

## **Session 4: Influencer-Marketing**

**Moderatorin: Anita Brechbühl, Travelita.ch**

### **Was ist Influencer-Marketing?**

- Vorstellungen: Instagram, Bild mit Frau im Meer
- Antwort: Fokus liegt sehr stark bei Instagram
- Influencer-Marketing vs. Influencer-Relations
- Bezahlte vs. unbezahlte Kooperationen.
- Influencer-Marketing ist ein Teil der Medienarbeit und eine wichtige Schnittstelle.

### **Was ist zu beachten?**

- Was ist das Ziel von Influencer-Marketing?
- Was ist der Mehrwert von Influencer-Marketing?
- Regelmässige Nutzung des Profils --> Grundrauschen schafft gewisse Awareness
  - ➔ Spezifische Anspruchsgruppen ansprechen? (in Form von Alter?)
- Wo bewegen sich die Personen, die man erreichen möchte? --> So kann man den besten Kanal ausfindig machen.

Influencer-Marketing besteht nicht nur aus Instagram! Im Moment sind alle viel zu fokussiert darauf. Auch Blogs, Youtube, Facebook, LinkedIn usw. zählen dazu. --> unbedingt mehrere Plattformen beachten.

### **Blog:**

Die Wirkung hält lang an, auch alte Beiträge werden heute noch täglich gelesen.

Vorteile:

- ➔ Visibilität, SEO
- ➔ Gute Erreichbarkeit
- ➔ Streuung
- ➔ Längere Aufenthaltsdauer auf Blog

### **Wie findet man gute Influencer?**

(Personen, welche zu einem passen, muss nicht nur aus Instagram sein)

- ➔ Über Agenturen
- ➔ Selbst aktiv werden, googeln --> «Reiseblogs»
- ➔ Geeignete Person auf Instagram finden. Ist schwierig, aufgrund extremer Menge.
- ➔ Zufällige Entdeckungen sind sehr häufig.
- ➔ Nicht die Anzahl Follower, sondern die Anzahl Kommentare, Engagement zählt. Wo kommen die Posts her? Was sind das für Leute? Eher kleine Influencer wählen, dafür «echte» Follower und nicht «Fake».
- ➔ Prüfen: Gute Bildsprache? Gute Geschichte, Storytelling?
- ➔ Selbst aktiv sein, auch persönlich mit dem Thema auseinandersetzen: So baut man eine gewisse Affinität auf und lernt die Profile, Personen, Influencer besser kennen...

Viele Hotels arbeiten nur passiv mit Influencer-Marketing: Das heisst, sie warten bis sie angefragt werden.

Deal: Die Influencer machen Fotos und können dafür gratis übernachten. --> Ist eher Selbstvermarktung des Influencers? Nützt dies dem Hotel wirklich etwas?

Meinung: Instagram ist sehr schnelllebig, da man durchscrollt und das Bild wieder «vergisst», somit ist der ganze Aufwand den Erfolg nicht wert.

### **Gängige Rahmenbedingungen**

wenn man aktiv auf Influencer zugeht:

- Achtung: Influencer gehen nicht alle Bedingungen ein, besonders wenn die Zusammenarbeit unbezahlt ist.
- Nicht alle Influencer verpflichten sich dazu, Hashtags zu nutzen, minimale Anzahl Bilder, Bildrechte abzugeben usw.
- Überlegen, ob ein gewisser Mehrwert auch für Influencer besteht, ansonsten wird die Anfrage ziemlich sicher nicht angenommen.
- Influencer macht sich auch Gedanken, ob das Hotel zu ihm passt usw.

Kooperationen machen keinen Sinn, wenn das Hotel und der Influencer nicht zusammenpassen, das wird für beide Seiten eher ungemütlich.

### **Bezahlte Kooperation?**

Gemeinsamer Vertrag, mit Bedingungen und gegen Entgelt.

- Reporting verlangen, nicht vergessen!
  - Lesierzahlen Blog
  - Anzahl Kommentare usw.
  - Hotels sehen den Artikel meistens vor Veröffentlichung (geht nicht darum, alles zu ändern oder eigene Worte des Hotels einzubringen, gilt mehr als Kontrolle)

Personen, welche schon im Hotel waren, sind bereits Influencer, siehe Bewertungen auf Tripadvisor. Aktiv auf Gäste zugehen und Bewertungen einfordern. Aktiv auf Bewertungen eingehen, falls Hashtag verwendet wurde, beim Gast für den Post bedanken.

### **Kritik durch Influencer**

Immer vorsichtig umgehen mit kritischen Anmerkungen in einem Blogartikel bei Kooperationen, Einladungen usw. Ein gewisses Mass an Verbesserungspotenzial kann den Bericht wertvoller und lebendiger erscheinen lassen. So ein Bericht wirkt ehrlicher und authentischer. Das Gute sollte jedoch überwiegen.

## Best Practice-Beispiele

Villa Honegg, Video ging viral: <https://www.20min.ch/schweiz/zentralschweiz/story/Web-steht-kopf-wegen-Schweizer-Hotelpool-17872797>

Gelmerbahn: [https://www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/tourismus-werbung-2.0\\_rasante-talfahrt-der-gelmerbahn-ging-auf-instagram-viral/44322130](https://www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/tourismus-werbung-2.0_rasante-talfahrt-der-gelmerbahn-ging-auf-instagram-viral/44322130)

M-Budget-Zimmer Hotel Säntispark: <https://www.hotel-saentispark.ch/de/Zimmer/M-Budget-Zimmer>

## Weiterführende Artikel:

<https://www.blumbryant.ch/post/sprechen-sie-influencer>

<https://www.blumbryant.ch/post/10-aspekte-f%C3%BCr-erfolgreiches-influencer-marketing>

