



# Ihre Influencer Kampagne 2024

## Die „neuen“ Multiplikatoren für Ihre Produktbotschaften

---

- ✓ An Influencern führt kein Weg mehr vorbei – wir öffnen Türen
- ✓ Das TV der Zukunft ist digital, interaktiv und emotional
- ✓ Neue Kanäle mit unfassbarer Reichweite für Ihr Produkt
- ✓ Jüngere Zielgruppen, die ihren Social Media Idolen vertrauen
- ✓ Influencer Marketing als wichtiges Puzzleteil der Vermarktung

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING

Auszug der finn & sawyer Kundenliste:



## Wer ist finn & sawyer?

Wie wohl jede Agentur, behaupten auch wir maßgeblich zu Ihrem Erfolg beitragen zu können.

### *Was unterscheidet uns dann von anderen?*

Wir kennen Ihre Perspektive, denn hinter finn & sawyer stehen Macher aus der Wirtschaft, die über Jahrzehnte erfolgreich Unternehmen im Tourismus-, Gesundheit- & Medienbusiness aufbauten und führten.

Heute geben wir unsere Erfahrungen, die Vorteile aus unseren Netzwerken und unsere Sonderkonditionen, die wir über viele Jahre verhandeln und aufbauen konnten, an ausgewählte Kunden verschiedener Branchen weiter.





## Kennen Sie zum Beispiel Knossi?

Knossi ist sozusagen der „König“ aller Influencer!

Wenn Sie ihn nicht kennen, ist es nicht schlimm, denn wir kennen ihn und zahlreiche weitere Influencer, die heute als Multiplikatoren Millionen – meist junge – Menschen erreichen.

Die Entertainer der neuen digitalen Welt sind keine Randerscheinung mehr. Sie sind vielmehr der Schlüssel zum Erfolg bei immer mehr Nutzern.

Ergänzend zu klassischer Werbung bringen wir Sie bzw. Ihre Produkte in die „Empfehlungen“ von Knossi und weiteren wichtigen Influencern, die oft mehr Reichweite als traditionelle Medien erzielen.

#fernsehen #streaming #twitch #bigbrother  
#bigbrotherknossiedition #genz #socialmedia



68

6 Kommentare



Gefällt mir



Kommentar



Direkt teilen



Senden



**Achim Holzmann** · 1.

Technischer Leiter

Ich durfte Knossi bei einer Produktion ebenfalls kennenlernen. Ich kann es so nur bestätigen. Unterhaltung pur! Neues TV ja!

## Und was ist eigentlich Twitch?

Twitch ist die Verlängerung von der analogen- in die digitale Welt für eine jüngere Zielgruppe.

Noch nie gehört ?

Dann schauen Sie einmal rein: Auf Twitch wird Video-Streaming durch Features erweitert, die aus der reinen Plattform für Übertragungen eine **aktive Community** machen.

Twitch bietet seinen Nutzern genau das, was lineares Fernsehen nicht erfüllen kann: Dynamische Live-Inhalte, direktes Feedback der Zuschauer und die Möglichkeit, **Content aktiv** mitzugestalten.

Und wir bringen Sie rein. Effizient und kostengünstig!

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING

# Beispiele modernen Influencer Marketings

**Beispiel 1** (bitte anklicken):

[REWI IST SO GESTÖRT 🤔🔥 | Alexis around the World Tag 1 | BEST OF \(youtube.com\)](#)

*Reiseformat auf Twitch & YouTube mit wechselnden Destinationen und Influencern (multiplizieren Reichweite)*

**Beispiel 2** (bitte anklicken):

[HAUTNAH im Geschehen: FLUGHAFEN Weeze 😎 | Folge 1/3 \(youtube.com\)](#)

*Adam Wolke hinter den Kulissen am Flughafen Weeze  
Live-Dokumentation über den Flughafen Weeze auf Twitch.  
3-teilige Zusammenfassung auf YouTube*



Viele junge Leute machen ihre Kaufentscheidung von den Empfehlungen der Influencer abhängig. JACKIE / ISTOCKPHOTO

Beate Kranz

## Im Bann der Influencer

Ob beim Einkauf oder den politischen Ansichten: Junge Menschen richten sich nach Youtube- oder Instagram-Stars

**Berlin.** Pamela Reif ist Fitness-Influencerin. Mit ihren Work-outs und Videos animiert sie viele zum Mitmachen. Allein auf Youtube folgen ihr 9,79 Millionen Menschen. Die 27-Jährige zählt damit zu den erfolgreichsten Youtuberinnen in Deutschland. Auf Instagram kommen weitere Millionen hinzu. Zudem ist sie Buchautorin und hat ihre eigene Food-Marke. Die Zahl der Influencer in Deutschland lässt sich selbst in der Branche nur grob schätzen und reicht von 100.000 bis einige Millionen, die auf Plattformen wie Instagram, Youtube, X & Co. unterwegs sind.

