wie bei jeder Person halt. Und da bin ich sehr froh, dass sie so etwas auch zeigt.

Speaker 1 [00:22:49] Okay. Ähm. Zum nächsten Abschnitt. Ich würde dich bitten mal zu schildern, ob, also inwiefern oder ob du dich mit ihr vergleichst. Und wenn ja, deine Gedanken dazu bitte schildern.

Speaker 2 [00:23:08] Ja, also, hin und wieder schon, natürlich. Wie gesagt, sie ist für mich ein Vorbild. Deswegen vergleiche ich grundsätzlich schon die Leben. Aber ich weiß, dass sie nicht auf derselben Lebens-Ebene ist, von dem her ist es jetzt nicht so, dass ich irgendwie eifersüchtig oder so bin oder sage ich will unbedingt sie sein. Sondern ich sehe es eher von der inspirierenden Seite. Ich sage okay, sie hat eine richtig coole Wohnung, richtig coolen Stil, das würde ich auch gerne erreichen. Das gefällt mir richtig gut, dafür lohnt es sich irgendwie, in Zukunft mehr zu machen oder in die Richtung zu gehen. Und auch so zum Beispiel von ihrer Beziehung her, die finde ich toll, wo ich sag, das kann ich mir vorstellen, dass das eine Beziehung ist, die ich selbst gern auch hätte. In die Richtung von den Idealen, überschneiden sie sich halt. Also von dem her, sicher vergleiche ich das oder ihren Stil. Ihre Kochkünste vielleicht jetzt nicht so (lacht), aber vom Aussehen oder Bodyimage jetzt nicht

unbedingt, weil sie ein komplett anderer Typ ist, muss man sagen. Aber natürlich ihre Haare finde ich immer sehr toll (Speaker 1 und Speaker 2 lachen). Sie hat da auch immer gesagt, dass sie Probleme hat und was sie dagegen tut, und dann vergleicht man das halt schon auch eher. Aber ich finde, da muss man auch differenzieren, dass jeder Mensch anders ist und dass es gar nichts bringt. So ein direkter Vergleich.

Speaker 1 [00:24:39] Gut. Ähm. Kannst du mir vielleicht jetzt noch abschließend eine Situation nennen, wo sie jetzt spezifisch dich dazu gebracht hat, vielleicht dein Verhalten oder persönliche Wünsche von dir anzupassen oder vielleicht sogar zu ändern?

Speaker 2 [00:25:01] Ja, also ich muss sagen, eher diese Ästhetik, dass ich mehr in die Richtung gehe, weil ich finde das einfach, ich meine, es ist schon wieder ein bisschen Perfektionismus, was ich jetzt nicht unbedingt verfolge aber einfach, wie sie das Leben sieht und wie sie es angeht und auch einfach diese persönlichen Kontakte und Freundschaften finde ich richtig inspirierend, wie sie die halt auch einfach hält, schon seit Jahren eigentlich den gleichen, das gleiche Umfeld hat und in die Richtung ja.

Speaker 1 [00:25:39] Ähm, wo bin ich jetzt, ah ja genau. Und würdest du auch in weiterer Sicht sagen, dass, wenn sie jetzt den Kanal weiter hat und wenn du es weiterhin verfolgst, dass sie dein Verhalten auch irgendwie langfristig beeinflussen kann? Oder hat sie es bereits?

Speaker 2 [00:26:09] Ich glaube schon, dass sie mein Verhalten langfristig beeinflusst. Aber es ist halt jetzt, also zum Beispiel, sie ist schwanger. Sie wird bald ein Kind haben, allein das kann ich jetzt noch nicht nachvollziehen. Aber ich glaub, wenn ich dann selbst ein Kind habe und ich dann die Eindrücke habe und weiß, dass sie da wahrscheinlich einiges teilen wird, auch persönliche Sachen und eben auch eher die Schattenseiten, dass das dann wahrscheinlich mir in meiner Lebenssituation später, wenn ich auch soweit bin, es leichter machen wird und mir um einiges helfen wird. Auch in welche Richtung von der Erziehung her und die Sachen. Also ich glaube schon, dass mich das noch irgendwie positiv beeinflussen wird.

Speaker 1 [00:26:50] Gut. Hast du noch irgendwas, was du dazu ergänzen möchtest? Oder irgendwelche Nachfragen zu den Themen oder Thema oder etwas zu ihr, was du noch sagen willst?

Speaker 2 [00:27:06] Ja, ich hoffe dass sie ihren Content weiterhin so gut macht, und dass es nicht in eine Richtung geht, wo ich dann sage okay, das interessiert mich jetzt doch nicht mehr, weil das finde ich halt wirklich schade für mein Leben, für den Alltag. Es ist dann irgendwie doch nicht wie bei einer engen Freundschaft oder ein Kontakt, aber es ist dann doch so okay, irgendwie schade, wenn man so eine Person oder so eine Inspiration verliert. Also ich hoffe, es geht weiterhin so voran wie es jetzt ist. (lacht)

Speaker 1 [00:27:37] Sehr gut. Dann, wenn du nichts mehr noch hinzufügen möchtest, danke für das Interview. Und, wenn die Masterarbeit fertig ist, kannst du mich gerne kontaktieren, wenn dich die Ergebnisse interessieren. Danke dir.

Interview 5

Speaker 1 [00:00:02] Ich danke, dass du dich bereit erklärt hast, dass ich dich interviewen darf. Das Datenschutzblatt habe ich dir schon gegeben. Ähm, noch mal, grundsätzlich ist das alles anonymisiert, dein Name wird nicht genannt und deine Daten werden geschützt. Ähm. Genau, so ungefähr 30 bis 45 Minuten wird das Interview dauern. Und das Thema des Interviews sind parasoziale Beziehungen auf Instagram. Genau. Als erstes würde ich dich mal bitten, dass du mir dann deinen Beruf nennst und dein Alter.

Speaker 2 [00:00:34] Meinen Beruf? Ähm, ich bin Senior CRM Spezialist. Und ich bin 28 Jahre alt.

Speaker 1 [00:00:46] Ähm, jetzt ganz spontan gesagt, hast du schon Zeit auf Instagram heute verbracht? Und wenn ja, was ist dir da im Kopf geblieben. Oder gibt es irgendwas, was dir spontan einfällt?

Speaker 2 [00:00:58] (lacht) Ach Gott, also eigentlich nur die ganzen Reels, die dann immer irgendeinen Blödsinn zeigen. Ich bin gerade in einem Algorithmus von Essen.

Speaker 1 [00:01:10] Okay gut. Ähm. Und jetzt würde ich dich bitten, dass du mir schilderst, wie dein Social Media Konsum generell aussieht, auch bezogen auf die App Instagram.

Speaker 2 [00:01:21] Also ich glaube grundsätzlich, dass ich schon sehr viel auf Social Media bin. Meistens auf Instagram bisschen auf Facebook, aber da nicht so viel und meistens auch immer nach dem Aufstehen, weil ich dann bisschen versuche munter zu werden. Und dann bin ich meistens auf Instagram, wenn ich irgendwo hinfahre, also wenn ich in die Arbeit fahre, wenn ich im Zug bin, dann ab und zu dann in der Arbeit noch zum Abschalten, also kurz ja, wenn man Pause braucht oder so und dann wieder beim Heimfahren. Und jetzt war ich letzte Woche bisschen krank und da war es halt extrem. Also da merkt man eigentlich, wie viel man auf Instagram ist. Weil ich dann auf der Couch war und mich ein bisschen ausgeruht habe und ferngeschaut habe, aber man ist dann trotzdem auch gleichzeitig noch auf Instagram. Also das ist irgendwie gar nicht das, das man sich

irgendwie auf eine Sache konzentrieren kann, sondern dass man, irgendwie immer zwei Sachen gleichzeitig machen muss, also da war ich schon extrem viel auf Instagram. Du gehst halt auch voll verloren da drinnen, wenn du dann in so einem Algorithmus drinnen bist, kommst du da eigentlich schwer raus, so dass du halt sagst, ich leg jetzt aktiv mein Handy weg und schau nicht drauf und lass es mal auf der Seite liegen.

Speaker 1 [00:02:35] Gut. Und warum würdest du sagen, dass du soziale Medien nutzt, besonders Instagram? Und du kannst mir gerne eine Situation nennen, die das verdeutlicht.

Speaker 2 [00:02:48] Gute Frage. Ich glaube, es hatte damals begonnen, halt irgendwie hatte man Facebook, um sich mit seinen Freunden auszutauschen, die Sachen posten. Dann bei Instagram mit den ganzen Fotos. Die Frage ist halt wirklich, warum man dann dabei bleibt. Irgendwelche Sachen posten, damit andere Leute das sehen und warum wir da jetzt so viel drinnen sind, ja ich weiß nicht, dass man nichts verpasst oder so, aber warum man das eigentlich macht? Keine Ahnung. Ich überlege. (lacht) Ich finde, es ist nett, wenn man es halt bei deinen Freunden sieht, was sie halt machen, was für nette Sachen. Und auch wenn man zum Beispiel irgendwo in Wien unterwegs ist und dann eben bei Freunden zum Beispiel wie ihr da gestern Essen wart oder wo man sich dann denkt, ach, voll nett, da könnte ich auch mal hinschauen, dass man sonst auch irgendwelche Ideen bekommt. Aber sonst ich glaube es ist einfach auch noch, Zeitvertreib, und einfach auch irgendwie Gewohnheit, weil man es gewohnt ist, die ganze Zeit auf Social Media zu sein oder auch nicht mal irgendwann zum Beispiel bei der Bushaltestelle wartet, greift man auch irgendwie sofort zu Handy. Ich glaube früher, ganz früher, wie gesagt, als es Social Media noch nicht gab oder halt einfach Smartphones. Das hat es ja auch nicht gegeben. Aber jetzt, mittlerweile auch wenn du im Bus fährst, ist halt jeder irgendwie auf Social Media oder am Handy, also weiß nicht, eben so als Zeitvertreib oder so.

Speaker 1 [00:04:09] Gut, jetzt zum nächsten Themenblock. Ähm, ich würde jetzt gern von dir wissen, was du für dich persönlich unter Wohlbefinden verstehst.

Speaker 2 [00:04:21] Unter Wohlbefinden. (Denkpause) Ich glaube, wenn man einfach gute Laune hat. Muss noch kurz überlegen.

Speaker 1 [00:04:36] Ja, klar, nimm dir deine Zeit.

Speaker 2 [00:04:43] Ich glaube, wenn man gesund ist, (lacht) das ist schon ein guter Pluspunkt, wenn man einfach gute Laune hat, sich nicht über den Tag freut, aber irgendwie zufrieden ist mit seinem Tag oder mit seinem Leben. Ich glaube, das ist so Wohlbefinden und wenn man Zeit mit Menschen verbringt, mit denen man Zeit verbringen möchte.

Speaker 1 [00:05:08] Und wenn du das jetzt ein bisschen weiter denkst, was stellst du dir vor oder was ist für dich soziales Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:05:18] Soziales Wohlbefinden. Mhm ich glaube, dass es einfach mit den Menschen um dich herum auch zu tun hat, zum Beispiel in der Arbeit, wenn du sagst, du arbeitest gerne mit den deinen Kolleginnen zusammen, du hast Spaß mit denen und die Arbeit macht dir eben Spaß mit ihnen gemeinsam und auch halt mit Familie und Freunden. Genau dasselbe, wenn du halt einfach sehr gerne Zeit mit den Menschen verbringst. Du das dann halt auch machst.

Speaker 1 [00:05:48] Gut und kannst mir da ein Beispiel nennen oder wodurch deine Vorstellungen von sozialen Wohlbefinden beeinflusst wurden? Ich mein du hast es eh schon angesprochen mit der Arbeit, aber wenn du vielleicht noch ein bisschen weiter denkst?

Speaker 2 [00:06:02] Ähm, na ja, ich glaube zum Beispiel auch bei Freunden, weil ich glaube, es gibt halt Freunde, mit denen du halt irgendwie immer gern Zeit verbringen kannst. Wo du weißt oder nachdem du dich mit ihnen getroffen hast, dass es dir gut geht und dass du denkst, ah, morgen könnte ich sie wiedersehen. Und dann gibt es so Freunde, die wir natürlich auch gerne haben, wo man auch irgendwie dann sagt, brauche ich jetzt wieder ein bisschen Pause. (lacht) Also das soll jetzt nicht gemein klingen oder so, aber ich glaube, es gibt halt Menschen, mit denen ich halt einfach viel Zeit verbringen kann und ich finde, das ist immer was Schönes. Und da gibt es natürlich Freundinnen, die haben vielleicht auch ein bisschen, wo die Beziehung nicht so tiefgründig ist und wo du sagst, die muss man auch nicht so oft sehen, oder ja kann auch umgekehrt sein, wenn du gewisse Freunde hast die viel beschäftigt sind und du weißt aber trotzdem, auch wenn du sie jetzt länger nicht siehst, dass es so ist, als hättest du dich eh die ganze Zeit gesehen. Und ich glaube, das sind halt solche

Situationen, das ist auf jeden Fall soziales Wohlbefinden, weil ich mich einfach gerne mit ihnen treffe, wenn ich im Moment bei ihnen bin.

Speaker 1 [00:07:07] Ja gut, dann kommen wir jetzt zum nächsten Thema und zwar Influencer. Ja, ich würde dich bitten, einfach jetzt mal zu erzählen, was du mit dem Wort verbindest und was du für dich unter Influencer verstehst?

Speaker 2 [00:07:24] (lacht) Influencer sind für mich Personen, die auf Social Media aktiv sind und über ihren Tag oder über das Leben posten. Und in den meisten Fällen auch Geld damit machen und Produkte promoten, die dafür auch Geld bekommen. Ja.

Speaker 1 [00:07:42] Und wodurch wurden da deine Vorstellungen beeinflusst von Influencern? Du kannst mir auch gerne ein Beispiel nennen.

Speaker 2 [00:07:50] Durch was wurde?

Speaker 1 [00:07:51] Was sind deine Vorstellungen von Influencern? Wie hat sich das entwickelt? Also deine Vorstellung, was das beeinflusst hat, dass du so darüber denkst?

Speaker 2 [00:08:00] Okay, ja. Also ich glaube, der Beruf Influencer ist jetzt noch nicht so alt. Ich glaube, dass es früher viele Leute gemacht haben, weil es ihnen dann halt wirklich Spaß gemacht hat, anderen Menschen von ihrem Leben was zu erzählen und was sie so machten. Oder auch nur um so Tipps zu geben. Egal ob es jetzt irgendwie keine Ahnung mit Ernährung zu tun hat, mit irgendwelchen Sightseeing Sachen oder was auch immer. Und ich glaube, es hat sich so ein bisschen gewandelt in meiner Vorstellung, dass jetzt viele Leute Influencer werden möchten, weil sie halt viel Geld damit machen können. Und ich finde, das merkt man halt teilweise, weil manche Influencer super viel posten. Also das ist das, was ich immer ganz lustig finde, wenn die dann sagen, also immer an einem Tag, ich habe irgendwie Rückenschmerzen am nächsten Tag, hey Leute, ich habe eine super Creme oder weiß ich nicht was und die hilft voll gut und jetzt bekommt ihr sie auch noch -10 Prozent und dann denk ich mir, ah ja, was für ein Zufall (lacht).

Speaker 1 [00:09:04] Ja okay. Und jetzt würde ich dich bitten, dass du mir deinen Lieblings-Influencer oder Influencerin nennst auf Instagram. Und ja, soll bestmöglich aus dem Lifestyle Bereich sein und mehrere 100.000 Follower haben. Also. Ja genau, Marco- oder Mega-Influencer.

Speaker 2 [00:09:24] Also ich schaue gerade, ich folge auf jeden Fall der Gerid und der Sarah Harrison und ich schaue gerade wie die eine heißt aja Joy. Ich weiß gar nicht, wie viele Follower die hat, 194.000. Joy Bella heißt sie. Ja, noch in irgendeiner anderen, Cathrine Bones, die hat früher immer so Outfits gepostet. (Speaker 1 und 2 lachen)

Speaker 1 [00:09:51] Super. Dann such dir gerne eine von denen, die du hier jetzt genannt aus, vielleicht der, der du schon am längsten folgst, wenn du es weißt, ja.

Speaker 2 [00:09:58] Also je nachdem, was die nächste Frage ist. (lacht)

Speaker 1 [00:10:03] Also es geht jetzt bei den nächsten Fragen sehr ins Detail zu der Influencerin, also, am besten jemanden wo du halt schon regelmäßig den Content schaust.

Speaker 2 [00:10:12] Okay, zum Beispiel bei der Sarah Harrison oder bei der Gerid ist es eigentlich relativ gleich, aber wir können ja gerne mit der Gerid einfach gehen.

Speaker 1 [00:10:18] Wie du möchtest. Du kannst auch, wenn du das Gefühl hast, dass es nicht passt, die Sarah noch nehmen. Also ja.

Speaker 2 [00:10:25] Nein, dann machen wir mal mit der Gerid weiter und dann schauen wir.

Speaker 1 [00:10:27] Weißt du ungefähr, wie lange du ihr schon folgst?

Speaker 2 [00:10:34] Boah, nein, seit ein paar Jahren. Ich weiß gar nicht, aber schon ein bisschen länger. Jetzt nicht erst seit ein paar Monaten, sondern sicher schon ein paar Jahre.

