

Irene Fenzl: Nymoen, Ole/Schmitt, Wolfgang M. (2021). Influencer. Die Ideologie der Werbekörper. Berlin: edition suhrkamp. 192 S., 15,00 €.

Beitrag aus Heft »2021/04 MedienBildung für nachhaltige Entwicklung«

Gemeinsam in Kontakt bleiben, auf dem neuesten Stand sein und sich selbst im Netz präsentieren – dies sind einige Gründe, warum viele Personen Soziale Medien nutzen und sich täglich aktiv mit ihnen beschäftigen. Soziale Medien, wie beispielsweise Instagram und YouTube haben sich jedoch seit Beginn ihrer Gründung verändert, manche Kanäle konnten in kurzer Zeit eine hohe Abonnent*innen- oder Follower*innen-Zahl generieren. Dies nutzten die Betreiber der Plattformen und vor allem Unternehmer*innen auch zur Bewerbung von Produkten. So entstand im Laufe der Zeit eine neue Form der Werbung durch Influencer*innen. Ole Nymoen und Wolfgang M. Schmitt haben sich dieser Thematik in ihrer Publikation angenommen. Neben den wirtschaftlichen Faktoren des ‚Influencer*innen-Lebens‘ beschäftigen sie sich vor allem mit den kulturellen und politischen Auswirkungen, die durch den veränderten Werbekonsum entstanden sind. Die Autor*innen legen einen genauen Blick auf den Ursprung und die Herkunft der Werbung im Unterhaltungsbereich und stellen dies in Zusammenhang mit dem Kapitalismus. Zudem werden die Rolle der Betreiber der Plattformen und das Zusammenspiel mit Unternehmen und Influencer*innen behandelt. Die Auswirkungen der Werbung durch Influencer*innen auf gesellschaftliche Themen, wie beispielsweise Körper-, Männer- und Frauenbilder, werden durch die Autor*innen ausführlich dargestellt. Zudem spielt die Kommunikationsform der Influencer*innen mit den potenziellen Konsument*innen in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle. Ihre Argumentationslinie belegen die Autor*innen anhand von vorhandener Literatur und Theorien zum Thema. Fiktionale Geschichten holen den*die Leser*in zu Beginn jedes Kapitels ab. Bei der Lektüre wird schnell deutlich, wie kritisch die Autor*innen die Entwicklung auf den Social-Media Plattformen sehen. Aber auch die eigene Reflexion des Themas wird durch die zahlreichen Fakten angeregt.