

## Influencer Marketing: Die fünf wichtigsten Tipps für den Jahresstart

**Hamburg/Lübeck, 19. Januar 2021** – Alle Jahre wieder befassen sich Marketer aller Branchen mit der Jahres- und Content-Planung, dem Aufsetzen neuer Strategien sowie der Budgetverteilung. Längst ist für viele Profis auch das Influencer Marketing ein wichtiger Teil dieser Überlegungen. Deshalb fasst **Kirsten Hücker, Mitglied der Geschäftsleitung und [HashtagLove-Lead bei der MSM.digital Communications](#)**, die fünf wichtigsten Tipps für den Jahresstart noch einmal zusammen:

### 1. Passende Influencer finden

Die passenden Influencer für die eigene Marke oder eine bestimmte Kampagne zu identifizieren ist nicht ganz leicht. Schließlich müssen es nicht immer die mit den meisten Followern sein – auch Mikro-Influencer können sich gut eignen. Meist sind sie sogar authentischer und haben bei bestimmten Themengebieten einen echten Expertenstatus bei ihren Followern. Für eine gute Kooperation ist vor allem das Engagement des Influencers mit seinen Followern wichtig. Es ist ein Indikator dafür, ob er ein guter Partner ist. Noch besser und authentischer wirkt eine solche Zusammenarbeit, wenn der Influencer intrinsisch motiviert ist, weil er selbst hinter der Marke oder Kampagne steht.

### 2. Trends nicht nur hinterlaufen

Wer schnell ist und Trendthemen und -features in seine Content-Planung aufnimmt und gemeinsam mit Influencern umsetzt, hat den Vorteil, in der Masse an Social-Media-Content hervorstechen zu können. Wichtig ist hierbei allerdings, den Trends nicht nur hinterherzulaufen, sondern auch selbst am Puls der Zeit zu sein. Denn neue Social Media Hypes beispielsweise tauchen schnell auf, verschwinden aber häufig auch genauso fix wieder. Ein Beispiel sind Live-Events, die im letzten Jahr für großes Interesse sorgten. Veranstalter, die schnell ein interessantes Format umgesetzt haben, erhielten enormen Zulauf. Das Format ist mittlerweile zum Standard geworden und man muss viel Kreativität zeigen, um überhaupt noch Interesse für sein Live-Format zu erhalten. Auch jetzt zeigt sich wieder: Wer schnell reagiert und interessante Formate anbietet, hat die Nase vorn.

### 3. Ausreichende Ressourcen einplanen

Influencer Marketing bedeutet neben der Planung auch einen hohen Management-Aufwand im Doing. Daher braucht man entweder intern die Ressourcen, um dies abzudecken. Dazu gehören Aufgaben wie die Recherche von passenden Influencern, Kontaktpflege, Abstimmung der Kampagne und des Contents sowie Vertragsverhandlungen. Alternativ setzt man auf die Expertise und Ressourcen einer Influencer-Agentur.

### 4. Influencer als Content Creator nutzen

Unternehmen stehen stärker denn je vor der Herausforderung, guten Content für Social Media zu erstellen. Die meisten Social-Media-Accounts von Unternehmen sind produktfokussiert und werden eher als Werbekanäle anstatt als tatsächliche Social Channels behandelt. Es wird viel Budget in Social Advertising gesteckt, statt Budget in guten Content zu investieren. Die Unternehmen, die Influencer nicht nur dafür nutzen, Produkte bekannter zu machen, sondern diese auch gleich in ihre Content-Planung einbeziehen, treffen viel besser den Need ihrer Zielgruppe. Die Belohnung liegt meistens in deutlich höheren Engagement-Raten.

### **5. Mut zur Kreativität haben**

Viele Unternehmen betrachten Influencer immer noch als Werkzeug statt als Partner. Es geht nicht darum, dem Influencer etwas an die Hand zu geben und er berichtet dann einfach. Influencer sind Partner und sollten auch so behandelt werden. Brands sollten Mut haben, selbst kreativ zu sein und den Influencer mit einzubinden. Nur so kann eine Marke auch innovativ und überraschend in der Kommunikation sein und so Awareness sowie Reichweite steigern.

+++

### **Über HashtagLove**

Die Full-Service-Influencer-Marketing-Plattform HashtagLove verbindet Marken mit mehr als 13.000 registrierten Mikro- und Makro-Influencern aller relevanten Social-Media-Kanäle. Brands können sich hier mit geeigneten Meinungsmachern vernetzen und Kampagnen buchen, die von HashtagLove individuell kuratiert, operativ umgesetzt und in Echtzeit reportet werden. Hierbei setzt HashtagLove neben individuellen Services für beide Seiten auf innovative Matching-Logik und intelligente Automatisierung. Über die Plattform wurden bereits über 300 reichweitenstarke, authentische Influencer-Kampagnen durchgeführt, unter anderem für das Kinder-Tablet Pebble Gear und den Gaming-Hardware-Anbieter Turtle Beach. Seit Mai 2020 gehört HashtagLove zur Omni-Channel-Marketing-Agentur MSM.digital.

+++

### **Über MSM.digital**

MSM.digital ist eine inhabergeführte Agenturgruppe für Omni-Channel-Marketing. Sie unterstützt Marken dabei, ihre Produkte und Leistungen entlang aller Kontaktpunkte der Customer Journey zu inszenieren und bekannter zu machen und die Kundenbindung langfristig zu stärken. Das Leistungsportfolio umfasst die Bereiche digitale Kommunikation (MSM.digital Communications), digitale Transformation im Handel, POS-Marketing (MSM.digital Channel Marketing), Experiential-Marketing und Retail-Staffing (MSM.digital Brandmates), Technologie-Entwicklung für Web und App (MSM.digital Technology Systems) sowie Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen (MSM.digital AR/VR Labs). Für starke Kampagnen kombiniert MSM.digital unitübergreifend Kommunikationskanäle wie PR, Social-Media- und Influencer-Marketing, E-Commerce-Inszenierungen und Erlebniswelten am POS. MSM.digital betreibt zudem mit [www.hashtaglove.de](http://www.hashtaglove.de) eine der größten Influencer-

---

Plattformen Deutschlands mit über 13.000 Influencern. Die Agenturgruppe beschäftigt zurzeit 95 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Lübeck, Nürnberg, Stockholm und Pune/Indien. Zu den Referenzkunden zählen führende Marken wie AEG, AVM, BANDAI NAMCO, Electrolux, Electronic Arts, Facebooks Oculus, Microsoft, Samsung und Warner Bros. [www.msm.digital](http://www.msm.digital)

[Zur umfassenden Pressemappe von MSM.digital](#)

+++

### **Pressekontakt**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Telefon: +49 (0)40 32 90 47 38 0  
E-Mail: [MSM.digital@frauwenk.de](mailto:MSM.digital@frauwenk.de)