Speaker 1 [00:10:43] Okay gut ähm. Genau. Und jetzt kommen wir eh schon dazu, (lacht) also, wenn du jetzt nachdenkst, warum hast du sie ausgewählt? Und warum würdest du sie als Lieblings-Influencerin jetzt herauspicken?

Speaker 2 [00:10:57] Also, warum ich ihr damals gefolgt bin, kann ich gar nicht genau sagen. Ich gehe mal davon aus, dass es ganz interessant war, was sie gepostet hat und weil sie ja auch in Wien wohnt. Ich glaube, das ist so ein Bezug dazu, wenn sie dann irgendwo unterwegs ist, ist das ganz nett anzusehen, dass man es dann kennt oder man dort mal hingehen könnte, wenn es irgendein Lokal ist oder so, aber ich finde, dass sie das, was sie macht, sehr gut rüber bringt. Man weiß auf jeden Fall, dass ihr das Spaß macht oder, da habe ich zumindest das Gefühl, dass sie das nicht nur wegen dem Geld macht, sondern dass ihr das auch wirklich Spaß macht und sie natürlich auch klein angefangen hat und sich das erarbeitet hat. Es ist ganz nett, auch so die Realität mal zu sehen, weil sie halt nicht nur postet, dass alles super ist, sondern auch wenn mal was nicht so gut läuft. Dass sie das halt auch postet und ich finde, das ist sehr selten geworden.

Speaker 1 [00:11:54] Und hast du irgendeine Erfahrung oder Moment, was dir jetzt komplett in den Kopf kommt, wenn du denkst an sie, die du mit ihr gemacht hast, wenn du an ihren Content denkst, was sie halt gemacht hat, was halt für dich bedeutsam war, gibt es da etwas?

Speaker 2 [00:12:13] Also das, was ich bei ihr immer schon das Gefühl hatte, ist zum Beispiel wenn sie irgendwelche Produkte vorstellt, habe ich das Gefühl, dass sie da 100 % dahinter steht. Also ich glaube nicht, dass sie irgendwie eine Partnerschaft eingehen würde, die viel Geld bringt, aber von der sie nicht überzeugt ist und das mag ich an ihr, also ich glaube da schon dran, wenn sie halt was vorstellt, dass sie das wirklich auch selbst nutzt und auch selbst weiter empfehlen würde, auch in ihre engen Freundinnen. Und das schätze ich eigentlich sehr an ihr, weil bei anderen Influencern hat man teilweise nicht so das Gefühl, dass sie das machen, weil sie das wirklich weiterempfehlen würden, sondern einfach weil sie Geld dafür kriegen und bei ihr habe ich halt nicht das Gefühl und das finde ich angenehm.

Speaker 1 [00:12:55] Okay, gut. Inwiefern würdest du sagen, dass sie für dich persönlich wichtig ist und aus welchen Gründen würdest du das sagen? Also du kannst mir gerne eine Geschichte erzählen oder was dir spontan in den Kopf kommt.

Speaker 2 [00:13:17] Warum sie wichtig ist, mhm, das ist eine gute Frage (lacht).
(Denkpause) Ich weiß nicht, es ist halt irgendwie wahrscheinlich auch Gewohnheit, da man halt immer so viel auf Instagram ist und dann auch in der Früh mal reinschaut und sie dann auch gleich postet mit einem Kaffee, Guten Morgen, wünsche euch einen schönen Tag und so ähm das ist immer ganz nett. Und sonst, ich weiß gar nicht. Ich glaube teilweise wirklich, einfach nur, dass die Zeit vergeht, dass man sich halt das anschaut. Könnte ich gar nicht jetzt so genau spezifizieren.

Speaker 1 [00:14:01] Okay, gut. Wenn du nichts mehr dazu weist, also du kannst gerne.

Speaker 2 [00:14:04] Ja. Ich überlege.

Speaker 1 [00:14:05] Also du kannst dann auch im Nachhinein noch was sagen, wenn da dir noch dazu was in den Sinn kommt. Sonst gehen wir mal weiter.

Speaker 2 [00:14:12] Ja, gehen wir weiter mal (lacht) Ähm.

Speaker 1 [00:14:15] Inwiefern würdest du die Beziehung unter Anführungszeichen, die du zu ihr hast, beschreiben? Also du kannst mir gerne deine Gedanken dazu schildern.

Speaker 2 [00:14:26] Ich beobachte eigentlich nur. Also ich bin jetzt nicht eine Person, die irgendwie einer Influencerin schreiben würde oder irgendwas kommentieren würde. Ich weiß nicht. Ich schaue mir das irgendwie gerne an und wenn das für mich halt irgendwie interessant ist, dann zum Beispiel wenn sie irgendwelche Rezepte postet, dann tue ich mir das schon abspeichern oder tue sie mir die dann vielleicht nachkochen. Oder eben, wenn es sie etwas anderes her zeigt, zum Beispiel mit Sporthosen, wo ich mir denke, ich brauche eh eine kurze Sporthose und sie stellt das ja auch immer vor und hat dann noch einen Rabattcode. Denkt man, warum nicht? Aber sonst habe ich nicht wirklich irgendwie, dass ich

sage, ich habe da jetzt mehr Berührungspunkte. Also dass ich jetzt wirklich sage, ich schreibe jetzt oder ich kommentiere irgendwas. Ich bin stille Beobachterin. (lacht)

Speaker 1 [00:15:19] Und wenn du es definieren würdest, in welcher Beziehung stehst du zu ihr?

Speaker 2 [00:15:29] (lacht) Ich glaube nicht, dass wir jetzt wirklich eine Beziehung haben. Also es ist spannend, weil ich sie kenne und ihre Gewohnheiten unter Anführungszeichen, aber sie mich ja gar nicht, man geht ja als Follower in der Masse unter von dem her und das sehe ich auch so! Ich sehe jetzt nicht, dass ich irgendwas Besonderes bin oder dass ich raus steche aus der Masse oder so. Also das ist mir schon ganz klar deswegen. Ja. Haben wir eigentlich keine Beziehung? Oder habe ich eigentlich, ich meine, ich habe schon einen Bezug zu ihr, aber irgendwie keine Beziehung? (lacht) Ja.

Speaker 1 [00:16:16] Okay, gut. Hast du spezifische Ansprüche an sie und an ihren Content? Und was erwartest du von ihr? Oder hast du Erwartungen an sie?

Speaker 2 [00:16:37] Ich glaube nicht, dass ich Erwartungen an sie habe. Grundsätzlich finde ich, das, was sie macht, macht sie voll gut und ich schaue mir das gerne an, weil sie ja doch immer neue Sachen irgendwie herzeigt oder ausprobiert. Egal ob es jetzt irgendwie von den Rezepten her ist, oder auch wenn sie mal im Urlaub ist. Ich finde es auch immer ganz nett, dass sie das mit uns teilt und ihre Erfahrungen preisgibt. (Denkpause) Aber Erwartungen habe ich eigentlich nicht. Ist voll schwierig, weil zum Beispiel der Pamela Reif folge ich auch, weil es mir gerade eingefallen ist. Und die postet mittlerweile so viel und ich weiß, dass sie auch super viele neue Produkte rausbringt, aber ich finde, dass es mittlerweile immer dasselbe ist. Und das finde ich dann, da skip ich meistens auch die Stories, weil es auch so viele sind und da denk ich mir so, boah eigentlich langweilig, weil es eh entweder nur irgendein neues Produkt ist oder irgendein neues Workout-Video. Das mach ich bei der Gerid irgendwie nicht, weil sie vielleicht doch ein bisschen nahbarer ist, weil sie auch noch ein bisschen bodenständiger ist. Ich glaube, das ist auch noch so was.

Speaker 1 [00:17:51] Das heißt, du würdest sagen, wenn sich die Gerid jetzt in diese Richtung, wie die Pamela Reif entwickeln würde, dass du dann.

Speaker 2 [00:17:56] Ja voll oder so wie die Sarah Harrison, das ist ja auch schon extrem, das ist ja schon so verrückt da mit Dubai und den ganzen Autos und was sie sich ja nicht alles kaufen, das ist halt schon so abgehoben irgendwo. Weil ich finde, man kann sich wahrscheinlich mehr mit der Gerid oder ich kann mich mehr mit der Gerid identifizieren, weil sie ja auch in einer normalen Wohnung lebt, in Wien, weißt du, so normale Sachen macht. Als jetzt die anderen Leute, die da irgendwie ihr Haus in Ibiza gekauft haben und ihr Haus in Dubai gekauft haben, also das finde ich vielleicht auch. Das muss ich einfach, oder ich kann mich halt damit mehr identifizieren und dass sie halt bodenständiger ist. Also das mit der Pamela, das interessiert mich auch gar nicht mehr, da denke ich mir auch so, warum folge ich ihr eigentlich noch mal? Ich schaue es mir eh nicht an, weils mich eigentlich eh nicht mehr interessiert.

Speaker 1 [00:18:41] Ja und wenn du jetzt drüber nachdenkst, wie sie mit ihrem Content kommuniziert, also zum Beispiel über Stories, was bewegt dich dazu, was bewegt sich dabei, dich immer wieder ihr zuzuwenden, immer wieder den Content zu schauen?

Speaker 2 [00:19:01] Ich finde es einfach nett. (lacht) Ich weiß nicht, *ich schaue es gerne an, weil sie teilweise immer so in die Kamera redet*. Mhm Gute Frage. (Denkpause) Ich mein, ich glaube, weil man halt auch neugierig ist, was sie so den ganzen Tag gemacht hat? Und was sie so für Aktivitäten macht und was sie da so herumtreibt. (Denkpause) Aber sonst wüsste ich echt nicht, warum genau. Ich meine, es ist immer ganz interessant, was sie postet oder auch halt eine Story hochlädt. Ja, ich glaube, die Neugierde. Ja, voll.

Speaker 1 [00:20:01] Ja gut, und wenn wir bei der Art und Weise, wie sie eben kommuniziert.

Speaker 2 [00:20:07] Warte kurz, muss da kurz abheben.

Speaker 1 [00:20:11] Ja klar, kein Stress.

Speaker 2 [00:20:20] Okay, Passt so, sorry.

Speaker 1 [00:20:27] Alles gut. Genau. Also, wenn wir bei der Art und Weise bleiben, wie sie kommuniziert, hast du in der Hinsicht irgendwelche Wünsche oder Gedanken, dass sie etwas verbessern könnte?

Speaker 2 [00:20:45] **Nein.** Also ich finde, sie kommunizieren sehr gut, weil sie postet halt in ihrer Story zum Beispiel Fotos, aber auch Videos, wo sie halt direkt in die Kamera spricht oder halt irgendwas herzeigt, finde ich ganz nett. Was ich ganz schlimm finde ist, bei anderen, wenn die dann die Leute mit Du ansprechen. (lacht) Also das finde ich persönlich ich weiß nicht das finde ich immer so ganz komisch, weil ich ja weiß, wenn sie so in die Kamera redet und tausende Follower hat und so sagt sie ja: Was machst du heute noch? Denk ich mir Na ja, wir sind ja, also es ist ja nicht nur ich, also ich finde es immer so ganz komisch, deswegen finde ich das sehr angenehm dass die Gerit immer so mit ihr oder so halt irgendwie. Ich weiß nicht, warum jetzt eigentlich gar nicht (lacht), aber so finde ich es immer ganz nett, weil es halt doch irgendwie so abwechslungsreich ist eben mit den Fotos und Videos oder wenn sie halt in die Kamera redet und dann halt irgendwas anderen zeigt. Ja.

Speaker 1 [00:21:36] Ähm. Also inwiefern, würdest du sagen, dass du dich mit ihr verbunden fühlst? Also, was sind deine Gedanken dazu?

Speaker 2 [00:21:51] Mhm, also ich glaube, ich hab es eh schon gesagt. Was ich halt bei ihr finde und was einen vielleicht mehr verbindet, ist, dass sie vielleicht auch in Wien wohnt, so wie ich. Ich glaube, wir sind im selben Alter und eben dass sie noch so bodenständig ist. Also das ist halt nicht sowas ist, wo man sagt, das ist einfach so weit entfernt, dass man sich so Sachen anschaut mit einem riesen Haus oder Villa oder so, ich mein das ist ja auch nett zum anschauen, aber das ist irgendwie nichts wo man sich selbst vielleicht damit identifizieren kann. Das finde ich bei ihr halt ganz angenehm, dass sie trotzdem, obwohl ich gehe davon aus, dass sie genug Geld macht, dass sie trotzdem nicht so abgehoben ist und noch so zugänglich irgendwie wirkt. Und das finde ich bei ihr sehr angenehm.

Speaker 1 [00:22:36] Gut. Ähm, hast du das Gefühl, dass die Gerit es sozusagen wahrnimmt und dass sie es schätzt, dass du ihr folgst?

Speaker 2 [00:22:45] Ja, das glaub ich schon.

Speaker 1 [00:22:47] Und warum glaubst du, hast du das Gefühl?

Speaker 2 [00:22:52] Also ich glaube schon, dass sie weiß, dass es halt nicht selbstverständlich ist und also wo ich es halt merkt, dass sie halt manchmal schreibt, oder sie postet sie in die Story, dass sie jetzt viele neue Follower hat und dass sie sich halt deswegen gern nochmal vorstellt. Und das finde ich halt auch immer ganz nett. Ich glaube, ich hätte das jetzt irgendwie nicht bei irgendjemanden anderen gesehen, zum Beispiel bei der Pamela oder der Sarah oder so, dass sie das jetzt machen. Und das finde ich auch ganz nett, dass sie das sieht und eben auch wertschätzt und sich deswegen auch noch mal kurz vorstellt und ein bisschen noch mal so von ihrem Leben kurz erzählt, für die, die halt neu sind. Und auch wenn es die anderen halt schon kennen, das finde ich immer ganz nett und ich glaube, sie spricht halt auch immer, ja, relativ offen. Zum Beispiel auch mit den Firmen, mit denen sie zusammenarbeitet, das begründet sie halt auch immer. Und ich finde, das zeigt auch, dass sie ihre Follower schätzt. Weil sie würde halt nicht irgendwas vorstellen oder irgendwas, was halt was halt Schrott ist, weil es halt auch nicht gut wäre für die Leute, die ihr folgen von dem her. Ja.

Speaker 1 [00:24:00] Gut ja. Gut, das hast du vorher eh schon angeschnitten. Also die Frage ist eigentlich, ob du mit ihr schon mal in Kontakt getreten bist.

Speaker 2 [00:24:13] Nein. (lacht)

Speaker 1 [00:24:15] Und hast du, also likest du ihre Beiträge oder kommentierst du manchmal?

Speaker 2 [00:24:21] Manchmal, aber auch nicht oft. (lacht)

Speaker 1 [00:24:22] Okay, also, das heißt, du bist wirklich eher die stille Beobachterin. (Speaker 1 und 2 lachen) Und würdest du es in Erwägung ziehen, wenn es wirklich jetzt ein Thema geben würde, was dich so brennend interessiert, dass du wirklich in Kontakt mit ihr treten würdest? Oder zum Beispiel einen Kommentar verfassen würdest?

Speaker 2 [00:24:46] (lacht) Ich glaube eher nicht so.

Speaker 2 [00:24:47] Ich überlege gerade, ob es irgendein Thema geben würde, wo ich jetzt sagen würde, ja da schreibe ich jetzt irgendwas oder kommentiert irgendwas. Ich glaube eher nicht. Ich weiß nicht. Und ich weiß auch nicht, warum ich jetzt nicht schreiben würde. Das ist einfach nicht meins und ich glaube, das habe ich generell auch noch nie gemacht. Das ist auch nicht, glaube ich, meins.

Speaker 1 [00:25:07] Das heißt, du bist doch noch nie mit einem anderen, also mit anderen Influencern oder so in Kontakt getreten?

Speaker 2 [00:25:12] (lacht) Ich folge ihnen eigentlich nur, und schreibe eigentlich, also was ich schon mache, aber ist jetzt auch nicht direkter Kontakt, ist, wenn ich halt irgendwas sehe was interessant ist, dass ich das halt weiterleite an Freunde oder so wenn ich irgendwas sehe was cool ist. Aber ich war jetzt noch nie direkt im Austausch mit einem Infleuncer.

Speaker 1 [00:25:34] Und persönlicher Kontakt auch nicht? Also, dass du sie mal persönlich getroffen hast?

Speaker 2 [00:25:53] Nein.

Speaker 1 [00:25:57] Gut, ähm, die nächste Frage ist, was, also ob du weißt, was ein Broadcast-Channel ist auf Instagram und wie, also das in den privaten Privatnachrichten dann. Ähm, ja genau. Und weißt du, ob die Gerid sowas hat? Und benutzt du das, oder?

Speaker 2 [00:26:07] Ja, voll dieser geheime Channel. (lacht) Also, sie hat das und ich bin da auch drinnen und das Angenehme ist, man kann da nicht reinschreiben (lacht), denn es kann nur sie was reinschicken und man kann als Follower nur reagieren auf die Sachen, die sie rein schreibt oder postet.

Speaker 1 [00:26:23] Okay, und wie findest du das? Also, warum bist du da beigetreten?

Speaker 2 [00:26:30] Weil ich glaube, die Gerid, also ich bin eh nur bei ihr in diesem Broadcast Ding drinnen, weil sie mir irgendwie am meisten sympathisch ist und ich habe mir gedacht wie das neu rausgekommen ist, habe ich mir zuerst gedacht mhm nein, ich weiß nicht aber dann hab ich gedacht, egal, ich schaue es mir mal an. Ja, sie postet da drinnen dann extra, zum Beispiel Rezepte oder irgendwelche Workout Videos oder so. Weiß nicht warum es das gibt, aber ich bin da auf jeden Fall drinnen. (lacht)

Speaker 1 [00:27:00] Also findest du es schon spannend? Also, was würdest du jetzt im Vergleich mit den Stories sagen, was würdest du da im Vergleich setzen?

