

Instagram

Das Leben eines Influencers

Wie eine Bloggerin aus Frankfurt arbeitet

Von Alexandra Brandauer

Frankfurter Bloggerin Julia* sitzt in einem Café im Frankfurter Nordend. Große, bunte Lampen hängen an der Decke, der Kellner flitzt an den Tischen vorbei. Während sie auf einen Milchcafé mit Kokosmilch wartet, checkt Julia ihre Nachrichten auf Instagram. Sie hat lange braune Haare, trägt einen Pullover mit floralem Motiv und wirkt sportlich. Julia ist eine sogenannte Influencerin und hat rund 80.000 Follower auf Instagram. Leute, die viele Follower haben und so andere mit ihren Fotos beeinflussen können, werden Influencer genannt. Unternehmen kooperieren mit ihnen, um ihre Produkte zu präsentieren. Auch Julia nutzt die Möglichkeiten von Instagram. Sie schreibt unter anderem über Sport, Essen und Lifestyle.

Wenn Julia ein Bild postet, dann steckt auch manchmal eine Kooperation dahinter. Sie stellt zum Beispiel einen Fruchtjoghurt neben eine Frühstücksschale und markiert den Firmennamen auf dem Bild. „Man kann Instagram nutzen, um sich etwas Taschengeld nebenbei zu verdienen, sofern man die Reichweite hat“, erklärt Julia und nimmt ihren bestellten Kaffee entgegen.

Firmen senden der Bloggerin häufig Anfragen für Kooperationen. Auch Influencer-Agenturen schreiben Influencer an, um Verträge auszuhandeln. „Manche leben sogar vom Bloggen“, sagt Julia, und freut sich. Dafür spielt die Followerzahl eine wichtige Rolle. „Der Bereich ist total am Wachsen“, erklärt sie. Man könne auch „Firmen anschreiben, wenn man etwas Besonderes will“. Mit bestimmten Apps finden Influencer zum Beispiel Restaurants, in denen sie kostenlos essen können, wenn sie ein Foto vom Essen auf Instagram posten. „So bietet man Followern einen Mehrwert und kann ihnen bestimmte Cafés und Restaurants in Frankfurt empfehlen“, sagt sie.

Restaurant- und Caféempfehlungen kämen bei den Followern besonders gut an. „Ich möchte aber nicht, dass mein Account ein reiner Werbeaccount wird, deswegen lehne ich auch manche Kooperationen ab“. Ihr sei es wichtig, authentisch zu bleiben und gute Inhalte zu liefern.

Im Café hat Julia ihren Milchkaffee mit Kokosmilch schon fotografiert. Sie tippt einen Text in ihr Handy. Wenige Sekunden später ist das Foto des Kaffees auf ihrem Instagram Account zu sehen.

Julia findet, dass die soziale Plattform „ein Sprachrohr für viele Themenbereiche ist und einen facettenreichen Austausch ermöglicht.“ Mit ihren Bildern und Texten erreicht die junge Frankfurterin Zehntausende, und lässt sie so an ihrem Leben teilhaben. Viele seien davon fasziniert, einen Einblick in den Alltag anderer zu bekommen. Auch die Stories, die aus kurzen Videos oder Bildern bestehen, kämen gut bei der Community gut an. „Ich denke, dass diese Faszination vor allem an dem technischen Fortschritt liegt und man früher schlicht nicht die Möglichkeit hatte jemanden, auf diese Weise täglich zu begleiten“, sagt sie.

Julia schaut selbst oft nach Rezepten auf Instagram und finde dort auch „Inspiration.“ Außerdem gefalle ihr der „soziale Austausch“, Kontakte knüpfen und Gleichgesinnte kennenlernen.

Es gebe aber auch Schattenseiten. „Auf den sozialen Medien mischen viele Stimmen mit, dadurch entstehen krasse Diskussionen“, sagt die Bloggerin. Sie müsse sich etwa mit unangebrachten Kommentaren auseinandersetzen. „Man ist halt eine Person des öffentlichen Lebens.“ Oft würden Follower auch denken, dass man mit ihnen befreundet sei. Julia möchte Vorbild sein, für junge Menschen, die die App häufig nutz-

ten. Dabei versuche sie, nicht nur perfekt inszenierte Fotos hochzuladen. Sie postet auch Schnappschüsse und Aufnahmen aus dem echten Leben.

„Als ich meine Frühstücksschüsseln vor vier Jahren fotografiert habe, habe ich nicht damit gerechnet, dass sowas daraus entstehen kann“, sagt sie. Es ist mittlerweile weit mehr als ein Hobby.

*Name wurde von der Redaktion geändert