

Wie viel Einfluss haben Influencer tatsächlich?

AIM-Consumer: Hohe Sichtbarkeit, aber noch geringe Bindung

Vor zehn Jahren noch hätte man sie wohl eher mit dem Grippe-Virus assoziiert, heute sind sie in aller Munde. Sie haben sich zum Ziel gesetzt, andere zu beeinflussen, viele bekannte Marken setzen sie als Botschafter ein. Die Werbewelt ist dabei, sich zu einigen, ab wann ihre Beiträge als Werbung gekennzeichnet werden müssen. Viele haben schon von ihnen gehört, manche haben ihre Beiträge gelesen, deutlich weniger folgen ihnen regelmäßig. Die Rede ist von Influencern. Der Austrian Internet Monitor verschafft einen Überblick über das Phänomen.

Hohe Bekanntheit der Influencer

Zwei Drittel (69%) der Internetnutzer haben schon von Bloggern und Vloggern gehört, die in sozialen Netzwerken oder auf Youtube aktiv sind und deren Beiträge abonniert werden können. Das hat INTEGRAL im Rahmen des Austrian Internet Monitor bei 500 telefonisch Befragten herausgefunden. Konkret beschäftigt hat man sich mit dieser neuen Form der Opinion Leader allerdings noch recht wenig: Nur gut jeder dritte Internetverwender hat tatsächlich schon Beiträge von Influencern gesehen. Besonders hoch ist die Aufmerksamkeit bei den unter 30-Jährigen und geht mit zunehmendem Alter drastisch zurück.

Jeder Fünfte im Web folgt Influencern

Die Abonntenschaft ist dem gegenüber noch eher zurückhaltend. Lediglich 20% der Internetnutzer – also 17% der Gesamtbevölkerung – folgen aktuell einem oder mehreren Influencern. Auch dies ist in hohem Ausmaß eine Altersfrage: bei den unter 20-Jährigen sind es eindrucksvolle 56%. Auch Personen in Ausbildung sind überdurchschnittlich eifrige Follower. Doch auch die Lebenswelt nimmt Einfluss auf das Interesse an Influencern. „Besonders die Zukunftsmilieus – also die Digitalen Individualisten und die Adaptiv-Pragmatischen – sind empfänglich für Influencer. Die Digitalen Individualisten, die neue Elite, sind sehr aktive Nutzer, gestalten gerne und treten daher oft auch selbst als Influencer auf. Die Adaptiv-Pragmatischen, die neue Mitte, nehmen die Orientierung, die ihnen Influencer bieten, unterdessen dankbar auf, werden aber kaum selbst meinungsbildend aktiv.“, so Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL.

Letsplayers sind ein Minderheitenprogramm

Eine Spezialform der Influencer sind so genannte Letsplayers, welchen man beim Spielen von Online-Games zusehen kann. Diese sind bei einer Minderheit in Österreich schon angekommen – 11% der Internetnutzer haben schon einmal solchen Letsplayers beim Spielen zugeesehen. Besonders beliebt sind diese bei Teenagern.

Der INTEGRAL AIM-Consumer wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung mittels telefonischer Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. INTEGRAL ist Spezialist im Bereich der Internet- und Onlineforschung und liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien. Damit verfügt INTEGRAL über eine 20-jährige Forschungserfahrung im Bereich Internet.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur

Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

www.integral.co.at, Anfragen an aim@integral.co.at, Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94



Frage 50.B1/B2/B3: Haben Sie schon einmal von sogenannten Influencern, also Personen, die in sozialen Netzwerken bzw. auf YouTube sehr bekannt sind und deren Beiträge abonniert werden können, gehört?/Haben Sie schon Beiträge von Influencern gesehen?/Folgen Sie aktuell einem oder mehreren Influencern?

Basis: Internetnutzer (Q3), n=430