Speaker 2 [00:27:09] Ich glaube, sie versucht es im Channel halt nochmal ein bisschen persönlicher zu machen. Also dass sie da vielleicht, so zum Beispiel sie ähm postet ja manchmal so Reels was sie den ganzen Tag gegessen hat oder so und ich glaube, das macht sie dann ab und zu ganz offiziell und öfter dann halt noch in diesem Channel oder für Rezepte öfter mal im Channel, dass sie das halt nur da drinnen postet.

Speaker 1 [00:27:33] Also das heißt, sie teilt dann noch mehr und intensiver.

Speaker 2 [00:27:39] Ja oder persönlicher. Also manchmal ist es schon so, dass sie dann öfter was rein postet und manchmal ist halt länger nichts drin und sie postet dann länger nichts. Aber ich glaube, sie versucht es halt ein bisschen persönlicher noch zu gestalten, weil die Gruppe an Personen, die da drinnen sind, glaube ich, dann doch ein bisschen kleiner ist.

Speaker 1 [00:27:57] Okay. Gut. (Denkpause) Also welche Anregungen oder Ratschläge für dein persönliches reales Leben kommen dir in den Sinn, wenn du jetzt über die Gerid nachdenkst oder kommt dir da überhaupt was in den Sinn?

Speaker 2 [00:28:18] Dass ich mich ein bisschen gesünder ernähren könnte und ein bisschen mehr Sport machen könnte. (lacht) Aber sonst nein, ich glaube, sie versucht das ganz gut rüberzubringen, wie man halt einen gesunden Lebensstil halten kann, ohne super viel Aufwand, ohne dass man sich da halt irgendwie voll nieder rackern muss. Und ich glaube beim Sport. Dass man nicht, dass es nicht viel braucht, um sich wohl im eigenen Körper zu fühlen. Das finde ich ganz nett, das versuche ich dann schon auch ein bisschen so für mich

umzusetzen, zumindest was den Sport angeht. Dass man sich, dass man einfach mehr für sich selbst auch macht, weil es halt für mich selbst ist und nicht für wen anderen. Und die Laune ist dadurch halt auch besser, dass man sich besser fühlt, wenn man halt Sport gemacht hat und weiß, man hat es halt durchgezogen, auch wenn man davor vielleicht nicht so viel Lust hatte.

Speaker 1 [00:29:16] Und wenn du das jetzt noch ein bisschen weiter denkst an dein persönliches und soziales Umfeld, spielt sie da bzw. inwiefern spielt sie oder ihr Content in irgendeiner Art und Weise eine Rolle in deinem sozialen Umfeld?

Speaker 2 [00:29:36] (Denkpause) Naja, nicht wirklich. Ich überlege gerade, außer sie hat jetzt mit Pilates begonnen, dass man da vielleicht mal irgendwie mit den Freundinnen darüber redet, dass wir das auch mal machen oder ausprobieren, aber in einem größeren Kontext denk ich nicht.

Speaker 1 [00:29:57] Und du hast es jetzt eh schon angesprochen, wenn du jetzt über Konversationen nachdenkst mit Freunden oder Bekannten, gibt es da, also kommt es vor, dass sie bzw. eben der Content Thema ist, den sie macht oder dass sie das Thema ist?

Speaker 2 [00:30:13] Also grundsätzlich bei Influencern manchmal, aber jetzt nicht sehr oft zum Beispiel mit der Sarah Harrison, dass sie jetzt zum Beispiel schwanger geworden ist und so aber jetzt nicht, dass man sagt, man unterhält sich stundenlang darüber, sondern es ist so in zehn Minuten abgehandelt.

Speaker 1 [00:30:32] Und der Content, den sie macht, wie du es angesprochen hast, das Pilates. Also würdest du sagen, dass du ohne sie auch mit Freunden darüber geredet hättest, oder nein?

Speaker 2 [00:30:48] Ja. (lacht) Nein, ich habe mich, ich habe mich zum Beispiel jetzt für MyClubbs angemeldet, das habe ich schon länger und da hab ich zum Beispiel immer so Springboard Pilates einfach gemacht. Und habs halt selber ausprobiert, weil ich damals eigentlich nur geschaut habe, wann es für mich zeitlich passt und was für Kurse es gibt. Und dann habe ich mir gedacht, okay, dann probier ich es mal aus. Dort habe ich eben

Springboard Pilates gemacht, und dann gab es das Reformer Pilates auch, was eben die Gerid jetzt macht. Und eigentlich auch da, dass man sagt, okay, man sieht es halt in echt und kann mal kurz reinschauen, wie das so ist. Und deswegen mache ich das jetzt, aber jetzt nicht per se, dass ich jetzt sage, okay, hätte die Gerid nicht darüber geredet, dann wäre ich nie dazu gekommen.

Speaker 1 [00:31:27] Okay, jetzt will ich dich bitten, also dass du mir vielleicht erzählst eine Geschichte oder generell deine Gedanken dazu, inwiefern du dich mit ihr vergleichst und ja.

Speaker 2 [00:31:55] Ich glaube nicht, dass ich mich sehr mit ihr vergleiche. Weil ich das auch gar nicht will. Also ich finde es gut, dass sie zum Beispiel solche Sachen mit dem Fitness und mit dem Essen macht, dass man sich vielleicht auch selbst daran erinnert, dass man es machen sollte. Aber ich glaube, sie ist da schon sehr streng zu sich selbst. Das macht sie sehr regelmäßig und das will ich für mich auch gar nicht. Also, dass ich sage, ich möchte mich jetzt da so einschränken lassen. Also wenn ich jetzt, ich meine, das macht sie auch, wenn ich mal Lust auf Pizza habe, drei Mal hintereinander dann esse ich drei Mal Pizza. Also es ist jetzt nicht so, dass ich sage nein, ich muss so schlank oder so trainiert wie die Gerid werden, deswegen esse ich das jetzt nicht. Aber ich glaube, es ist so ein Impuls oder so ein Anreiz, dass man sagt, hey, na, vielleicht könnte ich auch mal wieder Sport machen. Oder das Rezept, das sie gepostet hat, dieses gesunde Rezept, das könnte ich halt ausprobieren, auch mal machen. (Denkpause) Nein, ich glaube, das ist wirklich eher so ein Ansporn. Oder auch zum Beispiel von der Arbeit. Ja, weil sie arbeitet ja auch sehr, wie soll ich das sagen, also sie arbeitet ja auch sehr viel, aber sich gerne hinsetzt und was voranbringt und ich find, das ist was, wo man sagen kann, das mache ich auch gerne, aber das sind jetzt eher so, ah, das ich sag ja, ich könnte mich jetzt wieder mal hinsetzen und was Neues lernen oder was für mich halt irgendwie, was mich halt auch weiterbringt im beruflichen Leben. Vergleich, nein, Gott sei Dank nicht. Aber es ist sehr schwierig, wenn man so viele Leute auf Instagram sieht, die hübsch und schlank sind, und weiß ich nicht was, wenn man sich damit vergleicht. Ich glaube, damit darf man gar nicht anfangen. Das mache ich nicht. Ich sehe es mehr als Anreiz.

Speaker 1 [00:33:53] Das heißt, es würde, wenn du es beschreiben müsstest, dann als Anreiz, also eher in eine positive Richtung gehen, also dass du eher inspiriert wirst?

Speaker 2 [00:34:02] Ja voll, ein positives Vorbild, so in die Richtung.

Speaker 1 [00:34:06] Also jetzt nicht so, dass es dich, blöd gesagt runterzieht und dass sie, also wenn du jetzt ihren Content schaust?

Speaker 2 [00:34:13] Nein, weil ich mir denke, sie ist da wirklich zum Beispiel in der Fitness und Ernährung und im Lebensstil voll drinnen. Ich finde dass sie auch super schlank ist und ich denke mir, ich bin zufrieden so mit mir von dem her, bringt es auch gar nichts. Und ich will das auch gar nicht vergleichen, von dem her ja, positives Vorbild, ja kann man so sagen.

Speaker 1 [00:34:38] Ähm und gibt es eine Situation, wo sie dich dazu gebracht hat, dass du dein Verhalten oder deine persönlichen Wünsche angepasst hast oder irgendwie verändert hast?

Speaker 2 [00:34:57] Mhm nein, ich glaube, das ist eh, wie ich es vorher gesagt habe mit dem Sport oder mit dem Essen. Dass man sich vielleicht selbst an die Hand nimmt und sagt, hey, ich sollte ein bisschen was für mich wieder machen. Aber wirklich nur, dass man sagt, dass man sich selbst halt besser fühlt. Nicht, dass man jetzt irgendwie dann im Konkurrenzkampf steht oder sich irgendwie vergleicht, sondern, was man selber von sich weiß. Wenn man schon mal Sport gemacht (lacht), dass man sich, also es ist davor halt immer ein bisschen mühsam, aber dass man sich danach viel besser fühlt und das auch einen, finde ich viel positiver durch die Woche bringt. Also das merke ich schon, wenn man ein bisschen in der Natur mehr ist und zum Beispiel oder Sport macht, dir geht es halt einfach mental besser. Ja, aber ich würde jetzt nicht sagen, dass ich mich irgendwie deswegen verändert hab, sondern wie ich es eh vorher schon gesagt habe, einfach so ein Side Hint auf die Art, so hey, das könnt ich auch mal wieder machen. Es ist eine gute Idee.

Speaker 1 [00:36:00] Also eben so eine Inspiration.

Speaker 2 [00:36:02] Ja genau, die beeinflusst. Ja.

Speaker 1 [00:36:06] Gut. Ähm, ja. Wir sind jetzt eh fast am Ende des Interviews. Ich würde dich jetzt bitten, noch mal kurz in dich zu gehen und überlegen, ob du irgendwas noch zu dem, was wir besprochen haben, sagen willst, ob du noch was dazu erzählen willst oder ob noch mal was einfällt. Du kannst dir gerne dafür Zeit nehmen.

Speaker 2 [00:36:25] Ich glaube nicht, was war die eine Frage davor, wo ich noch irgendwo also da habe ich nicht so viel gesagt. Aber ich glaube nicht, dass mir da noch viel einfällt.

Speaker 1 [00:36:31] Ich glaube, warte mal. War das, wie wichtig sie dir persönlich ist?

Speaker 2 [00:36:39] Vielleicht, ja. (Denkpause) ich kann bei ihr nur sagen, dass ich sehr, dass sie sehr authentisch ist und das schätze ich an ihr. Also dass sie halt auch wenn ihr etwas nicht gefallen hat, irgendeine Experience, die sie hatte, dann sagt sie das auch, genauso. Sie sagt das Schlechte und das Positive und das weiß ich sehr zu schätzen, weil es halt oft so, dass auf Instagram nur das Positive ist und das ist halt nicht real. Das Leben ist nie nur positiv, es gibt auch mal schlechte Seiten und das finde ich halt schön, dass sie das auch zeigt. Auf Instagram, weil oft vermittelt wird, dass alles immer perfekt ist, aber auch für die jüngere Generation halt immer das alles nur perfekt sein muss und es ist halt nicht so und ich finde so wird oft so ein falsches Bild vermittelt und das finde ich bei ihr eben angenehm, weil ich schon weiß, wenn es ihr schlecht geht, dann sagt sie auch, dass es ihr schlecht geht. Und das ist, finde ich, auch gut so!

Speaker 1 [00:37:38] Und das ist mir gerade noch eingefallen, wenn sie jetzt von einem anderen Tag nicht mehr da wäre oder keinen Content mehr machen würde. Ja, wie würdest du das empfinden? Also würde dir das auffallen oder wie würdest du das da einschätzen?

Speaker 2 [00:37:53] Mir würde das wahrscheinlich so nach 1-2 Tagen auffallen, da würde ich mir wahrscheinlich Sorgen machen (lacht). Aber ich würde ihr nicht schreiben. (lacht) Ja, ist halt schon komisch, weil natürlich, du bist es halt gewohnt, dass sie immer irgendwas postet, jeden Tag und ich weiß auch, dass wenn sie sich zum Beispiel so eine Story-Pause nimmt, dass sie dann auch schon in der Früh Bescheid gibt, zum Beispiel, hey Leute, nur zur Info, ich habe heute Story-Pause. Das ist dann natürlich schon komisch, wenn sich jemand plötzlich von einem Tag auf den anderen nicht meldet und nichts postet.

Speaker 1 [00:38:25] Aber warum glaubst du, ist es so? Also warum glaubst du, dass es für dich dann komisch wäre, dass das dann plötzlich so weg wäre?

Speaker 2 [00:38:37] Weil man es halt gewohnt ist. Also ich würde jetzt nicht sagen, dass es so nahe ist, ich würde sagen, wenn du jeden Tag mit einem Menschen schreibst. Aber wenn du zum Beispiel jeden Tag mit derselben Person immer mit dem Bus fährst und wenn diese Person dann nicht mehr da ist, ist dann schon komisch. Aber ja, ich meine, es ist halt auch ein Job und das finde ich auch immer ganz spannend, denn der Influencer macht das ja wirklich 24/7. Ich denke mal, dass sich da viele Leute viel zu wenig rausnehmen. Und ich glaube auch wenn sie sagen, es macht dir Spaß, aber trotzdem ist es mit Arbeit verbunden. Und zum Beispiel die Sarah Harrison, die ja jetzt ein Baby bekommt, sie sagt, dass sie sich auch aus dem Wochenbett melden wird, wenn sie dann dort ist, wird sie auch weiter posten. Wo ich mir dann denke, ja, so ein bisschen Pause? Es ist halt trotzdem Arbeit und ich glaube, dass das schon super anstrengend ist.

Speaker 1 [00:39:25] Natürlich, ja.

Speaker 2 [00:39:26] Und ja wenn die das dann so zusammenschneiden und Content produzieren und so, ja voll. Aber auf jeden Fall wär's komisch, wenn sie auf einmal nicht mehr da wär. Da weiß ich schon.

Speaker 1 [00:39:40] Gut, also wenn du nichts mehr hinzuzufügen hast.

Speaker 3 [00:39:42] Nein, ich glaube nicht. (lacht)

Speaker 1 [00:39:44] Dann sage ich, danke, dass ich dich interviewen durfte. Und ich gebe die Masterarbeit ab im Oktober. Falls es dich interessiert, die Ergebnisse, dann kann ich dich gerne kontaktieren. Oder du schreibst mir. Ja, dann kann ich dich über den Ausgang.

Speaker 2 [00:40:03] Ja schön. Und danke. Sehr cool.

Interview 6

Speaker 1 [00:00:00] Gut ich habe die Aufnahme gestartet. Also ich sage danke, dass du dich bereit erklärt hast. Das Interview ist anonym und die Datenschutzerklärung habe ich dir schon gesagt und erklärt, dass schicke ich dir dann zu. Und genau, als erstes würde ich dich mal bitten, dass du mir dein Alter nennst und deinem Beruf.

Speaker 2 [00:00:19] Ich bin 25 Jahre alt und UGC Creatorin.

Speaker 1 [00:00:24] Okay, jetzt mal als Einstiegsfrage: Hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht und wenn ja, was ist dir dabei am meisten im Gedächtnis geblieben?

Speaker 2 [00:00:36] Ja, ich habe heute schon Zeit auf Instagram verbracht und ähm gute Frage. Ich habe heute ein Video hochgeladen. Ich hab drei verschiedene Profile und bei dem einen, das ist eben mein UGC Profil, wo ich eben Beispiel-Videos hochlade, die ich für Kunden gemacht habe oder einfach so Videos. Und heute habe ich ein Video hochgeladen von den Aufträgen, die ich im Mai hatte. Also quasi so ein Zusammenschnitt, also mehrere Clips aneinander gereiht und das ist mir eigentlich am meisten im Kopf geblieben und eine Konversation mit einer Kollegin.

Speaker 1 [00:01:23] Passt, genau jetzt würde ich dich bitten, allgemein einfach mal zu erzählen, wie dein alltäglicher Social-Media-Konsum aussieht, auch auf Instagram bezogen.

Speaker 2 [00:01:36] Wie viel ich auf Instagram bin, zirka, oder?

Speaker 1 [00:01:39] Ja, du kannst mir gerne erzählen, wie viel und was du am meisten machst auf Instagram, wie's einfach so aussieht am Tag.

Speaker 2 [00:01:48] Also eigentlich ist es so, dass ich schon recht viel auf Instagram bin. Wobei ich jetzt keine Influencerin bin, sondern UGC Creatorin, das heißt, ich erstelle Werbevideos für Marken und bin schon relativ oft online, weil ich fast täglich Videos poste, damit mich eben potenzielle Kunden sehen. Ähm, das heißt, wie ich darüber berichtet habe, lade ich natürlich das Video hoch und dann danach engage ich mit anderen und dass heißt,

ich kommentiere bei ihnen, like und schaue mir ihre Beiträge an oder zwischendurch schaue ich einfach Storys oder unterhalte mich auch mit anderen. Aber auf meinem privaten Profil bin ich gar nicht mehr so viel aktiv, ich schaue sonst halt auch ab und zu Reels einfach auch zur Motivation oder halt, um Neues zu lernen oder zur Inspiration, also ja voll eigentlich.

