

## BibisBeautyPalace wieder ganz vorne bei den Kindern

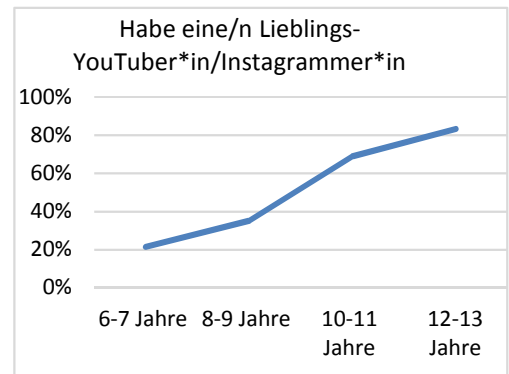
Neue Studie zu den beliebtesten Influencer\*innen bei Kindern und Preteens

**München, 23.10.2019 – Das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) fragte n=847 Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nach den beliebtesten Influencer\*innen. Wie schon die Jahre davor liegt BibisBeautyPalace (Bianca Claßen) bei den Mädchen weit vorne. Bei den Jungen ist Julien Bam (Comedy und Musik) der beliebteste Influencer vor Gamer Gronkh.**

Influencer\*innen sind die neuen Held\*innen der Kinder und Jugendlichen. Das IZI befragte im September und Oktober 2019 n=847 repräsentativ ausgewählte 6- bis 13-Jährige, wer ihre Favorit\*innen bei YouTube und Instagram sind.

### Jedes zweite Kind zwischen sechs und 13 Jahren hat eine/n Lieblings-YouTuber\*in

Die Welt der Influencer\*innen beginnt für einige Kinder bereits mit sechs bis sieben Jahren und eins von fünf Kindern in diesem Alter kann spontan den Namen eines/r YouTuber\*in oder Instagrammer\*in nennen. Bei den 8- bis 9-Jährigen hat schon jedes dritte Kind eine/n Influencer\*in als Favoriten, bei den 10- bis 11-Jährigen sieben von zehn.



### Deutliche Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen

Die meistgenannten Namen sind, wie auch schon in den zwei Jahren davor, Bianca Claßen (geb. Heinicke), gefolgt von Julien Bam, Dagi Bee, Gronkh und den Zwillingspaaren Lisa & Lena und DieLochis.

Bei der Wahl der Lieblingsinfluencer\*innen zeigen sich dabei deutliche Geschlechterunterschiede. Mädchen wählen Mädchen und junge Frauen, Jungen wählen Männer. Entsprechend ist Bibi für 13 % aller Mädchen, aber nur für 0,2 % der Jungen die Lieblings-YouTuberin und Julien Bam für 6,5 % aller Jungen, aber nur 0,7 % der Mädchen der Favorit.

	Mädchen	Jungen
1.	BibisBeautyPalace (13%)	Julien Bam (6,5%)
2.	Dagi Bee (6,5%)	Gronkh (5,8%)
3.	Lisa & Lena (5,3%)	DieLochis (3,8%)
4.	Shirin David (3,4%)	LeFloird (2,5%)
5.	Mileys Welt (1,9%)	Manuel Neuer (2,1%)

### Das Phänomen BibisBeautyPalace

Bibi, mittlerweile verheiratet und mit Kind, steht dabei für die besondere Eigenart des Phänomens „Influencer\*in“.

Ihre Fans folgen den immer wieder neuen Videos, die sie aus ihrem Alltag postet – selbstverständlich inklusive der jeweiligen Werbeeinblendungen und Produktwerbung. Sie wird von Mädchen als lustig und nett wahrgenommen. Bibi zeigt implizit, dass es in Ordnung ist, Fehler zu machen oder auch mal naiv an Dinge heranzugehen, und dass es möglich ist, trotzdem erfolgreich im Leben und in der Partnerschaft zu sein. Was Mädchen dabei meist nicht erkennen: Wie schon in Medienanalysen

deutlich herausgearbeitet (s. Prommer & Linke, 2019) konzentrieren sich die Frauen, die sich als Influencerinnen finanzieren können, inhaltlich vor allem auf Themen wie Alltag, Shopping, Make-up oder setzen sich als Sängerinnen durch, während die Männer ein breiteres Spektrum von Musik und Comedy über Gaming, Politik und Fußball abdecken können. Das sind Geschlechterbilder, die zu allem anderen als zur Gleichstellung von Mann und Frau beitragen.

Sie wollen mehr über die Hintergründe der Influencer\*innen oder der Studie wissen?

Ansprechpartnerin:

Dr. Maya Götz, Leiterin, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Tel.: 089/5900 42264, Internet: [www.izi.de](http://www.izi.de), [www.maya-goetz.de](http://www.maya-goetz.de); E-Mail: [Maya.Goetz@br.de](mailto:Maya.Goetz@br.de)

Sie möchten keine weiteren Pressemitteilungen von uns erhalten? Dann senden Sie bitte eine kurze Mail an [izi@br.de](mailto:izi@br.de)