

Vom WOW zum ROI – Glamour vs. Substanz – die Healthcare-Influencer-Marketing-Serie Teil 3

# „Ach, das ist Influencer Marketing?“

Woran denkst du, wenn du den Begriff Influencer Marketing hörst? Mode? Beauty? Glamour? Von wegen! Klar ist nicht zu leugnen ist, dass auf Social Media oft eine aufpolierte Scheinwelt gezeigt wird. Allerdings wird häufig vergessen, dass man auf Accounts und in Communities genau das trifft, was soziale Netzwerke eigentlich ausmacht – Menschen! Echte und natürliche Menschen, die dieselben Themen und Herausforderungen beschäftigen wie dich und mich.

>> Bei Influencer Marketing liegen Image und Realität weit auseinander. Häufig von außen mit Vorurteilen behaftet, nehmen Online-User Influencer Marketing gar nicht als solches wahr, wenn sie im Alltag damit konfrontiert sind: Man erwartet Werbung, erlebt aber Kommunikation zwischen Menschen.

Dadurch ist Influencer Marketing weit mehr als Oberflächlichkeit, platte Werbesendungen und unpassende Produktplatzierungen. Vielmehr haben sich durch Social Media und Blogs neue Wege aufgetan, die Berichte mit Tiefgang erlauben, Wissen vermitteln können und viel nachhaltiger sind als herkömmliche Formen von Produkt- und Markenkommunikation. In Blogbeiträgen und Video-Content können umfangreiche Informationen geschickt verpackt werden, über Reels und Posts erreicht man die richtigen Interessensgruppen. Und das Beste: Hinter den Botschaften stehen Personen mit ihren Gesichtern und das stärkt Vertrauen. Influencer-Kommunikation ist also prädestiniert für Themen rund um Menschen und Gesundheit, für tiefere Wissensvermittlung und Anwendung von Produkten im Alltag.

Als Agentur verbinden wir Influencer Marketing mit glaubwürdiger Kommunikation auf Augenhöhe und hochwertigem Content im richtigen Kontext. Für unsere Kunden bedeutet es spitze Zielgruppenansprache und wertvolle Insights. Aber wie sehen das Influencer? Wir haben einige davon nach Ihrer Meinung gefragt. Wechseln wir die Perspektive und lassen uns Influencer Marketing von Content Creators erklären und wie sie ihre eigene Rolle dabei sehen.

## Influencerinnen erklären Influencer Marketing:





 1.6m Follower


**Maya // vegan recipes**  
Video-Creator

Maya Leinenbach, 17,  
@fitgreenmind

„Influencer Marketing bedeutet für mich eine Win-Win-Situation. Es ist profitabel für die Marke, den Influencer, und die Community des Influencers kann durch einen Rabattcode oder ein Gewinnspiel ebenfalls davon profitieren.“

Ich bin für meine Community eine Expertin für veganes Essen. Dabei zählen sie nicht nur auf meine Rezeptideen, sondern auch Empfehlungen für Produkte, die mich vollstens überzeugen und auch ihnen einen Mehrwert bieten können.“



 57,6k Follower

**LARA | recoveringlara**  
Blogger/in


Lara Marie Coutinho, 22,  
@laramariemcoutho


„Influencer Marketing bedeutet für mich die Planung einer Werbekampagne mit Influencer:innen. Ein Unternehmen kann sich gezielt eine passende Zielgruppe aussuchen und profitiert durch die Nähe der Influencer:innen zu deren Followern.“

Ich würde mich als Content-Creator beschreiben und produziere öffentliche Inhalte, die meiner Community einen Mehrwert bieten. Zum Beispiel inspiriere ich sie dazu, vegane Gerichte auszuprobieren. Während einer Zusammenarbeit mit einer Firma helfe ich dabei, die Marke bekannter zu machen und biete vor allem bei langfristigen Kooperationen einen Rabattcode, damit meine Community auch davon profitiert. Ein Teil meiner Abonnenten folgt mir bereits seit 4 Jahren, hat einen ähnlichen Geschmack und vertraut mir.“

### Ja, das ist Influencer Marketing

Auch die Erfahrung von Influencern zeigt: Hinter Influencer-Kooperationen steckt meist nicht die Intention von Werbung. Stattdessen geht es um persönliche



 358.3 K Follower

**MONA | FOOD & HEALTH**  
Recipes and a healthy lifestyle

Mona Arndt, 22,  
@healthyholylife

„Influencer Marketing bedeutet für mich, dass Unternehmen mit Influencern, also Personen mit Expertenstatus in einem bestimmten Bereich und Reichweite in den sozialen Medien, zusammenarbeiten, um ihre Produkte authentisch bei der Zielgruppe bekannt zu machen.“

Ich teile meine Leidenschaft für einen gesunden Lebensstil mit meiner Community und versuche dabei eine Art Vorbild und Inspiration zu sein, um meinen Followern zu zeigen, wie sie ebenfalls bewusster leben können. Neben Einblicken in meinen Alltag und gesunden Rezepten teile ich auch Empfehlungen für Produkte, die mir selbst helfen, gesünder zu leben und hierbei kommt dann Influencer-Marketing ins Spiel.“

Empfehlungen, um vertrauensvolle Kommunikation mit Leidenschaft und darum, Interessen zu teilen und einander einen Mehrwert zu bieten. Influencer Marketing ist also keine Reklame, Influencer Marketing ist Empfehlungsmarketing. Und das hat

Substanz – für Unternehmen, für Creators und für deren Follower. <<