Speaker 1 [00:02:44] Ja und wenn du jetzt darüber nachdenkst, was sind Gründe, oder warum benutzt du Instagram? Und ja, du kannst mir ja noch irgendeine Situation nennen für Gründe, warum du es eben verwendest.

Speaker 2 [00:03:00] Also hauptsächlich eben damit Kunden auf mich zukommen und mir schreiben, dass sie Werbevideos von mir wollen. Das war auch schon oft der Fall, weil sie eben gesagt haben, dass sie durch mein Instagram Profil auf mich gestoßen sind und sich meine Videos angeschaut haben. Und dadurch ist dann eine Zusammenarbeit entstanden und natürlich auch voll zum Austausch mit anderen.

Speaker 1 [00:03:21] Und wenn du es jetzt noch mehr beziehst auf deinen privaten Gebrauch, also jetzt nicht nur aufs UGC, sondern privat, was sind da Gründe?

Speaker 2 [00:03:31] Ähm. Wie gesagt, ich bin gar nicht mehr so oft online auf meinem privaten Account, aber wenn, dann eigentlich nur mich zu informieren, also dass ich sehe, was meine Freunde gemacht haben oder wenn mir langweilig ist, dann schaue ich mir auch die Stories an. Ähm ja.

Speaker 1 [00:03:47] Okay. Jetzt kommen wir zum nächsten Themenblock, würde ich jetzt sagen. Ich würde dich bitten, dass du einfach mal für dich definierst, was du unter Wohlbefinden verstehst. Ganz allgemein.

Speaker 2 [00:04:04] Äh, dass ich mich gut fühle, dass ich zufrieden bin mit dem, was ich mache, was ich bin oder wer ich bin. Und ja (lacht), dass ich mich einfach gut fühle oder was meinst du?

Speaker 1 [00:04:22] Nein (lacht) du hast es eh schon gut gesagt, aber alles gut.

Speaker 2 [00:04:24] Ähm okay (lacht).

Speaker 1 [00:04:25] Und wenn du jetzt noch ein bisschen weiter denkst, was stellst du dir unter sozialem Wohlbefinden vor?

Speaker 2 [00:04:34] Ähm, naja, dass man sich mit Freunden austauscht, dass man eine gute Kommunikation hat, dass man füreinander da ist, aufeinander Rücksicht nehmen kann. Ja, und auch der Zusammenhalt..

Speaker 1 [00:04:55] Mhm und in deinem persönlichen Leben wodurch glaubst du, dass diese Vorstellungen, die du von Wohlbefinden hast, beeinflusst wurden? Und kannst du mir vielleicht Beispiele nennen?

Speaker 2 [00:05:08] Ja, ich würde mal sagen, durch meine Familie, wie ich aufgewachsen bin, dass man auch darüber spricht, wie man sich fühlt und auch irgendwie mit der Einstellung im Leben, dass man selbst sein eigenes Wohlbefinden beeinflussen kann. Sonst habe ich einiges an Büchern gelesen, auch bezüglich Persönlichkeitsentwicklung, was dann auch in die Richtung geht mit Wohlbefinden, wo man halt einfach ja über sich selbst nachdenkt oder so halt. Ja, wo man sich ändern kann, sag ich jetzt mal so, wie es mir einfällt. Aber ja, genau in diesem Falle ja, Instagram hat hier eigentlich nichts zu tun (lacht).

Speaker 1 [00:05:57] (lacht) Ja, so weit sind wir eh noch nicht. Ähm, passt jetzt zum nächsten Abschnitt. Was sind für dich nun persönlich Influencer und was verbindest du mit dem Wort Influencerin/Influencer?

Speaker 2 [00:06:14] Ich persönlich finde, Influencer sind halt einfach auf Instagram Menschen, die viele Follower haben und über ihre Stories hauptsächlich oder Beiträge Werbung machen und so halt andere Leute beeinflussen. Sie wollen, dass die anderen Leute diese Dinge dann kaufen. Also bei mir ist es mehr der Fokus, also ich habe das Gefühl, die Influencer machen halt die ganze Zeit Werbung ähm und wollen eigentlich ihre Sachen verkaufen. Wobei es natürlich auch Influencer gibt, die direkt so ihre Meinung sagen und was sie sich wünschen und dann andere, die damit auch inspirieren oder motivieren.

Speaker 1 [00:07:00] Und warum oder wodurch glaubst du wurden deine Vorstellungen da beeinflusst? Und du kannst mir gerne auch Beispiele nennen, was dir da so in den Kopf kommt.

Speaker 2 [00:07:09] Ja also wenn ich es zum Beispiel sehe. Ich folge kaum also eher wenig Influencern, weil ich das ehrlich gesagt eben ein bisschen nervig finde, wenn ich das Gefühl habe, dass sie nur oder halt sehr viel Werbung machen und das sehe ich dann, wenn dabei steht, ganz klein in der Ecke "Werbung" zum Beispiel oder PR oder sonst was, dass bei ihren Beiträgen Anzeige steht. Und dadurch, dass ich selbst UGC Creatorin bin, weiß ich einfach umso mehr, dass nicht viele oder alle eben hundert Prozent hinter diesen Produkten stehen. Oder auch wenn ich Produkte zum Beispiel teste für Firmen und dann Werbung mache, dann sagt man da auch bei einem Produkt, dass zum Beispiel das und das danach ist und dann deine Falten gehen weg oder whatever und so und deswegen ähm glaube ich halt auch jetzt nicht unbedingt, was diese Influencer dann sagen und verkaufen, wie sie es verkaufen, ob das halt stimmt. Es gibt aber eine Influencerin, der ich folge und sie macht halt zum Beispiel Home Workouts, das macht sie gratis und es gibt da so Pläne. Das finde ich zum Beispiel cool, weil ich mir da für mich was mitnehmen kann und ich nicht das Gefühl habe, dass sie irgendwas verkaufen will.

Speaker 1 [00:08:26] Okay, und ich meine, du hast es jetzt eh schon angesprochen, dass du nicht wirklich vielen Influencern folgst, aber ich würde dich jetzt bitten, mir eine Influencerin oder einen Influencer zu nennen, der du schon länger also mehrere Jahre und wo du halt regelmäßig den Content anschaust. Und es sollte bestmöglich im Lifestyle-Bereich sein und mehrere Hunderttausend Follower haben.

Speaker 2 [00:08:49] Ja, also ich folgte tatsächlich nur zwei Influencern und die einzige, von der ich auch ab und zu die Stories schaue, ist Pamela Reif.

Speaker 1 [00:08:59] Okay, passt. Ähm und wenn wir dann bei Pamela Reif bleiben. Warum hast du sie jetzt ausgewählt und warum ist jetzt in dem Sinne deine Lieblings-Influencerin? Erzähl mir gern mal anhand von ein paar Beispielen genau warum.

Speaker 2 [00:09:18] Weil ich bei ihr das Gefühl habe, ihr geht es nicht nur darum, dass sie eben die ganze Zeit was verkauft oder dass sie 10.000 Views hat. Ich meine, okay, es gibt viele verschiedene Arten von Influencer, natürlich, aber die, die mir jetzt sonst in den Sinn kommen sind meistens diese mit Anführungszeichen Barbies, die halt dann ständig irgendwelche Beauty-Op's haben oder so und ich glaub damit werden dann halt so viele Frauen beeinflusst, dass sie das halt auch machen wollen oder müssen. Also bei Pamela Reif habe ich halt das Gefühl, dass sie noch relativ natürlich ist. Natürlich ist es so, dass sie immer perfekt aussieht, aber ähm, ich kann mich halt mehr mit ihr identifizieren, weil sie Sport macht. Das mache ich auch. Ich mache eben ihre Home-Workouts. Sie postet diese Pläne alle zwei Wochen gratis und was ich auch cool finde, sind ihre Einstellungen, was sie halt ab und zu in ihrer Story postet, da habe ich eben das Gefühl, dass ich mich mit ihr ein bisschen identifizieren kann. Oder, dass sie einfach coole Einstellungen hat oder Vorstellungen im Leben. Zum Beispiel hat sie einmal etwas in ihrer Story gepostet und da hat sie sich Fische gekauft und war halt extrem happy darüber, obwohl es eigentlich nur so eine Kleinigkeit ist. Und was mir halt auch auffällt, ist eben, dass sie zum Beispiel nicht ihre teuren Designer Taschen dauernd präsentiert oder whatever, obwohl sie so viel Geld hat. Also ich hab mal das Gefühl, für sie sind andere Werte wichtiger und das finde ich schön.

Speaker 1 [00:10:48] Okay, und was oder inwiefern würdest du sagen, dass sie für dich persönlich wichtig ist? Und ja, also warum? Oder könntest du mir da vielleicht eine Geschichte erzählen oder Beispiele, warum oder inwiefern sie für dich persönlich wichtig ist als Person?

Speaker 2 [00:11:10] Sie ist mir nicht wichtig als Person.

Speaker 1 [00:11:13] Okay, ähm. Und warum denkst du so?

Speaker 2 [00:11:18] Weil ich sie nicht kenne (lacht), also ich hatte mit ihr auch noch nie Kontakt. Das einzige, was ich wirklich aktiv von ihr habe, würde ich sagen, sind die Workout-Pläne, die sind mir schon wichtig, aber naja, die könnte ich mir halt auch selber zusammenstellen (lacht).

Speaker 1 [00:11:29] Okay. Ähm. Und wie würdest du, oder hast du irgendeine Erfahrung oder eine Situation, die dir besonders im Kopf geblieben ist, wenn du jetzt an ihren Content denkst? Kannst du mir da vielleicht eine konkrete Situation schildern?

Speaker 2 [00:11:47] Was meinst du? Generell ist von ihr ? Also irgendwas, was mir im Kopf geblieben ist?

Speaker 1 [00:11:51] Eine für dich bedeutsame Erfahrung, die du gemacht hast, mit ihr oder wo du halt ihren Content geschaut hast.

Speaker 2 [00:11:59] Puh muss ich sagen, ehrlich schwierig, da gibt es nichts.

Speaker 1 [00:12:07] Auch nichts in die Richtung irgendwas, wo sie dir vielleicht mal irgendwas empfohlen hat oder etwas, was dir besonders dabei im Kopf geblieben ist, oder so?

Speaker 2 [00:12:16] Also nichts, was mir was tiefgründig bedeutet . Ähm, aber was mir jetzt noch einfällt. Also sie macht ja öfter Werbung für ihre Haar-Produkte, weil sie hat ja schon sehr schöne Haare, da habe ich schon ab und überlegt, sie zu testen, aber habs noch nicht gemacht, weil sie auch ihre ganzen Riegel zum Essen empfohlen hat und ich find sie stellt sie schon immer richtig lecker dar und auch schön. Und einmal habe ich mir so einen Riegel gekauft und den fand ich nicht gut und deswegen sehe ich da auch eher ab, ihre Produkte zum Beispiel zu kaufen.

Speaker 1 [00:12:57] Okay, passt. Ähm. Und hast du irgendwelche Erwartungen an sie, an ihren Content oder irgendwelche Ansprüche?

Speaker 2 [00:13:08] Nein. Also ich mache mir auch nicht so viele Gedanken über sowas und finde das jetzt schwierig zu definieren (lacht).

Speaker 1 [00:13:15] Also das heißt, du würdest sagen, dass du nicht, also wenn du jetzt den Content von einem auf den anderen Tag nicht mehr haben würdest oder sie eben nicht da

wäre, dann würde es dich nicht irgendwie beeinflussen oder das du da dir Gedanken machen würdest?

Speaker 2 [00:13:31] Hm nein, schwierig zu sagen, ob es mir dann überhaupt auffallen würde. Ich glaube, es würde mir gar nicht auffallen, einzig wenn ich dann nach zwei Wochen den Workout-Plan haben will und der nicht da ist, dann würde ich mir so denken, okay wieso kommt der nicht, was ist da los. Aber das ist das Einzige.

Speaker 1 [00:13:43] Okay. Und wenn du jetzt die über die Art der Kommunikation von ihr nachdenkst, wie sie mit ihren Followern spricht. Ähm. Wie schätzt du das ein? Oder was bewegt dich dahingehend, dir doch immer wieder ihren Content anzuschauen?

Speaker 2 [00:14:03] Dass sie halt manchmal Dinge in ihrer Story teilt, die nicht jeder so teilt. Oder eben bestimmte Ansichten, die vielleicht komisch sind, die eigentlich normal sind, aber halt in der Gesellschaft nicht so gezeigt werden. Und obwohl und gerade, weil sie dann eben so schön und perfekt mit Anführungszeichen ist, denke ich mir so, okay, cool, dass sie das dann durch ihre Art und dem Ganzen so zeigt. Weil das eben viele nicht machen und ja, mir fällt jetzt kein konkretes Beispiel ein, aber eben normale Sachen.

Speaker 1 [00:14:44] Also eher alltägliche Sachen, die sie zeigt?

Speaker 2 [00:14:45] Ja genau, sowas und das ist halt eher selten.

Speaker 1 [00:14:48] Gut Ähm. Würdest du in der Art und Weise, wie sie ihren Content aufbereitet und kommuniziert, zum Beispiel in ihren Stories. Also hättest du da jetzt etwas, irgendwelche Verbesserungsvorschläge oder würdest du dir irgendwie was anderes wünschen in der Art und Weise, wie sie genau mit den Followern kommuniziert?

Speaker 2 [00:15:15] Nein, ich finde, sie macht das sehr gut. Sie kann natürlich nicht den Leuten immer antworten, weil sie ja so viele Follower hat. Aber prinzipiell finde ich, wirkt es so, als ob sie die Leute zumindest mit einbindet, wenn sie manchmal nachfragt, bei Titelbildern, wollt ihr lieber das Bild oder das andere Bild. Sowas ist gut.

Speaker 1 [00:15:38] Okay, und hast du das Gefühl, dass du dich irgendwie in irgendeiner Art und Weise, ich meine, du hast es eh schon angesprochen, verbunden fühlst mit ihr? Oder, Ähm. Ja, genau.

Speaker 2 [00:15:53] Verbunden direkt, würde ich jetzt eben nicht sagen oder definieren, aber es gibt halt einige Punkte, wo ich meinen würde, dass wir schon die Dinge gleich sehen. Also mir kommt es so vor, als ob sie auch eher so ein Mensch ist, der so Momente genießt und so oder „Experiences over so material Things“. Und zum Beispiel, dass sie sportlich ist, bin ich auch. Aber ich weiß natürlich nicht, wie es wirklich ist, weil ich sie eben nicht wirklich kenne, nur von dem, was ich eben sehe.

Speaker 1 [00:16:37] Gut. Und hast du das Gefühl, dass sie es schätzt, dass du ihr folgst und dass sie das auch so wahrnimmt? Dass man dann Follower von ihr ist?

Speaker 2 [00:16:51] Ich glaube schon, ja.

Speaker 1 [00:16:53] Und warum glaubst du das?

Speaker 2 [00:16:57] Weil, wie gesagt, sie dann immer wieder solche Sachen macht, wo die Community mit Anführungszeichen halt doch abstimmen kann oder auch manchmal ein Q&A macht. Und ich glaube früher hat sie auch so Sachen gepostet, wenn sie so und so viele Follower bekommen hat oder halt so in einer Weiße, ich weiß nicht, sie hat nach jeder Million Follower dann einen Post gemacht, sich bedankt und generell wirkt es einfach so, finde ich von ihren Storys her, weil sie das Publikum mehr anspricht oder auch öfters irgendwelche Nachrichten repostet.

Speaker 1 [00:17:40] Okay, und du hast es vorher schon angesprochen, dass du noch nie mit ihr in Kontakt getreten bist. Und wenn du jetzt darüber nachdenkst, würdest du ihr vielleicht mal eine DM schreiben oder einen Kommentar schreiben. Oder steht das für dich gar nicht in Frage?

Speaker 2 [00:17:57] Ich glaube, jetzt wo du das sagst, dass ich doch, also ich habe ihr irgendwann mal was geschrieben. Irgendwas habe ich mal kommentiert, da hat sie aber nicht

geantwortet. Es war ihre Story, sie hatte irgendwas also eine Krankheit oder ja ich weiß es nicht mehr. Irgendwas. Und dann habe ich ihr einen Tipp gegeben. (lacht) Das ist aber schon länger her. Und dann habe ich nie eine Antwort bekommen, das weiß ich noch, aber ich weiß gar nicht mehr, was das war. (lacht)

Speaker 1 [00:18:24] Der Inhalt ist nicht so relevant, aber würdest du sie, in dem Fall auch, dass du das im Hinterkopf hast, dass sie nicht geantwortet hat also, würdest du sie nochmal kontaktieren oder eher nicht?

Speaker 2 [00:18:35] Weiß ich nicht, aber spontan eher nicht.

Speaker 1 [00:18:36] Und bezogen auf den Fakt, dass sie nicht geantwortet hat oder auch aus anderen Gründen.

Speaker 2 [00:18:43] Ich glaube, damals ich habe hier nur geschrieben, weil ich echt davon überzeugt war, ich weiß wie gesagt nicht mehr was war, aber das was ich ihr geraten habe, wirklich helfen könnte und das ist auch der einzige Grund, warum ich geantwortet habe. Aber sonst schreibe ich generell nie, weil ich mir einfach denke, dass sie keine Zeit hat, das überhaupt zu lesen. Ich sehe keinen Sinn darin.

Speaker 1 [00:19:04] Gut. Und? Hast du schon mal davon gehört, es gibt ja auf Instagram die Broadcast Channel.

Speaker 2 [00:19:13] Ähm.