Ein Millionenpublikum wie Reif haben jedoch nur wenige. Die Fangemeinde von Influencern ist jung und groß, wie eine repräsentative Umfrage zeigt. 91 Prozent der Bevölkerung im Alter von 18 bis 40 Jahren folgen Influencern. Für jeden Zweiten sind sie sogar Vorbilder. Follower lassen sich von neuen Themen begeistern, kochen nach ihren Rezepten oder entdecken durch sie neue Hobbys.

### In Ballungsräumen sind mehr Menschen Follower

37 Prozent kaufen Produkte, weil sie von Influencern entwickelt wurden. Bei jedem Dritten haben Influencer sogar Einfluss auf die politische Meinung, das eigene Verhalten und die Geldanlage. Dies hat eine Befragung von 2000 Deutschen durch das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) für die Baulig Consulting ergeben, die unserer Redaktion vorliegt.

Je jünger die Menschen, desto offener sind sie für Influencer. Unter den 18- bis 24-Jährigen werden nur drei Prozent nicht von Social-Media-Promis erreicht – 97 Prozent folgen ihnen. Unter den 25- bis 34-Jährigen folgen acht Prozent keinem Influencer, unter den 35- bis 40-Jährigen können bereits 15 Prozent nichts mit den Inhalten anfangen, so die Umfrage. Gefragt sind bei fast jedem Dritten vor allem Beiträge zur psychischen Gesundheit und zur Selbstfürsorge, Karrieretipps, Beiträge zu den Bereichen Ernährung, Gesundheit sowie zu Geldanlagen und Finanzen.

90 bis 95 Prozent der Erwachsenen bis 40 Jahren folgen Influencern. In Ballungsräumen sind es besonders viele: In München folgen 95 Prozent Influencern, in Hamburg 94 Prozent, während es in Sachsen nur 84 Prozent sind. Jedoch lassen sich Frauen etwas lieber von Influencern inspirieren als Männer: zum Beispiel



Pamela Reif ist eine der erfolgreichsten Fitness-Influencerinnen.

S. GLANZE/FFS

in den Bereichen Mode, Lifestyle oder Reisen. Hier nehmen 62 Prozent gerne Tipps an, bei Männern trifft dies nur für 38 Prozent zu. 40 Prozent der Frauen orientieren sich an den Kauf Tipps, zehn Prozent mehr als unter Männern. Eine große Mehrheit (77 Prozent) denkt, dass Influencer ein Vorbild für die junge Generation sind und deren Werte prägen. Mehr als 60 Prozent glauben, dass Influencer öffentliche Diskurse bestimmen.

Influencer spielen auch in der Werbung eine immer größere Rolle. „Influencer-Werbung ist inzwischen für viele Marken Teil des Media-Mix und ein bedeutsames Segment“, sagt der Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), Bernd Nauen. Laut Statista flossen 2023 rund 569 Millionen Euro Werbegelder an Influ-

encer in Deutschland. Bis zum Jahr 2028 könnte der Umsatz geschätzt auf 905 Millionen steigen – ein Wachstumsmarkt. Allerdings ist die Summe im Vergleich zum gesamten deutschen Werbemarkt von fast 49 Milliarden Euro noch eine Nische.

### Als Content Creator geht es nicht allein um die Reichweite

„Die Magie der Influencer liegt in ihrer Fähigkeit, eine Brücke zwischen Marken und Konsumenten zu schlagen“, meint Jeanette Okwu, Vorständin im Bundesverband Influencer Marketing (BVIM). „In einer Welt, in der traditionelle Werbeformate oft als störend empfunden werden, bieten Influencer einen subtileren, persönlicheren Zugang. Sie sind die Geschichtenerzähler, die Produkte und Dienstleistungen in den Kontext des täglichen Lebens stellen.“

Auch Influencer, die weniger Follower, dafür aber eine enge Bindung zu ihrem Publikum haben, spielen eine Rolle. Denn es geht nicht nur um Reichweite. „Qualität, Authentizität und Engagement sind die neuen Währungen in diesem Spiel“, meint Okwu.

Einen wachsenden Einfluss von Influencern erwartet auch der Chef der Werbeagentur Charles & Charlotte. Sie seien „meisterhaft darin, sich anzupassen und echte Beziehungen zu ihrem Publikum aufzubauen, was in einer Welt, in der Authentizität und Glaubwürdigkeit immer mehr zählen, extrem wertvoll ist“, sagt Pascal Fiedler. „Ihre Empfehlungen wirken wie persönliche Tipps unter Freunden – glaubwürdig und vertrauenswürdig.“

# Warum Influencer – Marketing? – Im Bann der Influencer!

„Das Marketing-Thema der Zukunft“!

