

Ihre Story, Ihre Informationen, Ihr Hinweis? feedback@20minuten.ch

Werbetrend

19. März 2017 09:31; Akt: 19.03.2017 09:31

Firmen setzen auf Influencer statt Promis

von V. Blank - Werbung mit Social-Media-Stars ist ein grosser Hype in der Werbeindustrie. Doch das Influencer-Marketing funktioniert nicht immer.

ein aus i ist eigentlich ein alter Zopf: Firmen engagieren berühmte Leute damit sie die Werbetrommel für ihre Produkte rühren. George Clooney trinkt Kapsel-Kaffee von Nespresso, Roger Federer mag seinen Kaffee lieber aus der Jura-Maschine – die Liste der sogenannten Testimonial-Werbungen ist lang.

Fehler gesehen?



Fehler beheben!

Die Promis haben jetzt aber ordentlich Konkurrenz bekommen: An ihre Stelle rücken zunehmend die Influencer – also Blogger, Youtuber oder sonstige Social-Media-Sternchen, die viele Follower auf Instagram, Snapchat, Facebook oder Twitter haben. Auf sie haben es jetzt viele Firmen abgesehen – Werbung mit Influencern erlebt derzeit einen grossen Hype. «Die Nachfrage nach Konzepten in diesem Bereich ist extrem angestiegen», sagt Simon Künzler, Managing Partner der Online-Agentur Zeit, die sich unter anderem auf Influencer-Marketing spezialisiert hat.

Verdienst variiert stark

Für gewisse Firmen ist Influencer-Marketing interessant, weil sie abseits der traditionellen Werbekanäle ihre Zielgruppe besser erreichen. Am besten funktioniert der Ansatz bei Konsumgütern wie Essen und Kleidern. Eine der bekanntesten Influencer in Sachen Mode ist Chiara Ferragni – ihr Zurschaustellen von teurer Designermode ist ein Paradebeispiel dafür, wie mit Influencern Werbung platziert wird. Wie viel sie dafür kassiert, wenn sie ihre neuen Gucci-Loafer in die Kamera hält, bleibt dabei ihr Geheimnis. Mit ihrem Blog «The Blonde Salad» hat sie bereits ein Millionenimperium aufgebaut.

Schweizer Influencer sind noch weit davon entfernt, mit Werbedeals richtig Geld zu machen. Viele sind schon zufrieden damit, wenn sie die Produkte, die sie testen, geschenkt bekommen. So schwärmt etwa die 18-jährige Baslerin Gioia Marugg [in der «BZ Basel»](#) davon, dass sie Rechnungen von Online-Shops für Markenkleder oft nicht bezahlen muss: «Ein Traum für alle Modedans: Man darf sich beliebige Kleidungsstücke auswählen und erhält sie geschenkt, wenn man dafür ein, zwei Bilder davon auf Instagram veröffentlicht.»

Laut Marketingexperte Künzler ist es ganz unterschiedlich, wie viel Geld Influencer dafür erhalten, wenn sie ein Produkt in den sozialen Medien präsentieren. «Die Spannbreite ist gross – in der Schweiz reicht sie von null über ein paar hundert bis zu ein paar tausend Franken.» Dass man als Blogger mit Werbedeals seinen Lebensunterhalt bestreiten könne, davon könnten die meisten Schweizer Blogger derzeit aber nur träumen, so Künzler. Ihre Reichweite sei schlicht zu klein.

Werbeform kann einer Marke schaden

Lohnt es sich für Schweizer Firmen also gar nicht, auf Influencer-Marketing zu setzen? Doch, meint Künzler. Allerdings sei es übertrieben, das Ganze als neuen heiligen Gral der Werbeindustrie zu behandeln. «Es ist einfach ein weiteres Element

von vielen, das im Online-Marketing oder in einer Kampagne verwendet werden kann.» Wichtig sei, dass der ausgewählte Blogger von einem Produkt überzeugt sei, damit die Botschaft glaubwürdig vermittelt werden könne.