Speaker 1 [00:19:14] Also weißt du zufällig, ob sie so einen Channel hat?

Speaker 2 [00:19:18] Ja, da bin ich auch drinnen. (lacht)

Speaker 1 [00:19:20] Okay, gut (lacht) und wenn du also, wenn du nun über das Tool nachdenkst. Was sagst du dazu? Also findest du, dass es eine gute Möglichkeit ist, noch mehr miteinbezogen zu werden oder warum bist du da drinnen?

Speaker 2 [00:19:41] Ich weiß eigentlich gar nicht, warum ich in dem Channel drinnen bin. Ich glaube, ich habe damals eine Benachrichtigung bekommen und bin dem einfach beigetreten. Und meistens öffne ich das jetzt nicht ständig aktuell, aber sie postet da die meiste Zeit irgendwelche Aktionen. Also ich habe schon länger nicht reingeschaut, aber jetzt fällt es mir gerade ein, heute habe ich in dem Chat gesehen, wieder irgendeine Aktion, die sie halt da rein postet, aber ich schau mir das nicht regelmäßig an. Letztens hat sie mal etwas geschrieben, das fand ich dann irgendwie wieder spannend und interessant, da ist mir jetzt auch eingefallen, was es war.

Speaker 1 [00:20:16] Ah ja, du kannst es gern sagen.

Speaker 2 [00:20:17] Ja, sie hat sich halt wachsen lassen. Und ich fand es einfach lustig, weil sie gesagt hat, es war halt schon länger nicht mehr der Fall, dass sie halt unten rum was gemacht hat und dass sie sich halt wachsen gegangen ist. Keine Ahnung. Ich fand es halt eben cool, dass sie einfach so dazu steht. Ist ja eh normal, sag ich mal und genau sowas ist dann halt cool und ja ich hätte mir gedacht, dass sie dann vielleicht Lasern geht, IPL oder sowas.

Speaker 1 [00:20:47] Gut, Passt. Genau jetzt kommen wir auch schon zum nächsten Themenblock. Wenn du jetzt an dein persönliches Leben denkst und an dein soziales Umfeld, würdest du irgendwie sagen, dass sie als Influencerin und ihre Themen in deinem Leben eine Rolle spielen, in deinem persönlichen Leben?

Speaker 2 [00:21:14] Naja, eigentlich nicht. Aber irgendwie schon (lacht), also dadurch, dass ich ihre Workout-Pläne benutze und fünfmal die Woche Sport mache, ist es halt schon da. Ich mache die Workouts, die sie auf YouTube hochgeladen hat. Aber trotzdem ist es nicht so, dass ich darüber nachdenke, also wenn ich diese Workouts zum Beispiel mache, denke ich jetzt nicht an sie. Klar, ich sehe sie, aber ich verbinde nicht eine Freundschaft oder irgendwas in die Richtung. Oder Verbundenheit.

Speaker 1 [00:21:45] Okay, Und, ähm. Wenn du an irgendwelche Ratschläge oder Anregungen von ihr denkst, für dein persönliches Leben. Hast du da schon mal von ihr was übernommen, was dir jetzt im Sinn geblieben wäre, wenn du eben an sie denkst? Also

abgesehen von irgendwelchen Produkten oder so, aber jetzt so Ratschläge fürs Leben oder irgendwelche Meinungen oder Anregungen.

Speaker 2 [00:22:14] Ich überlege grad. Ähm. Was mir jetzt grad in den Sinn kommt, ist, dass sie auch vor längerem einen Podcast rausgebracht hat. Und den habe ich mir angehört und da war glaube ich auch irgendwas, was ich ganz süß fand, dass sie halt gesagt hat, sie glaubt ganz fest daran, dass es den Richtigen gibt. Oder halt, ich weiß nicht, mehr oder weniger, dass sie darauf vertraut, dass alles so kommt, wie es sein soll. Und ich meine das glaube ich auch, aber irgendwie war ich damals an einem anderen Punkt und Single und da hat mir das dann auch irgendwie Mut gegeben, weil ich mir gedacht habe, sie ist halt eben so toll und schön und hat eigentlich alles, was man sich wünscht. Aber trotzdem hat sie keinen Freund gehabt. Aber das Vertrauen, dass sie das auch haben wird.

Speaker 1 [00:23:12] Okay hast du ähm, jetzt bezogen auf soziale Situationen oder soziales Umfeld ein Beispiel, wenn du jetzt mit einem Freund oder einer Freundin in einer Konversation stehst, kommt es da mal vor, dass du auch über redest oder dass sie zum Gesprächsthema wird. Fällt dir da irgendwie was ein?

Speaker 2 [00:23:35] Ja, schon, selten, aber es war schon mal der Fall. Zum Beispiel habe ich eine Bekannte hier auf Mallorca und ich war bei ihr zu Hause, weil ich was bei ihr gefilmt habe. Wir sind halt zufällig auf Pamela Reif gekommen, weil ich über ihre Workouts geredet habe. Und dann hat sie mir eben von diesen Haar-Produkten erzählt, dass sie sich die gekauft hat, die Pamela ja rausgebracht hat. Ja, und ähm, dann haben wir auch über sie geredet und über die Produkte. Und dann hat sie mir gesagt, sie findet die Produkte eigentlich nicht so gut, aber sie kauft sie, weil sie ihr vertraut. Das fand ich auch spannend.

Speaker 1 [00:24:14] Ah okay. Das heißt ja, du würdest schon sagen, dass die Themen, die sie vielleicht anspricht oder eben kommuniziert, dann doch irgendwo im Umfeld dann mal zu einer Konversation führen können oder halt einfach dort dann präsent sind.

Speaker 2 [00:24:27] Ja, würde ich schon sagen. Jetzt nicht oft, aber zum Beispiel, auch wenn ich erzähle, dass ich Sport mache oder whatever. Wenn mich irgendwer fragt, dann

erzähle ich auch von ihr und den Plänen. Also es ist nicht dauernd, dass über sie geredet wird, aber ihr Name kommt schon ab und zu vor.

Speaker 1 [00:24:48] Und kannst du mir erzählen, inwiefern oder ob du dich mit ihr vergleichst? Und ja, du kannst mir gern Erfahrungen oder Gedanken schildern. Inwiefern, warum und wie?

Speaker 2 [00:25:07] Vergleichen tue ich eigentlich absolut nicht mit ihr. Generell.

Speaker 1 [00:25:11] Okay, ähm und hast du vielleicht eine Situation, die dir einfällt, die dich dazu gebracht hat, die sie geschildert hat, dass du dein Verhalten und Wünsche von dir angepasst hast oder vielleicht verändert hast, weil sie eben Content dazu gemacht hat oder irgendwas in die Art kommuniziert hat.

Speaker 2 [00:25:41] Okay. Nein, eigentlich auch nicht so.

Speaker 1 [00:25:42] Und wenn du jetzt an irgendeine Verhaltensweise denkst, wurde da vielleicht irgendwas beeinflusst, langfristig, was du verändert hast oder vielleicht verändern würdest, wenn sie das eben in ihrem Content hervorhebt? Oder anspricht.

Speaker 2 [00:26:03] Fällt mir ehrlich gesagt auch nichts an.

Speaker 1 [00:26:07] Und das Thema, das wir vorher auch angesprochen haben, dass du die Workout-Pläne von ihr machst. Hast du, seitdem du die Workouts von ihr machst, eine Veränderung von deinem Sportverhalten beobachtet zu davor, wo es die Videos noch nicht gab oder ist es ähnlich?

Speaker 2 [00:26:28] Ich meine, ich habe davor auch Sport gemacht, aber halt im Fitnesscenter und hab dann als Corona begonnen hat mit ihren Home-Workouts begonnen und hab mir einfach gedacht, dass die zeitsparender sind weil ich nicht ins Fitnesscenter muss und wieder zurück. Also, so gesehen ja, was war die Frage jetzt nochmal, ob sie mich beeinflusst hat?

Speaker 1 [00:26:51] Ja, also in deinem Verhalten, jetzt auch auf den Sport bezogen.

Speaker 2 [00:26:53] Ja, im Sportverhalten schon würde ich sagen ja, weil ich mir einfach das nicht selber raussuchen muss. Es hat mich damals am Fitnesscenter eigentlich ziemlich genervt und das finde ich ganz angenehm, dass sie ja immer diese Workout-Pläne bereitstellt, weil ich dann einfach die Workouts machen kann und dann habe ich wenigstens Sport gemacht. Spaß macht es mir aber auch nicht wirklich. (lacht) Sag ich jetzt mal, aber es macht mir mehr Spaß als im Gym.

Speaker 1 [00:27:19] Passt. Und ja, wir sind jetzt eh schon fast am Ende. Hast du noch irgendwas, was dir jetzt vielleicht noch spontan einfällt zu dem Thema, zu Pamela vielleicht, was dir noch eingefallen ist, jetzt im Zuge des Gesprächs?

Speaker 2 [00:27:43] Eigentlich nicht. Ich frage mich nur, hm, also nein eigentlich nicht.

Speaker 1 [00:27:53] Okay. Alles gut. Ähm, ja, passt dann danke für das Interview, dass du dich bereit erklärt hast. Und wie gesagt, wenn die Ergebnisse dann vorhanden sind, kannst du dich gerne an mich wenden, wenn du wissen möchtest, was der Ausgang ist von der Forschung. Und ja, dann sage ich danke.

Speaker 2 [00:28:15] Ich sage auch danke.

Interview 7

Speaker 1 [00:00:02] Danke, dass du dich bereit erklärt hast, dass ich dich interviewen darf im Zuge meiner Masterarbeit. Das Datenschutzblatt hab ich dir schon gegeben, das hast du schon unterschrieben. Das Interview wird 30 bis 45 Minuten dauern, der Name wird nicht genannt und alles wird anonymisiert. Ähm, genau das habe ich ja schon vorab schon erwähnt. Das Thema sind parasoziale Beziehungen auf Instagram und ja, dann starten wir gleich mal los, als Einstieg würde ich gerne dein Alter wissen und dann deinen Beruf.

Speaker 2 [00:00:38] Also ich bin 24 Jahre alt und ich arbeite in der Gesundheits-und Krankenpflege.

Speaker 1 [00:00:45] Passt. Ähm. Hast du heute schon Zeit auf der App Instagram verbracht? Und wenn ja, ist sie da irgendwas Besonderes im Kopf geblieben?

Speaker 2 [00:00:54] Ja, ich verbringe sehr viel Zeit auf Instagram und ja, jetzt sind es im Moment halt sehr viele Werbungen auch, was mir aufgefallen ist. Aber sonst ist mir jetzt nichts Besonderes aufgefallen.

Speaker 1 [00:01:04] Okay. Ähm, nun würde ich dich bitten, dass du mir mal generell erzählst, wie dein Social Media Konsum aussieht. Besonders bezogen auf Instagram.

Speaker 2 [00:01:14] Also ich bin eher der zurückhaltende Mensch auf Instagram. Ich poste sehr wenig, wenn, dann ein oder zweimal im Jahr. Aber ich verfolge schon viele, das klingt immer so komisch (lacht), aber ich folge schon einigen Leuten auch Influencern eben und bin durch die Werbung auch teilweise sehr beeinflusst, dass ich irgendwelche Sachen kaufe, die ich auch auf Instagram finde. Und sonst ja, ich finde eigentlich immer interessant, wie Influencer ihr Leben damit finanzieren, dass sie durch soziale Medien, dass sie dadurch leben, also dadurch ihre Häuser kaufen und sich eigentlich ihr Leben leisten. Das finde ich ganz spannend, weil ich es mir selbst nicht vorstellen könnte.

Speaker 1 [00:01:54] Ist ja doch auch ein neues Thema, was aufgekommen ist in den letzten Jahren. Ähm, und jetzt würde ich dich bitten, dass du mir eine Situation vielleicht auch nennst oder generell Gründe, warum du soziale Medien nutzt?

Speaker 2 [00:02:12] Gründe hm ja ich nutze auch, um mit Freunden Kontakt aufzunehmen oder um neue Sachen eben kennenzulernen. Ich finde es auch zum Beispiel spannend in Kosmetik oder sowas. Findest du auch immer auf Instagram oder wenn eben Influencern folgst, die haben gute Tipps, teilweise und das ist für mich so ein Grund auf sozialen Medien zu sein und mich selbst teilweise zu teilen. Wie gesagt, ich mache das nicht so oft, aber wenn, dann mache ich das schon auch gerne.

Speaker 1 [00:02:39] Und jetzt zum nächsten Abschnitt, sozusagen jetzt mal abseits von Instagram und sozialen Medien. Was verstehst du für dich unter Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:02:52] Wohlbefinden ist für mich eigentlich, mit Menschen umgeben zu sein, wo ich einfach ich selber sein kann, mich nicht verstellen muss, ich aber auch, ich selber sein kann. Das ist für mich einfach Wohlbefinden. Und ja, anders könnte ich es nicht beschreiben.

Speaker 1 [00:03:13] Gut. Und wenn du jetzt noch einen Schritt weitergehst, was verstehst du unter sozialem Wohlbefinden?

Speaker 2 [00:03:25] Eben nicht nur Familie, sondern halt auch einfach mit Freunden unterwegs zu sein, oder das ich eigentlich auch nicht immer unterwegs sein muss, dass ich auch eben zu Hause mit Leuten sein kann, dort auch meinen Spaß haben kann und ja (lacht) Schwierige Frage.

Speaker 1 [00:03:43] Ähm. Glaubst du, also hast du vielleicht ein Beispiel, oder wodurch, glaubst du, wurden deine Vorstellungen von diesem Konzept sozialem Wohlbefinden beeinflusst?

Speaker 2 [00:03:56] (Denkpause) Hmm. Also ich mache zum Beispiel nicht gerne Sachen, die einfach, wo ich mich nicht wohlfühle. Zum Beispiel bin ich nicht gerne in der Höhe, das ist für mich so eine Sache, wo ich mein Wohlbefinden, egal welche Menschen da um mich herum sind, ich fühl mich einfach nicht wohl. Ja, das wäre für mich sowas, wo ich so sage.

Speaker 1 [00:04:18] Gut jetzt kommen wir eh auch schon zum nächsten Block. Du hast es vorher eh auch schon angesprochen. Influencer und Influencerinnen. Was ist für dich persönlich ein Influencer? Und was verbindest du mit dem Wort?

Speaker 2 [00:04:32] Das sind für mich Leute, die halt sehr viel auf den sozialen Medien machen, die für mich eigentlich rund um die Uhr verfügbar sind, wirklich ihr komplettes Leben teilen und eigentlich kaum Privatsphäre dadurch haben. Also für mich sind das Leute, die halt wirklich immer ihr Essen fotografieren, alles, was sie machen, deswegen wäre das für mich nichts einfach, weil keine Privatsphäre da ist. Du kannst nie, auch was weiß ich, im Gammel-Look oder so raus gehen und wirst dann gleich blöd angemacht oder wenn du einen Tag daheim verbringst ist das dann auch gleich komisch. Das ist für mich so ein Influencer, weil er einfach sich selbst repräsentiert und das ist auch für mich dieses Wort, Influencer, dass man einfach gut rüberkommt, dass man für andere Leute ein Vorbild sein will.

Speaker 1 [00:05:20] Und jetzt wieder kannst du mir vielleicht ein Beispiel nennen oder eben in eine Geschichte, wodurch du glaubst, dass deine Vorstellung vom Influencer beeinflusst wurde. Also ja.

Speaker 2 [00:05:36] Schwierig, also eben auch so Kosmetik oder was ich gesagt habe. Oder die eine Influencerin, die mir gerade in meine Gedanken kommt, die heißt Mutausrüche und die hat zum Beispiel auch viel erlebt hat, die Pille abgesetzt, hat Akne bekommen und einfach einige Ratschläge, die sie geben kann, wenn man wirklich Probleme hat und was es für Möglichkeiten für Frauen einfach so gibt und in gewissen Lebenssituationen halt einfach für einen da ist, quasi und immer wieder Fragen beantwortet und ja, das sind so Situationen wo ich mir denke, okay, cool. Oder sie hat so Probiotika

gezeigt oder einfach ja nur sowas zeigt, was man auch selbst als normale Person oder als Privatperson nutzen kann.

Speaker 1 [00:06:17] Okay, gut, du hast es eh schon angesprochen. Jetzt würde ich dich bitten, dass du mir deine Lieblings-Influencerin nennst. Am besten aus dem Makro- oder Mega-Bereich. Also eben mehrere 100.000 Follower, und wenn du das weißt, auch wie lange du ihr schon folgst.

Speaker 2 [00:06:33] Also sie heißt Mutausrüche, sie heißt Toni. Ich folge ihr seit drei Jahren circa und ich sag sie fasziniert mich eigentlich, weil sie so echt und einfach ist. Weil sie sich nicht verstellt und sie wirkt echt. Ich habe sie auch einmal schon live, also privat gesehen, und das war für mich auch, da hab ich sie direkt angesprochen, weil ich mir dachte, es muss gesagt werden, wenn jemand sympathisch rüberkommt, da bin ich halt so hingegangen, dann hab ich ihr gesagt, du wirkst für mich super authentisch alles und habe dann auch ein Foto mit ihr gemacht. Und das hat mich einfach voll gefreut, weil ich gedacht habe, sie wirkt einfach immer so extrem nett. Ich habe sie ihr meiner Mama jetzt auch schon gezeigt, die folgt ihr jetzt auch schon. Ja, und sie berichtet von ihrer Beziehung, von ihren Haustieren, von ihrem ganzen Lebensweg. Und ja, deshalb eigentlich.

