Influenzer-Marketing im Tourismus

<https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/?hl=de>

* Zuerst kommt ein langer Text und am Schluss ne Auflistung und Frage
* Fragen werden gestellt und Aufforderungen gemacht, um Interaktionen zu fördern
* Fast tägliche Posts
* Hashtags, um den Algorithmus zu füttern
* Werbung durch verweis auf Webseite Produkte, etc.
* Immer wieder Werbung zu Produkten, Seiten, etc.

<https://www.instagram.com/plantifulsoul/>

* Durch Reichweite von Influenzern möchten die das Interesse für Produkte erweitern
* Influenzer sind Vorbilder und Vertrauenswürdig für Follower und Fans
* Interaktion von Influenzern fördern positive Wahrnehmung und Verkauf des Produkts
* Laut deutschen Bundesverband für Digitale Wirtschaft und INFLURY
* 16% der 14-29 Jährigen haben ein Produkt/Service gekauft/gebucht, das von Influenzern

beworben wurden; 7% bei 30-49 Jährigen

* 74% von 1,607 Befragten über 14 Jahren, erkennen bezahlten Content nicht immer, sehen es als ehrliche Empfehlung
* 1/3 fühlen sich von Influenzern persönlich angesprochen, empfinden Vorteil über Produkt aufgeklärt zu werden, was die Kaufentscheidung erleichtert
* Reisen und Urlaub ist auf 3. Platz meistgesuchter Produktkategorien auf Sozial Media
* Laut deutschen Meinungsinstitut GfK fand man 2018 heraus
* knapp 50% der reiseaktiven Bevölkerung zws. 14-60 Jahren suchen bewusst nach Posts, um sich über ein Ziel oder Betrieb zu informieren, wenn die Reise planen
* 49% schauen sich interessante Reisebeiträge an, wenn sie darauf zufällig stoßen
* Jeder Fünfte der 20-34 Jährigen hat sich durch Posts zur Buchung bringen lassen
* Deswegen setzen Unternehmen auf Influenzer, die Berichterstattungen machen oder Erlebnisse während der Reise teilen
* Influenzer werden auf Follower Zahl beschränkt und dadruch werden Personen, die eigentlich keinerlei Kontakt mit einem Produkt haben durch ihren Bekanntheitsgrad angeheuert, was die Produktplatzierung Unglaubwürdig macht
* Qualität des Accounts, Kommunikation, Inaktivität, Umgang mit Inhalten/Informationen, wie wird darüber gesprochen/geschrieben, Sorgfalt, etc. sind ausschlaggebend für den Erfolg einer Kampagne/Produktplatzierung
* Werbung über Gäste/Unternehmen/Reiseorte etc.
* Gewinnspiele, Gutscheine, Begünstigungem regen die Interaktion an, werden Gäste zu Impressionen, (positive) Meinungen zu teilen motiviert

Zerstörung der Umwelt, Tierschädigung für "tolles" Bilder

Nachhaltig ist Trend und die Influenzer drängen durch den Andrang zu erhöhten Import/Export

Greenwashing (Lebensmittel werden durch langere Reise dann nicht Nachhaltig)

Webrung/Sponiserung (verstellen sich!)

Seit dem großen Aufschwung von sozialen Medien, wie Instagram, Twitter und TikTok ist es für viele Unternehmen interessanter geworden, Influenzer für ihre Kampagnen anzuwerben. Hierbei wird die Reichweite der Influenzer dafür genutzt, um potenzielle Kunden zu gewinnen, welche durch Produktplatzierungen eine positive Wahrnehmung auf ein Produkt erzeugen und das Vertrauen der Fans und Follower dazu nutzen, um das vorgestellte Produkt interessanter zu machen. Gleiches gilt für Gäste und Verlinkungen auf z.B. Reiseorte/unternehmen.

Meistens wird die Auswahl des Influenzers auf den Bekanntheitsgrad zurückgeführt und nicht auf den generellen Content, welcher einen Bezug zu dem vorgestellten Produkt herstellt.

Falls sich Content und Produkt nicht überschneiden, bricht nicht selten ein Shitstorm aus, welchen den Influenzer als Werbemaschine und unglaubwürdig darstellt.

Zusätzlich wird die Interaktion der Follower durch Gewinnspiele, Gutscheine und Begünstigungen angeregt.

Innerhalb der Reisekategorie in den Sozialen Medien lassen sich viele Influenzer finden, welche fast täglich wunderschöne Bilder ihrer Reise mit ihren Followern auf Instagram teilen, um Aufmerksamkeit und Likes zu generieren. Hierbei werden außergewöhnliche Bilder benötigt, die jedoch zu Lasten der Umwelt und Tiere entstehen können. Für ein Bild in einem Lavendelfeld werden die Pflanzen kaputt getreten, Müll und ganze Zelte werden für ein Panoramabild auf einem Berg liegen gelassen, ein Foto in welchem man auf einem Elefanten reitet, schaden dem Tier, um ein paar Beispiele zu nennen.

Zusätzlich ist das Thema Nachhaltigkeit zum Trend geworden, denn für gesunde Produkte in Form von Bildern und Beiträgen zu werben hört sich auf den ersten Blick positiv an, jedoch bergen sich dahinter viele Gefahren für die Umwelt. Hierbei ist der Begriff „Greenwashing“ hervorzuheben. Durch den erhöhten Andrang von exotischen Lebensmitteln und Produkten, steigt der Import von solchen Waren, welche das Produkt durch lange Schiffsreisen nicht mehr Nachhaltig machen, sondern zum Konsumprodukt werden lassen.