



ISBN 978-3-658-20853-0
€ 39,99, inkl. e-book
Springer Gabler, in der w&v Edition
Amazon Vorbestellungen ab März 2018
Buchveröffentlichung April 2018

Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Plattformen, Instrumente, rechtlicher Rahmen – mit vielen Beispielen

Erstmals ein ganzheitlicher und pragmatischer Ratgeber, der sowohl die Influencer- als auch die Unternehmensperspektive mit Antworten zu den kritischen Fragen im Influencer Marketing bedient

Darstellung der juristischen Hintergründe, die helfen, rechtliche Fallstricke frühzeitig zu erkennen

Viele Beispiele aus der Praxis verdeutlichen den Aufbau eines erfolgreichen Influencer Marketings für Unternehmen und den Aufbau und Ausbau einer professionellen Karriere für Influencer

Vorstellung der Plattformen, Instrumente und Netzwerke im Influencer Marketing mit deren Vor- und Nachteilen für Unternehmen und Influencer

INHALT

- Was bedeutet Marketing im Influencer-Zeitalter?
- Was sind die wettbewerbsrechtlichen Grundlagen?
- Wie sieht die ideale Influencer Marketing Kampagne aus?
- Was ist ein gutes Influencer-Briefing?
- Erfahrungsberichte von Influencern

BEITRAGSAUTOREN

Prof. Regina Brix
Dr. Annette Bruce
Thomas Fuchs
Fabian Held
André Krüger
Melanie Lammers

Franziska von Lewinski
Hendrik Martens
Moritz Meyer
Monika Sekara
Simon Unge



DIE HERAUSGEBERIN

Die Unternehmerin Marlis Jahnke ist seit 1999 Managing Partner der INPROMO GmbH, einer Agentur für Online Kommunikation. 2014 gründete sie mit HashtagLove Deutschlands erste Influencer Marketing-Plattform. Mit innovativer Matching-Logik, hoher Automatisierung und individueller Kuratierung setzt sie mit HashtagLove reichweitenstarke und authentische Kampagnen auf allen Social Media Kanälen um.

HASHTAGLOVE wird betrieben von INPROMO GmbH | Große Elbstraße 160 | D-22767 Hamburg
Tel. 040 238817-71 | marlis.jahnke@inpromo.de | www.hashtaglove.de