Speaker 1 [00:07:23] Okay voll, ähm, wenn du jetzt an die Person denkst. Also warum hast du sie ausgewählt? Und warum würdest du genau sie jetzt als diese Influencerin beschreiben?

Speaker 2 [00:07:37] Also ich meine, sie wirkt voll authentisch. Sie wirkt einfach voll natürlich und behandelt genau die Themen, die ich eigentlich ganz spannend finde, die ich wichtig finde, dass man sie anspricht und nicht darüber schweigt. Eben auch mit diesem Thema, mit der Verhütung, Akne, das alles und womit so viele Frauen zu kämpfen haben und dass sie es auch offen anspricht. Und deshalb ist sie für mich eigentlich meine Lieblings-Influencer*in.

Speaker 1 [00:08:03] Okay, gut. Für dich persönlich, wie würdest du es, wie wichtig würdest du sie für dich persönlich einstufen?

Speaker 2 [00:08:14] Wichtig, hm eigentlich, ich kenn sie ja nicht wirklich. Also eigentlich kann ich nicht sagen, dass sie mir wichtig ist. Also natürlich, wenn etwas passieren würde, wär traurig, aber ich kenne sie nicht. Sie ist keiner meiner Freunde. Ja, schwierig zu sagen. Also ich find, sie ist trotzdem weit weg, auch wenn sie so authentisch wirkt. Sie ist trotzdem ein Mensch, der weit weg ist für mich.

Speaker 1 [00:08:38] Warum glaubst du also, warum also warte einen Moment. Ähm. Vergiss es. (lacht) Wenn du jetzt die Beziehung beschreiben würdest, die du zu ihr hast. Wie würdest du das schildern? Was für Gedanken hast du dazu?

Speaker 2 [00:09:12] Die Beziehung. Hm, es ist einfach diese typische Influencer-Follower-Beziehung. Das ist halt einfach so, ich bin für sie eigentlich ein, klingt zwar blöd, aber ein Niemand und eigentlich ich bin einer ihrer Follower, der ihre Sachen teilweise liked und womit sie auch ihr Geld verdient, also eigentlich bin ich, ihr Arbeitgeber, also ja, (lacht) wie soll ich das sagen. Ich weiß nicht, aber sie kann sich Sachen damit kaufen, weil ich ihre Sachen like. So was denke ich mir. Ist einfach so, naja Freundschaft? Weiß ich nicht, ist es nicht. Ich habe sie einmal gesehen, habe ihr ein Foto dann geschickt von uns. Also die Beziehung ist eigentlich eine sehr weit entfernte und wenn man das so sagen kann.

Speaker 1 [00:10:00] Und hast du irgendeine bedeutsame Erfahrung mit der Influencerin, die dir da jetzt ins Gedächtnis kommt, wenn du an sie denkst, die wirklich für dich bedeutend war?

Speaker 2 [00:10:14] Also schon wie ich sie gesehen habe. Weil ich habe immer wieder in ihren Stories gesehen, dass sie zu Supercycle geht und ich mache das auch. Und ich habe sie dann halt dort getroffen. Und das fand ich halt ganz cool, dass wir das gemeinsam gemacht haben, also ich am Rad neben ihr war. Das fand ich eigentlich ganz lustig, ähm dass ich sie

mal sehe, weil ich davor halt immer gesehen habe, dass sie das macht. Und das fand ich eigentlich schon voll den Zufall, ur lustig, dass wir im selben Kurs sind. Ja.

Speaker 1 [00:10:36] Und hast du spezifische Ansprüche an sie und hast irgendwelche Erwartungen von ihr? Also Erwartungen an sie?

Speaker 2 [00:10:48] Eigentlich nicht, weil ich mir denke, sie ist halt auch irgendwie nur ein Mensch, also wenn es ihr mal nicht so gut geht an einem Tag, verstehe ich auch wenn sie mal paar Tage ohne Instagram verbringt, also ich finde, das muss sie sich auch nehmen so als normaler Mensch. Weil man kann nicht andauernd immer nur gut gelaunt sein und ich finde, das zeigt sie auch ganz gut, dass sie halt auch nicht immer gut gelaunt ist, dass sie auch manchmal eben müde ist oder was weiß ich. Sie hat sich jetzt auch von ihrem Freund getrennt, das hat sie ja auch veröffentlicht. Und ja, also die Erwartungen habe ich einfach aber, dass sie trotzdem noch immer ehrlich ist, dass sie keine Produkte verkauft, also anprangert, weiß ich nicht, die jetzt nicht gut sind. Und ja, das sind eigentlich so meine Erwartungen.

Speaker 1 [00:11:32] Okay. Ähm. Wenn du jetzt an eine Situation denkst, wo du ihren Content schaust und an die Art der Kommunikation, die sie halt macht in ihren Stories zum Beispiel. Was bewegt dich dabei immer dazu, dass du wieder die Stories schaust, zum Beispiel? Oder immer wieder, dich halt der Person zuwendest?

Speaker 2 [00:11:56] Dann halt ihre Ehrlichkeit und einfach, dass sie immer ehrlich wirkt, es zeigt, wenn es auch mal nicht so gut ist oder ganz einfach ihr nicht so gut geht. Wenn der Sport anstrengend war, dass sie ehrlich ist und nicht sagt, boah, das war eh so leicht und so einfach, dass sie das noch irgendwie ehrlich rüberbringt. Dass sie immer wieder lacht, dass sie jetzt nicht irgendwie ja nicht grantig, nicht aggressiv ist, gar nix, sondern ja aber auch erklärend.

Speaker 1 [00:12:28] Mhm. Hast du für die Zukunft Wünsche an sie? Zum Beispiel wie sie weiterhin Content gestalten soll oder wie sie weiter kommunizieren sollte? Wünschst du dir da irgendwas?

Speaker 2 [00:12:42] Ich wünsche mir, dass sie genauso weitermacht. Dass sie sich nicht verändert. Dass sie, obwohl sie so viele Follower hat, trotzdem noch sie selbst bleibt, so ruhig, trotzdem noch immer nett ist, wenn man sie auf der Straße anspricht. Und das ist eigentlich das Wichtigste, was ich finde, was ein Influencer machen sollte und dann nicht negativ und so aggressiv gegenüber anderen sein sollte. Und ja, dass der Content genau weiterhin so ist, was sich in ihrem Leben halt gerade ergibt. Auch wenn sie mal nicht darüber reden will, dann verstehe ich das ja auch, weil ich will ja auch nichts über mein privates Leben so veröffentlichen. Ja, das sind so meine Erwartungen.

Speaker 1 [00:13:16] Und, ähm. Fühlst du dich, oder inwiefern fühlst du dich mit ihr verbunden? Also, was sind deine Gedanken dazu?

Speaker 2 [00:13:35] Verbunden mhm schwierig (Denkpause). Eigentlich verbunden, ja ich weiß nicht (lacht), halt, dass sie ähnliche Hobbys hat, dass sie eben auch gerne Sport macht, dass sie ein Haustier hat, dass immer wieder über Tiere berichtet, Stories darüber macht und ich halt auch einen Hund hab. Das verbindet uns auch irgendwie.

Speaker 1 [00:13:58] Also ähnliche Interessen.

Speaker 2 [00:14:00] Ja, auf jeden Fall.

Speaker 1 [00:14:02] Ähm, und das hast du vorher schon angesprochen. Hast du somit das Gefühl, dass sie dich wahrnimmt und dass sie es schätzt, dass du ihr folgst?

Speaker 2 [00:14:17] Eigentlich nicht, also sie bedankt sich schon immer, so ja, danke für die vielen Follower und danke, dass ich mir die Stories anschau. Aber wie gesagt, ich bin eigentlich eine von vielen. Also ja, das eine Foto habe ich ihr damals geschickt, da hat sie

sich bedankt und dafür hat sie mir dann auch geantwortet. Aber ja, das wird sie bei vielen machen. Ich fühle mich jetzt nicht besonders mit ihr.

Speaker 1 [00:14:42] Ähm, ich mein, du hast es jetzt vorher schon angesprochen, aber du kannst gerne noch mal mehr ins Detail darüber sprechen. Die Frage ist eben, ob du schon mal mit ihr in Kontakt getreten bist und dass du mir die Situation einfach noch mal schilderst und vielleicht zusätzlich noch außer dem Treffen, ob du schon mal online davor mit ihr in Kontakt treten bist. Also zum Beispiel per DM, Like oder die Kommentarfunktion.

Speaker 2 [00:15:11] Ähm, also ich habe sie eben, also ich war im Supercycle mit einer Freundin und habe sie am Rad neben mir gesehen. Ich habe mir gedacht, ich kenne sie von irgendwo, aber mir ist nicht sofort eingefallen, von wo ich sie kenne. Und dann waren wir halt fertig, sind wir halt rausgegangen und auf der Straße habe ich mir dann gedacht, okay, da habe ich zu meinen Freundinnen gesagt, ich kenne die halt von Instagram und ich habe gesagt, ich muss sie jetzt ansprechen. Mir ist es jetzt wichtig, dass ich ihr sag, dass ich sie sympathisch find. Und ja dann habe ich sie gefragt, bist du die Toni von Instagram und sie hat sich ur gefreut, dass ich sie angesprochen habe, dass ich ihr das gesagt hab und hab dann auch gleich gefragt, ob ich ein Foto mit ihr machen kann und wir waren beide extrem rot im Gesicht. Beide komplett verschwitzt, das war eh ur lustig. (lacht) Und ich habe ihr eben dieses Foto auf Instagram geschickt, wo sie dann geschrieben hat, wir zwei Tomaten (lacht) sie hat wirklich super nett geantwortet. Ähm, sonst davor bin ich eigentlich nie in Kontakt, also ich habe Beiträge geliked und auf Storys teilweise geantwortet, aber kommentiert habe ich es zum Beispiel nie. Ich habe danach, nachdem ich sie das erste Mal gesehen habe, dann auch auf eine Story geantwortet, worauf sie gar nicht reagiert hat, aber das war für mich auch so ja in Ordnung. Ja, war für mich voll okay.

Speaker 1 [00:16:28] Okay. Und wie hast du dich dabei gefühlt? Bei der Interaktion?

Speaker 2 [00:16:35] Ja, kurz habe ich so einen Teenie-Moment gefühlt. (Speaker 1 und Speaker 2 lachen) Man trifft irgendiwe sein sein Idol oder Vorbild ja ähm, halt einfach jemanden, der auf Instagram so beliebt ist und man selbst ist so gar niemand daneben. Und

das war halt einfach, da habe ich kurz gezittert und ja es war ur cool und ich hab mich einfach voll gefreut. Und ja.

Speaker 1 [00:17:01] Und jetzt nach der Erfahrung, würdest du nochmal, wenn du sie jetzt nochmal sehen würdest, würdest du sie nochmal ansprechen? Kontaktieren?

Speaker 2 [00:17:10] Ja, ich würde sie auf jeden Fall noch einmal ansprechen. Sie hat sowieso gemeint, dass sie jede Woche Mittwoch da sind. Sie hat gemeint, sie würde sich freuen, wenn sie uns wieder sieht. Das war wirklich total nett und ich werde sie auf jeden Fall nochmal ansprechen, wenn ich sie wieder sehen würde.

Speaker 1 [00:17:27] Okay. Weißt du, was auf Instagram ein Broadcast Channel ist? (Speaker 2 schüttelt den Kopf) Alles gut, dann erkläre ich es dir kurz, also es ist mehr oder weniger so eine Funktion auf Instagram, die ein Influencer halt machen kann. Da hat man dann im Chat so eine eigene Gruppe, aber nur wenn du der jetzt schon folgst und in die Gruppe einsteigst, dann siehst du private Nachrichten. Das ist mehr oder weniger so ein Tool, unter anderem auch für Influencer, die noch enger mit den Followern private Sachen austauschen wollen. Fotos, die nicht in die Stories kommen, oder zum Beispiel halt einfach nur Dinge, die wirklich Leute interessieren, die dann extra diesem Channel noch folgen. Das ist eine relativ neue Funktion, ähm, und wird eben genutzt, um halt einfach dann noch näher zusammenzurücken.

Speaker 2 [00:18:19] Ich meine ich habe das bei ihr schon mal gesehen und ich habe mich dann gefragt, was das ist, weil sie hat das dann in ihrer Story gepostet, dass sie sowas veröffentlicht hat. Ja.

Speaker 1 [00:18:27] Genau, weil die nächste Frage wäre eh, ob du weißt, ob sie so einen Channel hat.

Speaker 2 [00:18:31] Ich glaube schon. Ich glaube, dass ich genau das gesehen habe.

Speaker 1 [00:18:34] Und jetzt, wo du gehört hast, worum es ungefähr geht, würdest du da eventuell beitreten? Oder was sagst du?

Speaker 2 [00:18:42] Mhm nein, eigentlich. Mir reicht es eigentlich so. Also ich glaube, ich erfahre eh genug über sie.

Speaker 1 [00:18:52] Okay, passt dann zum nächsten Abschnitt. Was für, also wenn du jetzt über Ratschläge oder Anregungen für dein reales Leben nachdenkst, was kommt dir da in den Sinn, also Ratschläge, welche sie dir zum Beispiel gegeben hat? Oder gibt es Ratschläge, die sie gegeben hat, die sich ausgewirkt haben?

Speaker 2 [00:19:20] Ja also nicht so wirklich komplett Ratschlag, aber einfach so wie sie überkommt, eben da sie jetzt auch allein und Single ist, dass sie trotzdem auch alleine alles schaffen kann, eigentlich niemanden braucht, sondern sie hat eine neue Wohnung gefunden, dass man auch mal alleine stark sein kann. Ich meine, ich habe jetzt einen Partner, aber es ist trotzdem so, dass man auch als Frau alleine ein Möbelstück aufbauen kann, dass man alleine eine Lampe aufhängen kann. Einfach, dass man trotzdem selber alles erreichen kann und einfach nie aufgeben soll und ja, das sind so Sachen, die sie mir bisher so gezeigt hat.

Speaker 1 [00:19:57] Okay, gut, ähm und wenn du jetzt an dein persönliches Leben und dann dein Umfeld denkst, also dein soziales Umfeld. Würdest du sagen, dass sie in deinem sozialen Umfeld irgendwie eine Rolle spielt?

Speaker 2 [00:20:15] Nein. (Murmelt) würde ich eigentlich nicht.

Speaker 1 [00:20:18] Und würdest du sagen, dass sie also, dass du über sie sprichst? Oder dass sie oder ihr gezeigter Content irgendwie in sozialen Konversationen vorkommt?

Speaker 2 [00:20:31] Abgesehen davon, dass ich sie gesehen habe, nein. Aber sonst? Mhm also, mit meiner Mama habe ich immer darüber geredet, weil sie bauen, also sie haben ein Wohnmobil umgebaut und das habe ich meiner Mama erzählt, weil sie das auch auch

gemacht hat und ich ihr gesagt, schau dir das mal an, das könnte dich interessieren. Aber sonst.

Speaker 1 [00:20:48] Also wenn, ging es da wirklich dann eher darum, dass du, was sie gezeigt hat, von dem Inhalt den anderen weitergegeben hast, so auf die Art?

Speaker 2 [00:20:57] Okay, das habe ich schon gemacht, ja.

Speaker 1 [00:20:59] Und die Themen, die sie anspricht. Das hast du eh schon auch gesagt, dass diese Themen ja auch in deinem Leben eine Rolle spielen. Also würdest du sagen, die Themen sind dir sehr wichtig, die sie anspricht?

Speaker 2 [00:21:18] Ja, auf jeden Fall. Aber wir sind auch ungefähr im gleichen Alter. Also ich finde schon, dass auch so Freundschaften oder Liebe, ja, es kommt alles drin vor. Würde ich auf jeden Fall sagen.

Speaker 1 [00:21:32] Gut. Ähm. Jetzt würde ich dich bitten, dass du mir einfach mal erzählst, ob und inwiefern, wenn du dich mit ihr vergleichst. Also einfach die Situation schildern, ob das schon mal vorgekommen ist. Wenn du dich also mit ihr vergleichst.

Speaker 2 [00:21:54] Schwierig. Das Ding ist halt, ich würde eben nie so auf sozialen Medien so öffentlich sein, sage ich mal, ich könnte das nicht, ich würde das nicht wollen. Mein ganzes Leben, also, dass jeder über mich Bescheid über alles weiß, was in meinem Leben so los ist. Ich würde das zum Beispiel nicht wollen. Deshalb würde ich sagen, dass wir schon sehr unterschiedlich sind, was das betrifft. Ich würde meine Arbeit dafür nie aufgeben. Ich finde es toll, dass sie das kann, aber ich kann es halt einfach nicht. Und sonst? Vom Typ wirkt sie irgendwie schon sehr ähnlich, wie ich auch bin. Aber ich kann es einfach nicht sagen, weil ich sie einfach persönlich nicht kenne. Also das finde ich halt einfach ein bisschen schwierig, weil sie wahrscheinlich auch im öffentlichen Leben anders ist als auf Instagram. Und ja, schwierig, schwierig zu sagen.

Speaker 1 [00:22:41] Aber das heißt, du würdest schon sagen, dass du dich mit dir vergleichst, wenn du jetzt den Inhalt schaust?

Speaker 2 [00:22:47] Ja, schon auch. Also ich denke mir auch teilweise, sie hat ihre Wohnung cool eingerichtet und einfach so Sachen das hätte ich auch gerne und ja schon.

