



Aktuelle Themen



Aktuelle Themen

Social Media und Wanghong

16.06.2025

Übersicht

1. Definition
2. *Wanghong* als Wirtschaftsfaktor
3. Gesellschaftlicher Diskurs



Definition

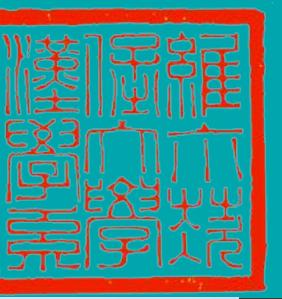
Definition



Wanghong

- als *wanghong* 网红 (kurz für 网络红人) bezeichnet man Personen in China, die durch das Internet berühmt geworden sind
- der Begriff *wanghong* bezeichnet im Grunde eine Person, die man in Deutschland als Influencer/ Influencerin bezeichnen würde
- bei den meisten *wanghong* handelt es sich um Chinesen, es gibt aber auch einige berühmte *wanghong*, die aus dem Ausland kommen
- die meisten *wanghong* bewegen sich auf den großen chinesischen Social Media-Plattformen, wie z.B. Douyin (chin. Äquivalent zu TikTok), Weibo (Äquivalent zu Twitter/X), Little Red Book (ähnlich Instagram) und Bilibili (ähnlich Youtube)
- *wanghong* spezialisieren sich auf verschiedene Themen, z.B. Kosmetik, Mode, Gesundheit, Reisen, Luxus, Humor, Alltägliches, Videospiele etc.
- ungefähr die Hälfte der *wanghong* identifizieren sich als Frauen, je nach Kategorie ist der Anteil weiblicher *wanghong* noch weitaus höher

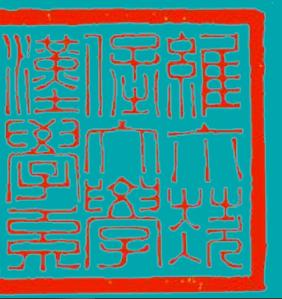
Definition



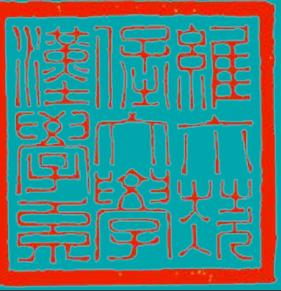


Wanghong als Wirtschaftsfaktor

Wanghong als Wirtschaftsfaktor



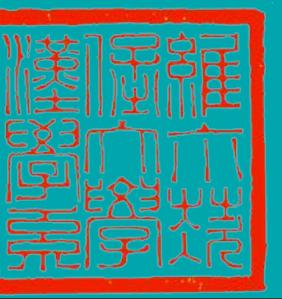
Wanghong als Wirtschaftsfaktor



Wanghong economy

- verschiedene Geschäftsmodelle, z.B.
 - Livestreamer, die sich (digital) beschenken lassen
 - Produktwerbung
 - Sponsoringverträge
 - Vermarktung eigener Produktlinien
- Inkubatoren und Unternehmen, die eigene *wanghong* rekrutieren und aufbauen
- 2022 mehr als 10 Mio. Livestreamer, mit durchschnittlich 10.000 Followern pro Streamer
- ein Großteil der Streamer verdient durchschnittlich 8000-15.000 RMB pro Monat
- *wanghong economy* 2022 bei 1,3 Trillion RMB (ca. 180 Mrd. USD), Schätzungen gehen davon aus, dass diese bis 2025 auf 6,7 Trillion RMB (mehr als 920 Mrd. USD) anwachsen wird
- *wanghong*-Hotspots als wichtiger Marketingfaktor für Städte
- Förderung durch Parteistaat, allerdings nur Verbreitung von „positiver Energie“ 正能量 und unkritischen Inhalten erlaubt

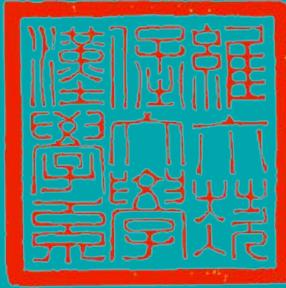
Wanghong als Wirtschaftsfaktor



Wanghong als Wirtschaftsfaktor



Wanghong als Wirtschaftsfaktor



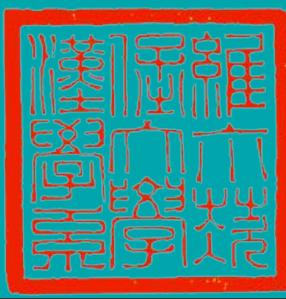


Gesellschaftlicher Diskurs

Gesellschaftlicher Diskurs



Gesellschaftlicher Diskurs



Gesellschaftlicher Diskurs



网
红
脸



Gesellschaftlicher Diskurs



Diskussion

- Welche gesellschaftlichen Probleme werden in den zwei wissenschaftlichen Artikeln (von Chen/Cheng und Wang/Feng) angesprochen?
- Worauf fokussieren sich die beiden Artikel? Wie konstruieren weiblich *wanghong* ihre Identität, bzw. wie stellen sie sich online dar?
- Stimmen Sie den Schlussfolgerungen der Autoren und Autorinnen zu?
- Sind weibliche *wanghong* weniger Objekt, als z.B. Frauen in traditionellen Medien? Haben Sie eine größere Agency? Wirkt ein höherer Grad der Kommerzialisierung in den chinesischen sozialen Medien eher befreiend oder einengend?