Influencer: der neue Kommunikations- und Werbekanal

**Ob Kleider, Make-up oder Reisen: Influencer sind die Werbe-Ikonen des Internets. Jeder zweite junge Erwachsene folgt einem auf YouTube, Instagram oder Snapchat. Das ermöglicht den heutigen Unternehmen eine neue Art des Online-Marketings, welches zielbewusster und günstiger ist.**

**Was ist ein Influencer?**

Als Influencer (vom englischen „to influence“: zu beeinflussen) werden Personen bezeichnet, die aufgrund ihrer starken Präsenzen und ihres hohen Ansehens in einem oder mehreren sozialen Netzwerken für Werbung und Vermarktung in Frage kommen. Diese neue Art der Vermarktung wird Influencer-Marketing genannt und wird von einem Grossteil der heutigen Unternehmen verwendet um auf neue oder bestehende Produkte aufmerksam zu machen und einen sogenannten „Hype“ zu kreieren.

**Wie werde ich ein Influencer?**

Für einen erfolgreichen Social Media Account ist eines ganz besonders wichtig: echte Leidenschaft. Also überleg dir zuerst einmal, wofür du dich ganz besonders begeistern kannst. Noch besser wäre es natürlich, wenn du ein ganz spezielles Hobbie mit deinen Followern teilen kannst. Die Konkurrenz auf Social Media ist sehr hoch. Wichtig ist, dass du von Anfang an weist, was du mit deinem Account erreichen willst. Wenn du dein Ziel kennst, kannst du es mit Leidenschaft verfolgen.

User lieben Accounts, die einen einzigartigen Stil entwickeln. Wichtig ist, du findest deinen ganz persönlichen Stil und bleibst ihm treu. Am Anfang kannst du dich ruhig ein wenig Ausprobieren, auf Dauer solltest du aber deine Beiträge aber möglichst auf die immer selbe Weise bearbeiten oder mit ähnlichen Filtern versehen.

Hashtags sind vor allem am Anfang das einfachste Mittel, eine Reichweite zu erzielen, die deine Followerzahlen weit übersteigt. Ausschlaggebend ist natürlich, dass du Hashtags auswählst, die gut zu deinem Beitrag passen. Versuche möglichst viele Fremdsprachen zu verwenden, so sprichst du eine viel grössere Zielgruppe an.

Poste regelmässig und erzähle deinen Abonnenten, was du im Moment machst und was dich beschäftigt. Wenn du kleine Einblicke in deine Gedankenwelt, gibst hinterlassen andere User mehr Likes und Kommentare.

Regelmässig zu posten, bedeuted aber nicht, deine alle ein bis zwei Stunden oder noch öfter mit Bildern zu bombardieren. Darunter würde auch die Qualität deiner Bilder leiden. Drei bis maximal vier Posts am Tag sind eine gute Richtlinie.

**Welcher Profit hat der Influencer davon? (Zitat)**

*„Krass, ich poste ein Foto und verdiene damit, was ich mit anderen Jobs an einem ganzen Tag verdiene.“ - Xenia van der Woodsen*

Influencer erreichen nicht nur einen hohen Bekanntheitsgrad, sondern verdienen auch wirklich ihr Geld damit. Viele Influencer werden von grossen Unternehmen oder Marken täglich beschenkt, und dürfen auch auf Einladungen von exklusiven Feiern hoffen. Der eigentliche Verdienst eines Influencer, besteht darin mit Unternehmen Werbedeals einzugehen. Diese Werbedeals beinhalten meist, dass die Influencer ein Produkt erhalten, für diese Werbung machen und je nach Reichweite des Beitrags werden sie dementsprechend vom jeweiligen Unternehmen bezahlt.

**Welcher Profit hat die Unternehmung davon?**

Für die jeweiligen Unternehmen bietet diese neue Art der Vermarktung die Möglichkeit günstig und sehr zielbasiert Werbung für ihre Produkte zu machen. Die Unternehmen können aus Millionen von Influencern denjenigen wählen, welcher am besten die Philosophie des Unternehmens wieder spiegelt. Zudem zieht diese Art des Werbens, eine enorme Reichweite an Zielpublikum an.

Sicherlich ist es fraglich ob ein Influencer zu sein, als ein wirklicher Werdegang angeschaut werden kann. Jedoch ist eben heutzutage fast nicht mehr wegzudenken, da bereits die junge Generation nicht mehr Feuerwehrmann oder Polizist werden will, sondern eben Influencer.

**Quellen:**

<https://blog.atomlabor.de/2017/06/instagram-ist-kein-blog-das-influencer.html>

<http://www.zeit.de/2017/34/xenia-van-der-woodsen-instagram-influencer-geld>

<http://www.influma.com/blog/was-ist-influencer-marketing/>

<https://blog.hslu.ch/diginect/2017/12/04/influencer-marketing-hype-oder-doch-ein-lukratives-geschaeft-fuer-unternehmen-und-meinungsmacher/>