Speaker 1 [00:22:56] Aber ist es dann eher ein Vergleich, also würdest du dann eher sagen, das motiviert dich oder zieht dich runter oder?

Speaker 2 [00:23:05] Nein, auf jeden Fall positiv. Also kein Neid oder irgendwas, sondern eher ah so cool, das könnte ich mir jetzt auch, blöd gesagt, kaufe ich mir das dann vielleicht auch, aber dessen bin ich mir dann aber bewusst. Also sie macht's gut.

Speaker 1 [00:23:17] Okay, Ähm. Und jetzt will ich dich noch bitten, dass du mir eine Situation schilderst. Wenn du eine hast, wo sie dich dazu gebracht hat, dass du dein Verhalten änderst. Oder persönliche Wünsche zum Beispiel anpasst hast.

Speaker 2 [00:23:38] (Denkpause) Fällt mir nichts ein jetzt.

Speaker 1 [00:23:40] Nichts? Du kannst gerne noch ein bisschen länger nachdenken. Keine Wünsche oder irgendwelche Verhaltensänderungen, die sie mehr oder weniger angeleitet hat.

Speaker 2 [00:24:00] Nein, weil sie ja eigentlich auch nicht der Mensch ist, der sie wahrscheinlich öffentlich ist. Ich finde, das ist ein bisschen schwierig. Eigentlich nicht.

Speaker 1 [00:24:10] Okay. Das heißt, du würdest sagen, dass sie jetzt dein Verhalten auch nicht langfristig beeinflusst, zum Beispiel wie du manche Dinge angehst. Das heißt, du nimmst sie jetzt nicht her als Vergleich.

Speaker 2 [00:24:28] So als Vorbild oder so, hm eher nein.

Speaker 1 [00:24:31] Okay. Gut, dann sind wir eigentlich eh schon mehr oder weniger am Ende. Jetzt würde ich dich bitten, dass du nochmal in dich gehst und überlegst, ob du noch was zu den ganzen Themen zu sagen hast? Abschließend, wo du denkst, dass es vielleicht doch wichtig sein könnte.

Speaker 2 [00:24:54] Also ich finde dieses Thema super spannend und interessant. (Speaker 1 und 2 lachen) Das muss ich auf jeden Fall sagen. Und ich finde, man befasst sich auch sehr wenig damit, weil genau diese Fragen die du hattest, wie zum Beispiel mit dem Vorbild und ob sich mein Leben eigentlich durch sie verändert? Aber ich denke mir jeder so wie er ist und ich finde nicht, dass man sich durch so eine Person verändern muss. Ja, ist noch das, was ich sagen will.

Speaker 1 [00:25:18] Ja voll, das ist auch voll okay. Es ist auf alle Fälle ein sehr aktuelles und spannendes Thema., Ja, aber wenn du sonst nichts mehr dazu beizutragen hast, dann sage ich mal danke für das Interview. Und, ähm. Wenn du, also wenn es dich interessiert, wenn die Studie fertig ist und die Ergebnisse da sind, dann kannst du mich gerne kontaktieren und ich kann dir gerne vorlegen, was rausgekommen ist bei der Forschung.

Speaker 2 [00:25:54] Ja, gerne. Danke.

Speaker 1 [00:25:55] Danke schön.

Interview 8

Speaker 1 [00:00:00] Gut. Dann danke, dass du dich bereiterklärt hast, dass ich dich interviewen darf, im Zuge meiner Masterarbeit ähm das Datenschutzblatt, da hab ich dich ja aufgeklärt über die Anonymisierung und das Interview wird ungefähr 30 bis 45 Minuten dauern. Und genau das Thema sind soziale Beziehungen auf Instagram. Ähm, einleitend würde ich dich jetzt mal bitten, dass du mir deinen Beruf nennst und dein Alter.

Speaker 2 [00:00:33] Ich bin Angestellte, bei der Österreich Werbung also einen Bürojob im Marketing und bin 27 Jahre alt.

Speaker 1 [00:00:45] Ähm, gut. Hast du heute schon Zeit auf Instagram verbracht? Und wenn ja, ist er da irgendwas Besonderes im Kopf geblieben?

Speaker 2 [00:00:52] Ja, bestimmt und mir ist nichts Besonderes im Kopf geblieben. (lacht)

Speaker 1 [00:01:07] Nein, alles gut. (lacht) Generell, wie würdest du selber deinen Social Media Konsum beschreiben? Schildere mir gerne einfach mal so deinen Konsum und am besten auch bezogen auf Instagram.

Speaker 2 [00:01:17] Ich glaube, ich bin ein bisschen abhängig von Instagram. Andere Social Media Kanäle wie Facebook oder Snapchat eigentlich gar nicht. Vielleicht noch bei Likedin ein bisschen, aber Instagram auf jeden Fall am Stärksten. Und ich, ja (lacht) wenn ich nicht weiß, was ich zu tun habe, dann bin ich auf Instagram und schaue Videos oder so also schon sehr viel würde ich sagen.

Speaker 1 [00:01:47] Okay. Und warum nutzt du soziale Medien, insbesondere Instagram, und kannst mir gerne eine Situation nennen, die das besonders verdeutlicht?

Speaker 2 [00:02:00] Wie gesagt, meistens, weil ich nichts anderes zu tun hab, aus Langeweile. Nebenbei auch zum Beispiel neben dem Fernsehen, wenn es zu langweilig ist. Teilweise aktiv, um Rezepte zu suchen oder Inspirationen für, Outfits, Hairstyles, Make-up oder was auch immer. Aber meistens nebenbei oder auch am Weg zur Arbeit, wenn man

nichts anderes vorhat. Einfach wenn man das Handy in der Hand hält und dann automatisch die App öffnet.

Speaker 1 [00:02:41] Gut, jetzt zum nächsten Block sozusagen. Also jetzt ganz gedacht abseits von sozialen Medien und Instagram. Was würdest du für dich persönlich als Wohlbefinden definieren?

Speaker 2 [00:02:55] Mhm (Denkpause) wenn es mir gut geht, wenn ich gesund bin, wenn ich in einer Umgebung bin, die mir gut tut, wo ich keine Angst habe, was Falsches zu sagen oder schlecht auszuschaun, sondern einfach ich selbst sein kann.

Speaker 1 [00:03:19] Und einen Schritt weiter, jetzt noch im Zuge dessen. Was würdest du unter sozialem Wohlbefinden verstehen? Oder was verstehst du darunter?

Speaker 2 [00:03:33] Wenn ich irgendwo dazu gehöre und mich integriert fühl. Und weiß, worüber die Leute reden und was Thema ist und nicht das Gefühl habe, ich kann nicht mitsprechen oder ich fühle mich als Außenseiter.

Speaker 1 [00:03:57] Und hast du da irgendwie ein Beispiel oder ähm, wodurch glaubst du, wurden deine Vorstellungen unter diesem Term eben beeinflusst?

Speaker 2 [00:04:07] Unter sozialem Wohlbefinden. Mhm. Ähm. (lacht) Ich weiß nicht, ich glaube, jeder hat sich schon mal unwohl gefühlt, wenn es um ein Thema ging, wo man sich nicht auskennt, ob's jetzt Politik ist oder Wirtschaft. Und dann fühlt man sich nicht integriert in die Gruppe, wenn man nichts zu sagen hat, sondern steht nebenbei einsam und weiß nicht, worum es eigentlich geht.

Speaker 1 [00:04:59] Ja voll.

Speaker 2 [00:05:00] Genau.

Speaker 1 [00:05:01] Passt. Jetzt kommen wir zu dem eigentlichen Thema Influencern. Was ist für dich ein Influencer? Was verbindest du mit dem Wort?

Speaker 2 [00:05:18] Influencer sind für mich Personen, die irgendeinen Einfluss auf ihre Follower haben, die mit ihren Worten und Taten mein eigenes Tun beeinflussen. Und sehr viel Aufmerksamkeit bekommen, von mir oder von allen anderen Followern. Und das ist deren Job. Das manchmal auch schwer verständlich ist, dass das wirklich ihr Beruf ist, für den sie Geld bekommen.

Speaker 1 [00:06:01] Und hast du da auch ein Beispiel, was eben verdeutlicht, wodurch du diese Vorstellungen hast von einem Influencer oder von einer Influencerin.

Speaker 2 [00:06:13] Puh ja, es ist halt auch voll oft in den Medien, was oft auch negativ behaftet ist. Dass Influencer nicht wirklich was tun, sondern einfach, keine Ahnung, ihren Alltag filmen und dafür Geld bekommen und Aufmerksamkeit und so, also das ist irgendwie das, was bei mir so hängen bleibt.

Speaker 1 [00:06:44] Passt, jetzt würde ich dich bitten, dass du mir deine oder deinen Lieblings Makro- oder Mega-Influencer nennst, wie dieser heißt und wie lange du schon folgst? Eben bitte aus dem Lifestyle Bereich.

Speaker 2 [00:07:04] Mhm ich hab wem im Kopf. Also das ist die Emily Kopf. Sie heißt auf Instagram Emskopf. Ich folge ihr seit 2 bis 3 Jahren, seitdem ich sie im Fernsehen gesehen hab. Auf Netflix, besser gesagt. Genau.

Speaker 1 [00:07:23] Na, das war jetzt eh mal nur der Name und jetzt kannst du weiter ausführen.

Speaker 2 [00:07:32] (lacht) Ähm gut.

Speaker 1 [00:07:35] Also, warum hast du genau diese Person ausgewählt? Und warum würdest du eben sagen, dass sie deine Lieblings-Influencerin ist?

Speaker 2 [00:07:43] Also, ich hab überlegt, wer mein Lieblings-Influencer ist, aber ich glaube, ich habe bei jedem irgendwie was gefunden, was ich aussetzen würde, dass mir auf

die Nerven geht. Also ich folge diesen Leuten, aber trotzdem finde ich sie auf irgendeine Art und Weise nicht repräsentativ. Also am liebsten würde ich mir von allen ein bisschen was zusammenstellen, wenn ich mir jetzt den perfekten Influencer nehmen würde. Aber sie habe mich dann im Endeffekt genommen, weil ich ihr Leben cool finde. Ich schaue ihre Stories und Beiträge gerne, weil sie mich positiv beeinflussen, nicht wie bei anderen, das die dann irgendwie negative Auswirkungen haben auf mich. Also wo die natürlich Themen ansprechen, die dann vielleicht realistisch sind und eher negativ oder dass es ihnen schlecht geht, die dich dann selber etwas runterziehen, sondern es ist sehr positiv, finde ich und deshalb habe ich mich jetzt letztendlich für sie entschieden.

Speaker 1 [00:08:56] Okay, gut. Ähm, inwiefern würdest du jetzt von dir aus sagen, dass sie dir wichtig ist und aus welchen Gründen ist das der Fall oder eben nicht? Ja, du kannst mir gerne Beispiele nennen.

Speaker 2 [00:09:15] Also wichtig. Puh, also natürlich ist mir der Mensch eigentlich im Grunde genommen egal. Also es gibt niemanden jetzt, den ich nicht persönlich kenne, der mir wirklich wichtig ist. In dem Sinne, dass wenn ich sehe, dass es neue Storys gibt oder Beiträge, dass ich es mir gerne anschau, dass ich mich freue, beziehungsweise wie gesagt, ich schaue auf Instagram wenn mir langweilig ist und da gibt es auch Personen, die Stories posten, auf die ich nicht mehr drauf klicke, weil ich kein Interesse habe. Und wenn von ihr eine Story zum Beispiel da ist, schaue ich gerne nach, was sie so macht. Keine Ahnung, weil du einfach irgendwie Interesse hast, was sie in ihrem Leben so macht und was da so abgeht.

Speaker 1 [00:09:59] Und hast du irgendeine unter Anführungszeichen bedeutsame Erfahrung für dich mit ihr, also was dir jetzt in den Kopf kommt, spontan im Zuge des Contents und der Beziehung?

Speaker 2 [00:10:15] Ja, also sie hat einen Sohn und ich selber bin in einem Alter oder Beziehungsstatus, wo irgendwann Kinderplanung dann doch Thema wird. Und grad wenn dann Influencer Kinder haben, ist es für mich generell irgendwie schön zu sehen, ein tolles, süßes Kind, ein hübsches Kind (Speaker 1 und 2 lachen). Das findet man einfach ur süß. Und ich weiß, Kinder im Internet sind immer so ein bisschen Thema, aber irgendwie schaue

ich das gerne an bei ihr. Einfach wie sie das macht und sie ist einfach eine coole Mutter. So kurz gesagt.

Speaker 1 [00:11:01] Und im Zuge dieser Überlegungen, wie würdest du die Beziehung zu ihr beschreiben, die du hast?

Speaker 2 [00:11:12] Ich würde doch sagen, eher distanziert. Also wie gesagt, ich habe zu keinem Menschen, den ich nicht kenne, wirklich eine Beziehung in irgendeiner Art und Weise. Ähm, aber wenn, es dann doch heißt, irgendeine Person, der ich folge, die ich nicht persönlich kenne, geht es nicht gut und ist im Krankenhaus, keine Ahnung oder es ist etwas schief gegangen. Irgendwas ist passiert. Natürlich denkt man sich so, oh je, was ist da los? Ja klar hat man Mitgefühl. Aber, ich kann das schon distanzieren von Leuten, die ich wirklich persönlich kenne, die mir Familie und Freunde sind, die mir wichtig sind.

Speaker 1 [00:12:05] Okay, und hast du spezifische Ansprüche an die Person? Bzw. was für Erwartungen hast du an sie?

Speaker 2 [00:12:14] Wie gesagt, ich folge ihr hauptsächlich, weil sie gut drauf ist, weil sie ein cooles Leben führt und das sind auch meine Ansprüche eigentlich, dass sie auch so einen Content dann wiedergibt. Das da dieses Bedürfnis von mir befriedigt wird, dass ich dann selber besser drauf bin, nachdem ich das schaue oder dass ich selber wieder weiß wofür ich arbeiten gehe, damit ich mir so ein Leben leisten kann usw. Das sind dann meine Ansprüche an sie. (lacht) Das ich ja also das wiederfinde, was täglich kommt und was man deshalb erwartet.

Speaker 1 [00:13:02] Gut, dann weiter zur nächsten Frage. Ähm, wenn du die Art und Weise, wie sie auf Instagram kommuniziert, also zum Beispiel in den Stories, nachdenkst, was bewegt dich immer wieder dazu, dass du den Content schaust und du dich der Person sozusagen zuwendest?

Speaker 2 [00:13:25] Sehr locker und gelassen. Oder auch so in Situationen, wenn was schiefgeht, ist sie voll gechillt und das sind halt Eigenschaften, die ich gar nicht habe und die ich gerne hätte und gerade deshalb folge ich jemanden, der so ist. Weil ich mir denke, okay,

ich wäre gern so und du willst dir das anschauen oder dich selber weiterentwickeln zum Besseren. Und deshalb, glaube ich, schaue ich sie so gerne, weil ich dann einfach ein bisschen anschauen kann.

Speaker 1 [00:14:01] Mhm und hast du irgendwelche Wünsche oder, ähm, ja Wünsche in der Art und Weise, wie sie mit dir kommuniziert oder mit ihren Followern für die Zukunft?

Speaker 2 [00:14:15] Ja vielleicht ein bisschen themenmäßig, also Themen, die sie behandelt. Es ist immer das gleiche, Tag für Tag hab ich das Gefühl, was mich jetzt nicht gestört hat eigentlich die meiste Zeit, aber jetzt nach ein paar Jahren, merke ich halt dass sich das wiederholt also nichts Neues dazu kommt, dass da nichts irgendwann tiefer geht, sondern wirklich alles so auf einer Ebene ist und jeden Tag aufs Neue. Es kommt nichts Spannendes dazu, sozusagen nichts Neues dazu.

Speaker 1 [00:14:55] Okay. Inwiefern fühlst du dich mit ihr verbunden, wenn du an sie denkst? Was sind da deine Gedanken dazu?

Speaker 2 [00:15:20] (Denkpause) Mhm ich weiß nicht, ob ich mich verbunden fühle. Vielleicht doch, weil man halt das Gefühl hat, dass man die Person wirklich jeden Tag ein bisschen sieht, dass man sie kennt, wie eine Freundin und sich irgendwie ja verbunden fühlt im Sinne von, ich weiß, was die Person macht, aber logischerweise weiß sie nicht, was ich mach. Aber irgendwie hast du schon das Gefühl, es ist wie eine Freundin, die dir eine Sprachnachricht schickt, was sie heute so vorhat, aber ich denke jetzt nicht immer an sie, wenn ich jetzt nicht die Stories schaue. Aber irgendwie, wenn ich dann das nächste Mal das Handy aufmache und wieder Stories schaue, weiß ich okay, sie war diese Woche beim Arzt, keine Ahnung und jetzt ist sie schwimmen. Also irgendwie hast du schon immer wieder im Hinterkopf, was die Person so macht.

Speaker 1 [00:16:18] Ja. Gut. Hast du für dich persönlich das Gefühl, dass sie dich wahrnimmt und dass sie es schätzt, dass du ihr folgst?

Speaker 2 [00:16:30] Nein, ich glaube nicht, dass sie als Person Wert darauf legt. Also ich hab das Gefühl, dass ich bei anderen Personen, mehr das Gefühl habe, dass sie eher auf ihre

Follower achten und mehr Wert darauf legen, was sie von ihnen halten. Bei ihr ja, ich habe ehrlich gesagt nicht das Gefühl, dass es ihr wichtig ist, Personen kennenzulernen oder mehr über sie zu erfahren. Aber das ist für mich okay. Also spielt's für mich nicht so eine Rolle.

