

Pressemitteilung

Sperrfrist: 10. Februar 2021, 8 Uhr

Pressekontakt:

Ziřan Bay

Buzzbird
Brand & Marketing
press@buzzbird.de
+49 (0)30 69200350-2

Markus Kempf

pilot
Corporate Marketing &
Communications
m.kempf@pilot.de
+49 (0)40 303766-7868

Raoul Fischer

StoryWorks
rf@story-works.de
+49 (0)69 27221749-12

Forecast Creator Marketing – Buzzbird und pilot präsentieren die wichtigsten Entwicklungen im Influencer Business für 2021

- Das Influencer Marketing wandelt sich vom reinen Unterhaltungs- zum Informationskanal
- No Bullshit – Nutzer fordern Content mit Mehrwert und Relevanz
- Social Shopping: E-Commerce profitiert vom Influencer Boom
- Live-Content erzeugt ein neues Gefühl der Zusammengehörigkeit

Berlin/Hamburg, 10.02.2021. Soviel schon mal vorweg: Durch Corona hat das Influencer Marketing eine neue Evolutionsstufe erreicht. Covid-19 wirkte hier wie ein Katalysator. Heute geht es mehr denn je um Professionalisierung und Relevanz. Doch wohin genau geht der Trend? Die pilot Agenturgruppe und Buzzbird, die Full-Service-Agentur für strategisches und kreatives Influencer Marketing, haben im aktuellen Forecast Creator Marketing 2021 die wichtigsten Entwicklungen zusammengefasst. Zentrales Ergebnis: Das Influencer Marketing, das inzwischen aufgrund seiner kreativen Komponente häufig Creator Marketing genannt wird, hat sich enorm weiterentwickelt. Relevantere Inhalte und neue Features etwa im Bereich Social Shopping machen es zum unverzichtbaren Part im Mediamix.

Das sind die Top Trends im Creator Marketing

Trend Intellektualisierung: Sowohl Influencer als auch Unternehmen reagieren auf die aktuelle gesellschaftliche Entwicklung. Themen wie Haltung und Moral stehen klar im Vordergrund. Das erwarten die Menschen gerade in Krisenzeiten auch von Marken. Die „No Bullshit“-Forderung der Audience aus 2020 bleibt also in Zukunft bestehen. Creators und Marken, die sich am Diskurs beteiligen, Flagge zeigen und sich mit aktuellen gesellschaftlichen Themen auseinandersetzen, begeistern die Follower.

Storytelling verbindet sich mit messbarem ROI: Die Besinnung auf Haltung und Inhalte, gepaart mit neuen technischen Optionen, macht es möglich, ROI-driven Marketing und Geschichten miteinander zu verknüpfen. Das bedeutet: Performance einerseits und Storytelling und Brand Building andererseits kommen zusammen. Werbetreibende heben das gesamte Potenzial von Creator Marketing.

Content mit Nutzen statt mit Nervfaktor: Die Flut an plumpem Advertising nervt die Community. Wer seine Follower begeistern möchte, sollte mit relevanten Inhalten herausstechen. Die Community ist aufgeklärter und damit auch kritischer geworden. Content mit Mehrwert und Transparenz wird klar eingefordert. Werbeaktivitäten sollten dieser Entwicklung Rechnung tragen.

Live-Content schwört Creators und Community zusammen: Virtuelle Messebesuche, Konzerte und Sportchallenges stärken den Kontakt zur Community – und macht sie damit zum Teil eines Gemeinschaftserlebnisses. Live-Streams statt Vor-Ort-Erlebnisse werden sicher auch 2021 weiter im Fokus stehen. Aber Achtung, sie bergen für Marken auch Risiken – nicht alles ist im Vorfeld planbar. Deshalb: Augen auf bei der richtigen strategischen Auswahl der Influencer/Creators.