Quelle: WAZ, 07.02.2023

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING



# 3 Schritte zum Influencer-Erfolg

## Schritt 1

---

- Wir entwickeln mit Ihnen gemeinsam Ihre Influencer Kampagne
- In enger Abstimmung mit Ihnen erstellen wir ein konkretes Briefing, welches auf Ihre Ziele ausgerichtet ist
- Sie erhalten ein detailliertes Konzept von uns

€ 499,- zzgl. MwSt.

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING



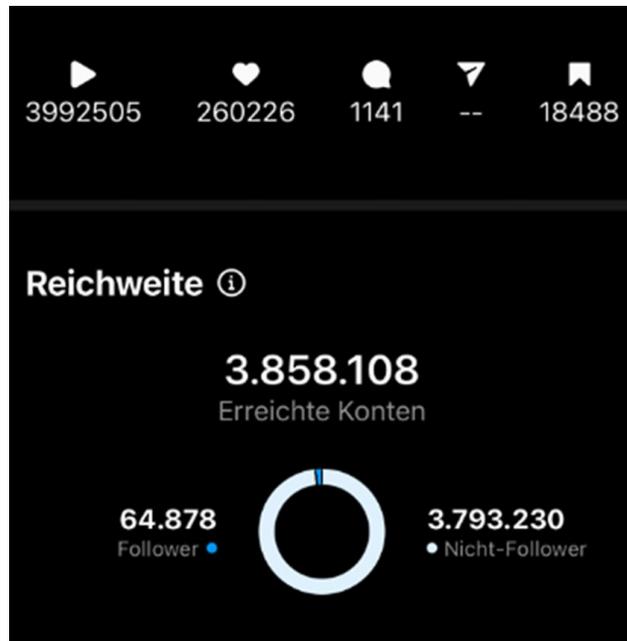
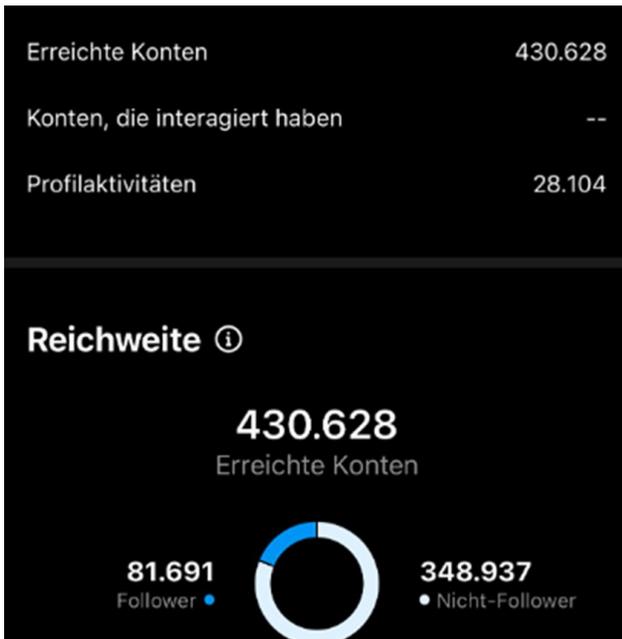
## 3 Schritte zum Influencer-Erfolg

### Schritt 2

- Budgetplanung Ihrer Influencer Kampagne entsprechend Ihrer Reichweitenziele
- Ihr Budget bestimmt die Power Ihrer Kampagne
- Wir schreiben Ihre Kampagne an über 10.000 Influencer aus, punktgenau für Ihre Zielgruppe mit der maximalen Reichweite für Ihr festgelegtes Budget
- Ausschreibung inklusive Realisierung, also Umsetzung der Kampagne / es entstehen keine weiteren Kosten

**ab € 5.000,- zzgl. MwSt.**

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING



# 3 Schritte zum Influencer-Erfolg

## Schritt 3

- Es erfolgt ein gemeinsames Abschlussgespräch und eine Analyse der Kampagne
- Sie erhalten eine detaillierte Dokumentation über Ihre Kampagne inklusive Reichweitenmessung

**€ 299,- zzgl. MwSt.**



# Zusammenfassung

Werden Sie emotional sichtbar in der digitalen Welt!

Wir kennen uns aus in den traditionellen und zukunftsorientierten Medien und planen Ihnen Ihre Maßnahmen unter strikter Einhaltung Ihres Budgets.

Kommen Sie auf uns zu, denn wir können die neue Marketingwelt so zugänglich machen, dass es nicht erforderlich ist, dass Sie sich tief in die Materie einarbeiten müssen.

Wir sind Ihre Brücke ins Influencer Marketing.

*finn & sawyer*  
MEDIA MARKETING



## Ihr Kontakt

---

finn & sawyer Media Marketing GmbH

Alfredstr. 81  
45130 Essen

Tel.: +49 (0) 201 - 99 99 98 90

Mail: [mail@finn-sawyer.de](mailto:mail@finn-sawyer.de)  
Web: [www.finn-sawyer.de](http://www.finn-sawyer.de)

Stand: 10.01.2024. Änderungen möglich.