Speaker 1 [00:17:12] Okay. Bist du schon mal direkt mit ihr in Kontakt getreten? Also, ein Kommentar geschrieben, Likes oder eine private Nachricht.

Speaker 2 [00:17:24] Nein, bin ich nicht. Aber ich muss sagen, dass ich das generell nicht gemacht habe. Also maximal liken. Aber das ich was kommentiere gar nicht. Und dass ich eine private Nachricht schreibe, puh ganz, ganz selten. Und bei ihr noch gar nicht.

Speaker 1 [00:17:46] Und warum würdest du sagen, dass du das nicht machst? Hat das irgendwelche Gründe?

Speaker 2 [00:17:51] Ich weiß nicht, ich habe das Gefühl, dass das nicht so interaktiv mit ihr ist. Also, ich konsumiere, aber es gibt nichts, wo man antworten würde. Es gibt andere Influencer, die dann Fragen stellen, die dann mehr erfahren wollen. Wo du dann vielleicht etwas bei einer Abstimmung oder so anklickst oder in dieser Kommentarbox was schreibst. Aber wie gesagt, bei ihr habe ich nicht das Gefühl, dass sie da so Wert drauf legt.

Speaker 1 [00:18:18] Und würdest du dir wünschen, dass sie da mehr Wert drauf legen würde in Zukunft, oder?

Speaker 2 [00:18:26] Nein, eigentlich nicht. Eigentlich ist mir das, irgendwie bin ich froh, dass es so ist. Also ich möchte nicht, also nach einem anstrengenden Arbeitstag oder in der Früh in der U-Bahn, schaue ich mir das einfach an, ich möchte nichts schreiben, ich möchte jetzt nichts beantworten. Ich möchte einfach nur konsumieren, passiv (lacht), ohne dass ich darüber nachdenken muss oder dann eine Antwort für was finden muss, weil sie mich eine Frage fragt.

Speaker 1 [00:18:55] Das heißt, du würdest sie auch nicht kontaktieren in Zukunft?

Speaker 2 [00:18:59] Ich würde sie wahrscheinlich nicht kontaktieren, maximal vielleicht, wenn sie zum Beispiel einen Bikini trägt, der mir gefällt, dass ich dann frag woher. Das ist eh aber immer verlinkt. Also ja, da würde ich, glaube ich, eher nicht in Kontakt treten.

Speaker 1 [00:19:17] Danke. Ähm. Sagt dir der Broadcast-Channel auf Instagram was? Weißt du, ob sie einen hat?

Speaker 2 [00:19:28] Ich glaube, dass sie einen hat, aber ich bin bei keinem einzigen Channel Mitglied.

Speaker 1 [00:19:34] Okay, also.

Speaker 2 [00:19:36] Ja das ist mir dann zu viel. Das ist mir dann zu tief gehend. Also, es gibt so viele Personen, denen ich folge und dann auch die Stories, die gepostet werden und das ist mir einfach zu viel, da geht zu viel Zeit drauf. Deshalb bin ich von Anfang an dann bei keinem beigetreten. Ähm aber man kann ja auch, wenn die was verlinken, draufklicken ohne zu folgen. Also wenn die dann was posten in der Story, weil sie da irgendwas cooles gepostet haben, dann klicke ich da schon drauf und schau mal, was da passiert. Aber ich folge selber diesen Channel dann nicht, sondern gerne zurück und das war's.

Speaker 1 [00:20:29] Mhm (Denkpause) Kommen dir irgendwelche Ratschläge von ihr in den Sinn, wenn du über sie nachdenkst? Also für dein persönliches Leben?

Speaker 2 [00:20:36] Ja, tatsächlich. Sie ist auch sehr spirituell angehaucht, also die macht so Rituale also zu Neumond zum Beispiel oder, für jeden Tag in der Früh ein Tagebuch, wo sie ihre Gedanken reinschreibt, ist generell sehr positiv eingestellt, sie legt auch Wert aufs Sternzeichen und solche Sachen und hat so Heil-Kristalle, da kann ich mich nicht direkt identifizieren damit, aber trotzdem glaube ich, dass es im Unterbewusstsein irgendwo dann doch mitspielt, weil ich folge ihr ja genau aus diesem Grund, weil sie positiv ist und ich dass dann auch in Situationen finde, wo ich das gerne umsetzen würde. Wenn ich gerade dann dran denke und vielleicht eher nicht denke boah wieder alles blöd, sondern okay, kann schlimmer sein, ich sehe es jetzt auch positiv. Also ich glaube schon, dass irgendwie unterbewusst das dann Einfluss hat.

Speaker 1 [00:21:48] Ähm, wenn wir das jetzt noch ein bisschen weiterdenken und du an dein persönliches Leben jetzt denkst und dann dein soziales Leben. Vor allem würdest du sagen, dass sie und die Themen, die sie anspricht, auch in deinem sozialen Umfeld eine Rolle spielen?

Speaker 2 [00:22:08] Jein. Also ich kann mich eigentlich gar nicht identifizieren mit diesen Sternzeichen oder Kristallen oder so Mondritualen, also eigentlich im privaten sozialen Umfeld (Denkpause) hm, hab ich da gar kein Interesse daran. Also bin ich eigentlich komplett distanziert davon.

Speaker 1 [00:22:32] Und wenn wir zum Beispiel eine Konversation hernehmen mit Bekannten, Freunden, Familie, was auch immer, oder eine soziale Situation, kommt sie da vor? Manchmal oder ihre Themen?

Speaker 2 [00:22:47] Ja, schon, weil das halt schon Themen sind, die dann manchmal angeschnitten werden, auch wenn sie mich jetzt nicht persönlich interessieren, oder mich nicht betreffen, eigentlich in meinem privaten Leben. Aber da hab ich dann schon das Gefühl, dass ich mitreden kann, weil ich das halt von ihr kenne oder auch darauf vertraue, was sie da erzählt und dass ich dann schon das Gefühl hab, mich da auszukennen in dem Bereich, wenn ich mitreden kann, auch wenn es mich nicht betrifft, direkt. Also wenn ich das so sehe, ja, aber trotzdem hat man irgendwie was zu sagen dazu.

Speaker 1 [00:23:33] Okay gut und jetzt kommen wir eh schon zum letzten Abschnitt. Ähm, erzähl mir jetzt gern bitte, ob und inwiefern du dich mit ihr vergleichst und ob das passiert?

Speaker 2 [00:23:51] In gewisser Weise glaube ich schon. Also gar nicht so aufs Äußerliche oder so gesehen, sondern auf die Einstellung. Und ich glaube, das hat auch viel damit zu tun, weil sie ist ursprünglich Deutsche wohnt, aber in Ibiza und das ist einfach, glaube ich, was viele fühlen und sie hat einen Mann im Fernsehen kennengelernt und ihren Sohn eben. Und die haben also anscheinend so eine Happy Beziehung. Klappt alles super, alle sind gesund, alle schauen super gut aus. Also irgendwie schon natürlich, weil du bist dann doch, im Job von acht bis 17:00 Uhr und dann siehst du die Stories und du denkst dir, ich hätte auch gerne

ein Leben auf Ibiza mit meinem Boot dann die ganze Zeit herum fahren und mit meinem Kind am Strand chillen und nebenbei so Geld verdienen. Also eher in der Hinsicht, wie sie lebt und was sie dafür geleistet hat, aber nicht in der Hinsicht wie sie aussieht. Also vom optischen und körpermäßig.

Speaker 1 [00:25:06] Ähm. Und würdest du sagen, dass , wenn du dich in Situationen wieder findest, eben wo du dich vergleichst, also wie fühlst du dich da, eher positiv oder negativ, dass es dich eher runterzieht?

Speaker 2 [00:25:22] Ja, nein also auf jeden Fall positiv. Also deshalb folge ich ihr ja, weil das positiv ist und ich danach besser drauf bin und weil das mir irgendwie auch den Anreiz gibt oder diesen Sinn, warum ich arbeiten gehe, wenn ich mir halt auch ein Urlaub leisten möchte, dass ich da nach Ibiza fahre und am Strand chillen kann und also wenn, dann eher positiv.

Speaker 1 [00:25:46] Okay. Gibt es oder kannst du mir eine Situation nennen, in der sie dich dazu gebracht hat, dass du dein Verhalten änderst oder auch zum Beispiel persönliche Wünsche von dir angepasst hast?

Speaker 2 [00:26:05] Also wie gesagt, sie macht dieses Journaling, da der in der Früh immer, also sie schreibt ihr Tagebuch jeden Tag. Das mache ich zwar nicht, aber ich hab seitdem, ich kann jetzt nicht genau sagen, ob das wirklich durch sie war, wahrscheinlich generell mehrere Influencer, denen ich folge und dann gesehen habe, dass sie das machen. In der Früh zum Beispiel habe ich nicht mehr als erstes das Handy in die Hand genommen, sondern ich schreibe jetzt nicht das Tagebuch, das mache ich nicht. Aber erst Wasser getrunken, aufgestanden, mich fertig gemacht und erst keine Ahnung, erst wenn ich dann in der U-Bahn sitze aufs Handy geschaut und nicht schon wieder vorher im Bett gelegen und erst mal eine Viertelstunde durch Instagram gescrollt, gleich nach dem Aufwachen. Also das ist ein Beispiel, was ich geändert habe, seit ich ihr oder solchen Personen folge.

Speaker 1 [00:27:02] Und jetzt generell deine Gedanken, wenn du jetzt das in Betracht ziehst, auch das, zum Beispiel mit dem Handy. Würdest du sagen, oder inwiefern glaubst du dass sie oder eben andere Influencer dein Verhalten langfristig beeinflussen können?

Speaker 2 [00:27:25] Ich glaube auch, umso länger man vielleicht jemanden folgt, weil man es irgendwie cool findet, dass man dann wirklich was verändert, also das dauert seine Zeit, bist du wirklich merkst okay, die machen das regelmäßig und das ist eine Routine und nicht nur so eine einmalige Sache. Das dauert. Und ich glaube, wenn du das dann wirklich so aufgenommen und verstanden hast, dass es wirklich Sinn macht und du dann selber mit dir merkst, okay, es macht einen Unterschied. Das ist dann auch langfristig. Dass du das wirklich dann mitnimmst in die Zukunft und behältst, selbst wenn du ihr dann nicht mehr folgst, irgendwann, sondern weil du es dann einfach irgendwie in dem eigenen Leben integriert hast mit der Zeit.

Speaker 1 [00:28:12] Gut. Ähm, ja jetzt allgemein gefragt, hast du noch irgendwas, was du ergänzen möchtest zu den besprochenen Themen? Oder was dir jetzt noch einfällt, was du loswerden willst, geh gerne nochmal in dich und überlege.

Speaker 2 [00:28:29] Ich glaube, wenn man diese Influencer sieht, dass man auch den Gedanken hat, dass man es selber gerne machen würde. Oder dass man sich fragt warum bin ich nicht ins Fernsehen gegangen und berühmt geworden? Äh, aber ich zumindest will nicht länger darüber nachdenken, also weiß ich, dass ich das nicht wollen würde. Mein Privatleben so öffentlich darzustellen und das da jeden teilhaben zu lassen daran. Also, das war zumindest oft ein Gedanke von mir. Okay, warum mache ich das nicht einfach auch. (lacht)

Speaker 1 [00:29:08] Ja voll. (lacht)

Speaker 2 [00:29:10] Aber damit habe ich mittlerweile abgeschlossen. Da weiß ich, dass ich nicht die Richtige dafür wäre. Ja.

Speaker 1 [00:29:18] Ja, ich glaube auch nicht, dass jede Person für das gemacht ist.

Speaker 2 [00:29:22] Das glaube ich auch nicht.

Speaker 1 [00:29:24] Aber gut, wenn hier nicht noch irgendwas sagen möchtest, was du loswerden willst, dann sage ich schon mal danke für das Interview. Ähm ich kann dich gerne

wissen lassen, wenn die Arbeit fertig ist und dich dann aufklären über die Ergebnisse, wenn dich das interessiert. Wenn die Studie dann ausgewertet ist.

Speaker 2 [00:29:59] Sehr gerne, das würde mich wirklich interessieren.

Speaker 1 [00:30:01] Dann sage ich danke.

Speaker 2 [00:30:03] Danke schön.

11.5. Datenschutzerklärung



Datenschutz

im Projekt „Virtuelle Verbundenheit: Näher am Influencer - näher an sozialem Wohlbefinden?“

In diesem Forschungsprojekt, im Zuge meiner Masterarbeit, geht es um Lifestyle-Influencer*innen auf Instagram, deren Follower*innen und wie parasoziale Beziehungen auf der Seite der Rezipient*innen erlebt werden. Zudem soll analysiert werden, welche Aspekte zu weiterem Bestehen solcher Beziehungen führen. Dafür führe ich Interviews mit jungen Frauen in Wien (21-30) durch. Dabei interessieren mich nicht nur die Motive, Erwartungen und Gedanken, die während des Interviews aufkommen, sondern auch inwiefern die Follower*innen einen Einfluss auf ihr soziales Wohlbefinden durch die Beziehung zu ihrem/r Lieblings-Influencer*in wahrnehmen.

Die Befragung wird von einer Studierenden des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien durchgeführt.

Ziel ist es, vertieftes Wissen zu parasozialen Beziehungen auf Instagram auf Seite der Follower*innen zu erheben und auszuloten, welche Aspekte hier besonders hervorgehoben werden. Deshalb möchte ich dich zu deiner*m Lieblings-Influencer*in (Makro- oder (Star) Mega-Influencer*innen: mehrere Hunderttausend Follower*innen bis zu einer/mehreren Millionen Menschen) auf Instagram befragen, um Gedanken, Einschätzungen, eventuelle Erwartungen sowie Wünsche zu erheben.

Mich interessiert Deine persönliche Meinung und Erfahrung! Ich bin sehr dankbar, wenn Du Dir ca. 30-45 Minuten Zeit nimmst, um mit mir darüber zu reden. Die Teilnahme ist freiwillig, anonym und macht jedenfalls Sinn. Deine Angaben werden anonym ausgewertet und können nicht auf Dich persönlich zurückgeführt werden!

Für Rückfragen kannst Du Dich gerne per E-Mail oder telefonisch an die Leiterin der Studie wenden: Assoc. Prof. Dr. Gerit Götzenbrucker (gerit.goetzenbrucker@univie.ac.at)

Datenschutzmitteilung

Der Schutz deiner persönlichen Daten ist mir bei dieser Befragung ein besonderes Anliegen. Deine Daten werden daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Diese Befragung wird im Rahmen einer Masterarbeit an der Universität Wien erstellt. Die Daten können von der Lehrveranstaltungsleitung für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art 89 Abs 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortlichen an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkungen der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Wenn Du Fragen zu dieser Erhebung hast, wende Dich bitte gern an die Verantwortliche dieser Untersuchung: Telefonisch 0664/6027749381 oder per E-Mail an Assoc. Prof. Dr. Gerit Götzenbrucker (gerit.goetzenbrucker@univie.ac.at)

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wende Dich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

11.6. Abstract Deutsch

Das Thema der vorliegenden Masterarbeit ist die Untersuchung von parasozialen Beziehungen zwischen Lifestyle-Influencer*innen und ihren Follower*innen. Es steht im Vordergrund, wie diese von den Nutzenden erlebt werden und welche Motive, Wünsche und Erwartungen an diese Beziehungen dahinterstehen. Es wurde zudem analysiert, welche Aspekte dazu führen, dass parasoziale Beziehungen weiter bestehen und inwiefern die Art der Kommunikation einerseits und das Engagement der Nutzer*innen andererseits eine Rolle spielen. Zudem soll aufgegriffen werden, ob und inwiefern die Follower*innen einen Einfluss auf ihr soziales Wohlbefinden durch die Beziehung zu ihrem/r Lieblings-Influencer*in wahrnehmen. Demnach wurden in dieser qualitativen Forschungsarbeit die Gedanken und Geschichten der Nutzer*innen näher beleuchtet und in der Tiefe analysiert.

Im Fokus dieser Masterarbeit stehen und Macro- und Mega(Star)-Influencer*innen auf der Social-Media-Plattform Instagram. Zudem werden aktuelle Studien und Forschungsarbeiten zu den Themen Instagram, Influencer*innen, parasoziale Interaktionen und Beziehungen sowie dem (sozialen) Wohlbefinden vorgestellt.

Stichworte: Parasoziale Beziehungen, Lifestyle-Influencer, Follower-Motive und -Erwartungen, erlebtes soziales Wohlbefinden

11.7. Abstract English

The topic of this master's thesis is the investigation of parasocial relationships between lifestyle influencers and their followers. The focus is on how these are experienced by the users and what motives, wishes and expectations of these relationships are behind them. It was also analyzed which aspects lead to the continuation of parasocial relationships and to what extent the type of communication on the one hand and the engagement of the users on the other play a role here. In addition, the extent to which followers perceive an influence on their social well-being through the relationship with their influencer will be analysed. Accordingly, the thoughts and stories of the users were examined more closely and analysed in depth in this qualitative research work. This master's thesis focuses on macro and mega (star) influencers on the social media platform Instagram. In addition, current studies and research on the topics of Instagram, influencers, parasocial interactions and relationships as well as (social) well-being are presented.

Keywords: Parasocial relationships, lifestyle influencers, follower motives and expectations, experienced social well-being