

## **Abstract:**

# **LeFloid –Meinungsführer im Netz? Eine Untersuchung zur Beziehung von Rezipient und YouTube-Star**

Eva Eschenauer

Julian Junggeburth

Max Knospe

**Betreuerin: Dr. Merja Mahrt**

Der Einfluss von sogenannten YouTube-Stars auf die politische Meinungsbildung ihrer Nutzer ist in der Medienrezeptionsforschung bislang wenig beachtet worden. In dieser Studie wird unter Einbezug verschiedener theoretischer Konzepte der Meinungsführerschaft exemplarisch untersucht, welche Art von Beziehung Nutzer zu der YouTube-Persona LeFloid durch Rezeption seines Nachrichtenangebotes „LeNews“ aufbauen und welchen Einfluss er auf die politische Meinungsbildung der Zuschauer nehmen kann. LeFloid wurde aufgrund der politischen Ausrichtung seiner Videos sowie seines großen Bekanntheitsgrades als Webvideoproduzent für diese Untersuchung ausgewählt (2,6 Mio. Abonnenten zum Zeitpunkt der Erhebung). Es werden zwölf qualitative Interviews mit Rezipienten im Alter von 13 bis 24 Jahren ausgewertet. Die empirische Analyse zeigt, dass LeFloid für ausnahmslos alle Befragten die Position eines parasozialen Meinungsführers einnimmt. Zentral für die Zuwendung zu dem YouTuber sind dabei die Nutzungsmotive Information, Orientierung und Unterhaltung, anhand derer die Befragten in drei Nutzertypen unterteilt werden können. Es zeigt sich die Tendenz, dass diejenigen, die seine Inhalte vor allem zu Orientierungszwecken schauen, am stärksten von ihm beeinflusst werden.