Virtuelle Einkaufstouren - der Influencer Boom befeuert das Social Shopping: Der Online-Handel wächst. Doch viele Kunden vermissen den persönlichen Kontakt, den sie beim Einkauf in den stationären Läden schätzen. Das Creator Marketing schließt diese Lücke, denn Influencer kennen die Bedürfnisse und Anforderungen der Zielgruppe und können so Produkt und Vermarktung anpassen.

„Der Anfang einer neuen Ära“

Vom Branding bis hin zum harten Abverkauf – mit Creator Marketing ist alles möglich. Buzzbird-CEO Katrin Kolossa sieht für Marken ganz neue Chancen. Auch für solche, die sich bisher noch nicht an das Thema herangewagt haben. Sie will auch diesen Unternehmen neue Welten erschließen: „2021 eröffnet uns unausgeschöpfte Potenziale. Jetzt heißt es mutig sein und diese Chancen zu ergreifen. Für uns beginnt mit 2021 nicht nur ein neues Jahr, es ist der Anfang einer neuen Ära.“ pilot-Geschäftsführer Kristian Meinken sagt: „Es ist beachtlich zu sehen, mit welcher Kreativität und auch mit welchem Unternehmergeist Influencer bzw. Creator Menschen um sich versammeln. Dort wo Authentizität, Reichweite und Verantwortungsbewusstsein zusammenkommen, können Unternehmen wichtige Partner für ihre Kommunikation finden.“

Als Basis für den Forecast dienten unter anderem der aktuelle pilot Radar sowie weitere Studien und Erhebungen. pilot und Buzzbird haben die darin dargestellten Entwicklungen aus 2020 analysiert und diese im nun vorliegenden Report zusammengefasst. Übrigens: Zu den Themen Live-Shopping sowie gesellschaftliche Verantwortung gewährt der Trendreport anhand von Best Cases wertvolle Einblicke in relevante Entwicklungen und liefert praxisbezogene Anregungen für eigene Influencer-Marketing-Initiativen. Zusätzlich wartet das Dossier mit einem Channel-Check auf. Von Instagram und LinkedIn über TikTok und Twitch hin zu Triller oder Reddit sowie dem neuesten Stern am Plattformhimmel, Clubhouse, werden die wichtigsten Channels beleuchtet. Den Forecast Creator Marketing 2021 können Interessierte ab dem 11.02.2021 unter <https://bit.ly/2MMQHG9> herunterladen.

Über Buzzbird

Buzzbird ist eine führende deutsche Full-Service-Agentur für strategisches und kreatives Influencer-Marketing. Sie bietet Marken und anderen Agenturen Know-how sowie passende Lösungen, um Kampagnen zielgerichtet zu planen und umzusetzen – Strategie, Konzeption, Durchführung, Evaluation und Marktforschung, alles aus einer Hand. Mit den

Geschäftsführern Katrin Kolossa und Andreas Türck arbeiten heute am Standort Berlin 35 Mitarbeiter für Marken wie LinkedIn, Sky, Amorelie und andere. Buzzbird war 2016 als Multi-Plattformlösung für Influencer-Marketing gegründet worden.

Über pilot

pilot ist eine der größten unabhängigen und inhabergeführten Agenturgruppen Deutschlands. Gestartet als Mediaagentur für klassische und digitale Medien, ist pilot heute ein Full-Service-Dienstleister für effektive Markenkommunikation. An den Standorten in Hamburg, München, Berlin, Stuttgart, Nürnberg und Mainz arbeiten über 400 Experten aus verschiedenen Fachbereichen integriert zusammen. So entstehen bei pilot innovative Kommunikationslösungen, mit denen Marken ihre Zielgruppen in der modernen Marketing- und Medienlandschaft erfolgreich erreichen und nachweislich mehr Wirkung erzielen können. pilot ist Gründungsmitglied des globalen Agenturverbands Local Planet. Zum Kundenkreis von pilot zählen namhafte nationale und internationale Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen – darunter Dr. Oetker, Hochland, Techniker Krankenkasse, Smyths Toys Superstores, Jack Wolfskin, MOIA oder Weleda.