

Die Creator Economy ist ein neuer Wirtschaftsbereich, der durch Social Media ermöglicht wurde. Darin werden „Content Creator“ wie Künstler, Musiker oder Personen aus anderen beruflichen Hintergründen für ihre Beiträge entlohnt. Influencer, was sich von englisch „to influence“ = „zu beeinflussen“ ableitet, nutzen ihre generierte Reichweite, um über Produktwerbungen zusätzlich Geld zu erwirtschaften. Dafür oder dadurch nehmen sie Einfluss auf das Konsumverhalten ihrer Zuschauer. Durch die häufige Benutzung des Wortes wird es aber mittlerweile als Synonym für jegliche Art von Content Creator genutzt.

Wichtig ist, sich den psychologischen Effekten bewusst zu werden und jeden Influencer immer kritisch hinterfragen zu können und zu müssen. Wichtig ist dabei, das Erkennen von versteckter Werbung, problematischer Inhalte oder Tendenzen bewusst zu werden. Gefahren können durch die verzerrte Darstellung der Gegenwart, unangemessene Inhalte, oder Vorleben veraltete Rollen- oder Körperbilder entstehen. Zudem kann es zu politischer Radikalisierung kommen oder unterschwellig ein Kaufdruck für übertriebene Produkte aufgebaut werden. Wichtig ist auch die Bewusstmachung, ob eine reelle Person oder eine virtuelle Figur Inhalte generiert und ob die Inhalte als Werbung oder als Alltag dargestellt werden.¹

. Das Influencer-Marketing nutzt verschiedene psychologische Effekte²:

- Mitläufer-Effekt
 - das Leben der Influencer wird als Wegweisung zum eigenen Leben ernannt
 - im Extremfall auch gegen die eigenen Überzeugungen
- Autoritäts-Bias
 - Influencer gelten als „Experten“ und damit besonders vertrauenswürdig
 - Mit mehr Followern steigt auch dieser Effekt
- Identifikationstheorie
 - Influencer können als Identifikationsfiguren auftreten
 - ➔ Aufbau von (emotionaler) Bindung an die Gruppe
 - ➔ Anpassung der eigenen Werte und Normen die der Gruppe
 - Effekt wird durch Regelmäßigkeit von Posts, Auftreten und Community-Nähe verstärkt
- Heuristiken
 - Menschen kürzen Meinungsbildungsprozesse wegen Zeit oder Kognition ab
 - Gegen eigene mentale Arbeit wird auf Influencer vertraut
 - ➔ Keine Umfassend eigene Recherchen und Produktkritik
- Ankereffekt

¹ Vgl. <https://www.klicksafe.de/influencer/problematische-inhalte-bei-influencern> (07.08.26, 2017)

² Vgl. Nußbaum, C. & Potthoff, J. Influencer- Macht, Marketing und Manipulationen, IW Köln, 2024, S. 14f.

- Meinung von Influencern wird als Referenzpunkt für weitere Optionen genommen
- Gefahr, dass Alternativen nicht berücksichtigt werden
- Confirmation Bias
 - Bevorzugung von Informationen und Meinungen, die die eigene Haltung bestätigen, als Alternativen
 - ➔ Entstehung von „Echokammern“, wobei konträre (politische) Inhalte dem Nutzer nicht mehr angezeigt werden.
 - ➔ Zunehmende Polarisierung
 - Gegenmeinungen werden tendenziell weniger objektiv bewertet
 - Influencer stärken ihr Vertrauen durch Bestätigung in den Communities
- Konsistenzprinzip
 - Menschen bleiben ihrer Meinung treu
 - ➔ Vermeidung kognitiver Konflikte
 - ➔ Gefühl von Harmonie und Sicherheit
 - Im Extremfall kann die Meinung erhalten bleiben, auch wenn neue Informationen oder Quellen verfügbar werden

Beispiele für Influencer:

Negative Beispiele

- Alpha-Male-Bewegung
 - @cbum
- Verbreitung falscher Fakten
 - @zukunftsgesund
 - @exiled.medic.de (Verschwörungstheorien)
- Medfluencer Fake-Krankheit
 - @alina.walbrun „Postvirale nasale Hypersensibilität“³

Positive Beispiele

- Aufklärung
 - @lorenz.seeger (Politik)
 - @ilyas.men.advice (Vorurteile)
 - @hanagabriel (Rettungsdienst)
 - @lenaslogik (Gegenrede zu @zukunftsgesund)
- Detox von Beziehungen

³ Vgl. <https://www.welt.de/iconist/gesellschaft/article6a6c8e8e5aee44c118a9509e/medfluencer-was-dieser-fall-ueber-mezizin-influencer-auf-instagram-verraet.html> (Stand 07.08.2026, 19:39)

