

# Influencer Relations – Wie aus dem ersten Date die *große Liebe* wird!

## #1 One-Night-Stand oder Beziehung?

84%

der Influencer wünschen  
sich langfristige  
Kooperationen

56%

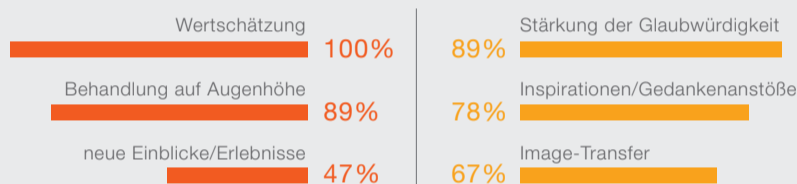
der Brands setzen auf  
eine langfristige  
Zusammenarbeit

## #2 Spontan oder strategisch?

56% der Brands haben noch keine feste Influencer-Strategie.

32% haben für einzelne Kampagnen eine Strategie.  
Bei nur 12% sind Influencer Relations ein fester Bestandteil der Gesamtstrategie.

## #3 Ich erwarte ... (Top 3 Antworten)



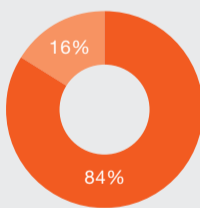
## #4 Wie wichtig sind KPIs?

63%

der Influencer glauben, dass durch den KPI-Druck der Unternehmen einige Kollegen verstärkt Fake Follower kaufen.

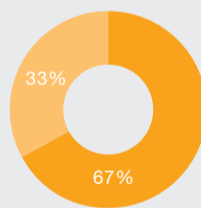
Über 50% der Brands geben an, ihre Influencer aufgrund von KPIs auszuwählen.

## #5 Der Ruf nach Professionalisierung



84% der Absprachen laufen per Mail  
16% setzen auf Kooperationsverträge

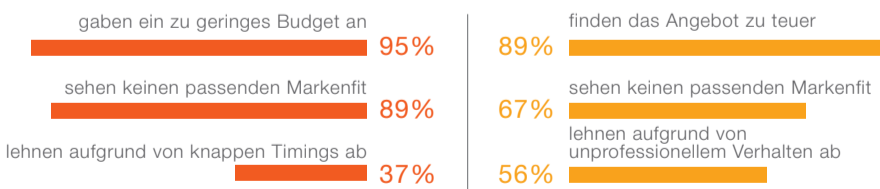
Erstaunlich ist hierbei, dass knapp **70% der Brands** angeben, dass sie die Kennzeichnungspflicht nicht für zwingend notwendig halten!\*



67% der Absprachen laufen per Mail  
aber schon 33% setzen auf Verträge

\*33% versuchen sie zu vermeiden, 22% könnten darauf verzichten, 13% wenn der Influencer darauf besteht

## #6 Willst du mit mir gehen? – Nein, weil ... (Top 3 Antworten)



Bei Teilnahme an Events oder Reisen sollten in jedem Fall die Reisekosten von den Brands übernommen werden, finden **84% der Influencer**. Für **58%** ist eine Vergütung und für **42%** ein spannendes Rahmenprogramm Voraussetzung für eine Teilnahme.

## #7 Gefragter Typ

2,4

Anfragen erhält ein Macro-Influencer pro Tag

1,6

Anfragen sind es bei einem Micro-Influencer pro Tag