Zu Vorsicht in Sachen Influencer-Marketing rät auch der deutsche Markenexperte Franz-Rudolf Esch. Die Flut der Promis mit Werbeauftrag habe der jungen Disziplin doch sehr geschadet, [schreibt er auf der Marketing-Plattform Horizont](#). Die neue Werbeform könne einer Marke auch schaden, beispielsweise dann, wenn im Social-Media-Beitrag keine authentische Story zur Marke erzählt würde.«Vor lauter Influencern und Werbung ohne herausstechenden Inhalt wird es für Konsumenten immer langweiliger und schwieriger, die beworbenen Marken wahrzunehmen», so Esch.

DARÜBER SPRICHT DIE FINANZWELT IM NETZ		
20.03.2017, 16:26		
 Top Aktien Schweiz	UBS Group AG	+217%
 Top Experten	Transocean Ltd	+185%
	Julius Baer Group Ltd	+170%
 Top Währungen	Calida Holding AG	+150%
 Top Rohstoffe	Credit Suisse Group AG	+138%

Jetzt lohnt sich E-Trading erst recht.

Mehr Themen



Passagiermaschine verliert Propeller während Flug

Dass während des Flugs ein Propeller abfällt, ist bisher nur einmal vorgekommen. Die australische Fluggesellschaft reagierte alarmiert.



Verspielte Otter-Babys zeigen sich zum ersten Mal

Im Zoo von Prag kamen im Januar sieben Otterbabys auf die Welt und wurden nun zum ersten Mal dem Publikum präsentiert.


19 Kommentare

Die beliebtesten Leser-Kommentare

141
6 ▶ **Pascal** am 19.03.2017 10:55


Unwort des Jahres

Für mich ist "Influencer" bereits das Unwort des Jahres. Es ist sicher eine interessante Massnahme für diverse Firmen. Aber bereits jetzt wird der Begriff 'Influencer' oft ausgenutzt. Plötzlich ist jeder Blogger. Oft auch durch gekaufte Follower. So gerät diese Art des Marketings in ein schlechtes Licht und wird schneller wieder vorbei sein als man denkt. Ich kann es schon kaum mehr sehen.

116
3 ▶ **Ronaldo** am 19.03.2017 10:11 via 

Werbung

Das finde ich eine tolle Idee, da ich mich aus den sozialen Medien heraus halte brauch ich mir den ganzen Werbemüll auch nicht mehr an zu schau.


W. Engler am 19.03.2017 10:45 via 

3

► **Neu ist nur der Name**

Früher nannte man diese Leute Konsumpioniere. Als mein früherer Chef ein Rennvelo erwarb, kauften 32% der Mitarbeiter auch eines. Jedoch etwas billigere.

Die neusten Leser-Kommentare

Holger T. am 20.03.2017 11:25 via 

5

► **Bin auch Influencer**

Hatte letzthin auch Influenza. Leider erfahre ich erst jetzt, dass ich damit auch Werbung hätte machen können. Das nächste Mal informiere ich mich vorher.


1

Marcel Hodel am 20.03.2017 10:56

► **Herren Blogger**

Der neueste der Schweizer Herren Mode Blogger Szene wrird bei Instragramm: Silicatt :sein hab schon tolle Bilder von Ihm gsehen. und bin gespannt was als nächstes kommt. Echt cooler Typ, Daumen hoch 22Tds bei Instagram


14

gogg am 19.03.2017 22:03 via 

► **Social Media**

Ich bin jeden Tag glücklicher darüber keine Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram oder Twitter zu nutzen. Gibt ja noch wesentlich mehr. "Influencer" "Modeblogger". Das schreit ja danach, dass man jedem Füdlitrend nachrennen soll. Na geht immerhin ums Geld und ich bin halt auch zu geizig für Trends.


36

dorismaria am 19.03.2017 18:04 via 

► **weswegen.....**

.....denke ich bei "influencer" immer an durchfall, husten und fieber?!? 3;-) sagt eugentlich schon alles von mir zu diesem thema-oder?!?! o;-)

33

Heidi am 19.03.2017 15:41 via 

► **Influenza**

Das sollen die Firmen nur machen und zur weiteren Verblödung der Menschheit mithelfen. Sagt mir mal was eine "Influencerin" á la Tschoumi bringt? Nett anzusehen und etwas einfältig oder was? Nun zieht ihe eine Tasche an und postet brav. Mich beeinflusst das nicht.

⌵ Alle 19 Kommentare