

PRESSEMITTEILUNG

inpromo GmbH
Große Elbstraße 160
D - 22767 Hamburg

T +49 40 23 88 17-71
info@inpromo.de
imo.de

Unsere Influencer
Plattform
HASHTAGLOVE # 

Micro- und Midsize-Influencer: Immer wichtiger aber immer noch unterschätzt! Influencer Befragung auf hashtaglove.de

Hamburg, 27. Februar 2019 – Beim Influencer Marketing nur mit den Social-Media-Stars zu arbeiten, ist für Unternehmen oftmals wenig sinnvoll und vor allem teuer. Gerade die Micro- und Midsize-Influencer mit Reichweiten von 10.000 bis 500.000 Followern überzeugen mit Authentizität und hohem Follower-Engagement*. Doch was bewegt die große Masse dieser Influencer? Was sind ihre Herausforderungen – was ihre Motivation? Wie läuft die Zusammenarbeit mit Werbepartnern?

Diese Fragen beantwortet die aktuelle Umfrage auf der Influencer Marketing Plattform HashtagLove (www.hashtaglove.de), die seit 2014 von der Hamburger Digitalagentur inpromo betrieben wird. Befragt wurden 9.000 deutschsprachige Mikro- und Midsize-Influencer im Zeitraum 2. bis 7. Februar 2019. 542 Influencer haben an der Befragung teilgenommen (Stichtag 7. Februar 2019). Die Umfrageergebnisse präsentiert die inpromo Geschäftsführerin Marlis Jahnke erstmalig am 27. Februar 2019 auf der Social Media Week Hamburg.

Glaubwürdigkeit als höchstes Gut

Für mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer ist die größte Schwierigkeit bei Kooperationen, die richtigen Werbepartner zu finden (54%). So geben über 80 Prozent der Influencer an, eine Kooperation abzulehnen, wenn das Produkt nicht zum eigenen Profil passt. Dagegen lehnen nur 17 Prozent Kooperationen ab, weil sie nicht angemessen bezahlt werden. Interessant in diesem Kontext: Für nahezu drei Viertel der Befragten Influencer ist ihre Social Media Tätigkeit noch nicht der Hauptjob (73%). Geldverdienen steht (noch) im Hintergrund (20%). Die große Mehrheit der befragten Influencer (80%) möchte ihre Follower in erster Linie inspirieren.

Content-Produktion ist ein Zeitfresser

Wird eine Werbekooperation umgesetzt, so empfindet rund ein Drittel der Umfrageteilnehmer (31%) die qualitativ hochwertige Produktion von Posts als größte Herausforderung. „Es ist schwer, eine passende Shootinglocation, gute Lichtverhältnisse und zeitgleich einen Fotografen zu finden, währenddessen man einen normalen Vollzeitjob hat,“ schreibt ein Blogger und Instagrammer (25 Jahre, 45.000 Follower) bei der Befragung. Der Aufwand für den eigenen Kanal oder die eigenen Kanäle ist immens: Im Durchschnitt brauchen die befragten Influencer knapp fünf Stunden Produktionszeit für einen Instagram Post im Rahmen einer Werbekooperation.

„Für Influencer mit mittelgrossen Reichweiten steht die eigene Glaubwürdigkeit an erster Stelle,“ kommentiert Marlis Jahnke, Geschäftsführerin der inpromo GmbH, die Ergebnisse.

„Sie verstehen ihre Social Media Präsenzen nicht als reine Werbekanäle, die durchvermarktet werden. Ihr Ziel ist, in ihrer Followerschaft als authentische Stimme wahrgenommen zu werden und dafür sind sie enorm engagiert unterwegs. Viele Markenverantwortliche unterschätzen nach wie vor die Potentiale einer Kooperation mit dieser Influencer-Kategorie,“ sagt Jahnke.

Über inpromo / HashtagLove:

inpromo ist eine 1999 gegründete Agentur für Online-Kommunikation und Influencer-Marketing und spezialisiert sich auf digitale Strategie und Umsetzung. Mit der Full-Service Influencer Marketing Plattform HashtagLove bringt inpromo seit 2014 Marken mit Micro- und Makro-Influencern aller Social Media Kanäle zusammen. Neben innovativer Matching-Logik und intelligenter Automatisierung bietet die Agentur strategische Beratung der Kunden und persönliche Betreuung der Influencer. Kunden der Agentur sind unter anderen Allos Hof-Manufaktur, Bastei Lübbe AG, De'Longhi, Gothaer, Lorenz Bahlsen Snack-World, Nestlé Schöller, Paramount Home Media Germany, Schlaraffia, Tobis Film, Ullstein Buchverlage, Verlagshaus Random House, Warner Music.

* <http://markerly.com/blog/instagram-marketing-does-influencer-size-matter/>

Weitere Informationen:

Marlis Jahnke
inpromo GmbH
Große Elbstr. 160
D-22767 Hamburg
Phone: +49 (0)40 238817-88
Fax: +49 (0)40 238817-78
<mailto:marlis.jahnke@inpromo.de>
<http://www.inpromo.de>
<http://www.facebook.com/inpromo>
<http://www.hashtaglove.de>

Pressekontakt:

Melanie Lammers
Bamboo Consulting
Eppendorfer Weg 95a
D-20259 Hamburg
Tel: +49(0)40 - 33 46 108-11
Mobil: +49(0)173 - 268 33 22
Mail: ml@bambooconsulting.de
Web: www.bambooconsulting.de