- @radmartin

Beispiel einer Analyse eines Influencers

@hanagabriel

Bezug auf: <https://www.instagram.com/hanagabriel/reel/DaqBOGJt7dj/> (Stand 07.08.2026, 21:11)

Hana Gabriel nennt sich Notfallsanitäter und Medizinstudent. Dies sagt er in jedem seiner Videos. In denen spricht er über Erfahrungen, die er im Rettungsdienst gemacht hat oder über Themen, die das gesamtgesellschaftliche Gesundheitssystem angehen. Dazu zeigt er sich in einem Raum, sitzend auf einer Couch und meist mit einem Getränk in der Hand und in Alltagskleidung. Zusätzlich lädt der Creator vereinzelt Videos hoch, wo er über einzelne Einsätze aus seinem Sanitäter-Alltag hochlädt. Zudem lassen sich Kooperationen mit anderen Creatoren erkennen. Der Fokus der Seite liegt auf der Aufklärung über Mythen und Vorurteilen beim Rettungsdienst. Dennoch lassen sich auch einzelne politische Aussagen erkennen. So wurde am 11.07.2026 ein Video mit dem Titel „Schlimme Naturkatastrophe von der Regierung ignoriert“ veröffentlicht. Darin geht Hana Gabriel auf das Hitzewochenende vom Juni 2026 ein und seine Folgen für die deutsche Bevölkerung. In seiner Aussage kam es zu einer Vielzahl an Hitzetoden, besonders in anfälligen Bevölkerungsgruppen wie Alten oder Vorerkrankte. Dabei bezieht es sich auf Daten des RKI und zitiert weiter Aussagen über die Gefahr durch Hitze.⁴ Dabei geht er auch auf das Vorgehen des RKI ein. Anschließend geht er auf die Politik ein. Seiner Meinung nach, würde von dem Kanzler die wissenschaftliche Tatsache des RKI, sowie die Meinung vieler Beteiligter im Gesundheitssystem in diesem Zusammenhang ignoriert, um sich Verantwortung zu entziehen (ab 1:09). Anschließend gibt er die Verbesserungsvorschläge des RKI wieder: Investitionen in Infrastruktur und besserer Schutz anfälliger Menschen (ab 1:30). Abschließend lässt sich keine direkte Werbung erkennen, auch wenn in der Video-Beschreibung auf den YouTube-Kanale Creators verwiesen wird.

⁴ Vgl. https://www.rki.de/DE/Aktuelles/Neuigkeiten-und-Presse/Meldungen-PM/Meldungen/2026-07-09_WB-Hitzemortalitaet.html (07.08.2026, 20:58)

Beispiel

@exiled.medic.de

Bezug auf: https://www.instagram.com/p/DbvXS_TjPvb/?igsh=MTJtb3l4bzIzYTF6dA== (Stand 08.08.2026, 11:29 Uhr)

Fabian Kowallik nennt sich studierten Gesundheitswissenschaftler. Sein Content besteht aus einzelnen Gesundheitstipps, die seiner Meinung nach gut in den Alltag unterzubringen sind. In seinem Profil lassen sich verschiedene Rezepte finden, sowie Verweise auf sein eigenes Buch und sein eigenes Nahrungsergänzungsmittel. Auffällig ist dabei, dass seine Rezepte und Weisheiten außerhalb der Schulmedizin arbeiten. Über die Wirksamkeit gibt er keine wissenschaftlichen Studien an. In dem Beitrag, auf den ich mich Beziehe geht er auf das Corona-Virus ein. Auf dem Titelblatt mit der Aufschrift „Ängste über Corona-Impfung bestätigt: Experte erklärt was wirklich passierte...“ sieht man ihn mit dem Bild eines „Experten“. In dem eigentlichen Reel spricht nur Fabian in einem Podcast-Setting. Darin macht er mehrere Behauptungen, die Teilweise nicht bestätigt oder falsch sind. Aussagen wie „Corona war im Labor entwickelt worden“. Die Aussage konnte bisher nicht bestätigt, noch verworfen werden, da China darüber keine Informationen weiterleitet. Fabian stellt es aber als Tatsache da. Eine zweite Aussage ist, dass SARS-COV-2 Sequenzen von HIV enthält. Diese wurde von Wissenschaftlern kurzzeitig als These aufgestelltwenig später widerlegt worden. Es lassen sich weitere Aussagen treffen, die Verschwörungstheorien zugeordnet werden können. Fabian selbst gibt keine Quellen für diese Thesen an. Alle Thesen lassen sich mit einem schnellen Blick auf Google widerlegen.⁵ Zusätzlich wird mit dem Begriff eines „Experten“ gespielt, der selbst nicht im Beitrag persönlich auftritt.

⁵ Vgl. <https://www.mimikama.org/corona-gehirnkontrolle-verschwörungsnarrativ/>, 08.08.2026, 11:52)