

# Pressemeldung

## Influencer Marketing auf dem Weg zum Milliardenmarkt

- **Goldmedia-Studie ermittelt erstmals Marktumsätze für Influencer Marketing in der DACH-Region**
- **30.000 deutschsprachige digitale Meinungsführer erzielten 2017 bereits Umsätze in Höhe von 560 Mio. EUR**
- **Bis 2020 wird der Influencer Markt laut Goldmedia-Prognose auf knapp eine Mrd. EUR (990 Mio. EUR) in DACH anwachsen**

Berlin, den 20. März 2018. Influencer Marketing entwickelt sich zur festen Größe im digitalen Marketing: Rund 30.000 deutschsprachige Instagrammer, YouTuber & Co. gibt es in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH). Insgesamt erzielten die Influencer im Jahr 2017 Nettoerlöse (monetär und nicht-monetär) in Höhe von rund 560 Millionen Euro. Doch die Entwicklung geht weiter: Nach Goldmedia-Prognoserechnung wird der Markt für Influencer Marketing in der DACH-Region jährlich um rund 20 Prozent zulegen und damit 2020 bereits an der Milliardengrenze kratzen. Aus dem Trend wird Mainstream.

Setzt sich die Professionalisierung der Branche fort und bleibt die positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung stabil, wird das Marktvolumen für Influencer Marketing allein in Deutschland bis 2020 auf über 800 Millionen Euro anwachsen. Damit würde Influencer Marketing auf knapp ein Sechstel der TV-Werbeumsätze (Netto) steigen.

Dies sind Ergebnisse der aktuellen Marktstudie „*Influencer Marketing in the DACH Region: Market Structure, Size and Future Outlook*“ der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia ([www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)), mit der erstmals eine valide Analyse zur Marktgröße von Influencer Marketing im deutschsprachigen Raum vorliegt.

### ***Influencer erzielen die höchsten Erlöse auf YouTube und Instagram***

Als Influencer werden in der Studie digitale Meinungsführer in sozialen Medien mit mindestens 10.000 Followern gefasst. Deren Erlösquellen sind vielfältig: Neben der direkten Bezahlung für gesponserte Fotos, Videos oder eine Story

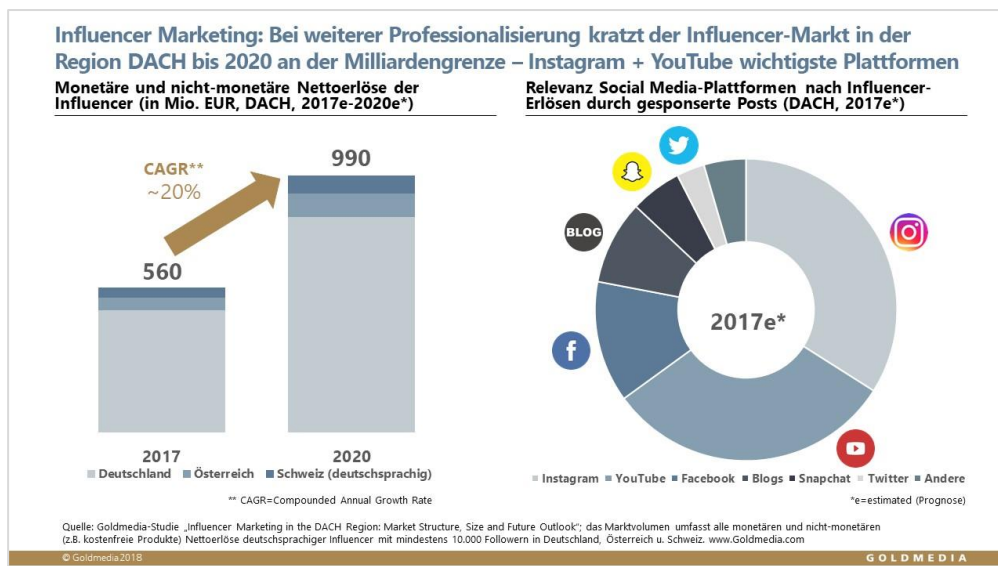
gibt es für Influencer diverse andere monetäre und nicht-monetäre Einnahmeformen. Dazu zählen Umsatzbeteiligungen im Rahmen von Affiliate Marketing-Vereinbarungen mit Werbungtreibenden oder auch kostenfrei zur Verfügung gestellte Produkte, Reisen etc. Den größten Umsatzanteil erzielen Influencer jedoch mit direkt vergüteten, gesponserten Postings.

Instagram und YouTube sind für Influencer die mit Abstand wichtigsten Social Media-Plattformen. Weit mehr als die Hälfte der Einnahmen durch gesponserte Posts werden hier generiert (siehe Grafik).

### ***Branche braucht Professionalisierung der Akteure und Standards***

Influencer Marketing verlässt die Experimentierphase und wird immer mehr zum integralen Bestandteil von Marketingaktivitäten. Für ein kontinuierliches Wachstum der Branche ist jedoch eine weitere Professionalisierung der Akteure und Prozesse notwendig. Dazu gehört auch, dass sich Influencer mit ihren Aktivitäten inhaltlich fokussieren und werbliche Inhalte auf Influencer-Kanälen konsistent kenntlich gemacht werden. Nur so kann das wichtigste Kapital der Influencer erhalten bleiben – ihre Authentizität und Glaubwürdigkeit.

### ***Grafik: Umsätze Influencer Marketing 2017-2020, Region DACH***



**Quelle:****Studie „Influencer Marketing in the DACH Region: Market Structure, Size and Future Outlook“**

Die Studie zu Influencer Marketing in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz bietet Marktzahlen und Prognosen von 2017 bis 2020. Diese basieren auf Szenarioanalysen, denen u.a. Social Media Analytics-Daten, Angaben von 1.000+ Influencern sowie Tiefeninterviews mit Branchenexperten zugrunde liegen. Das Marktvolumen umfasst alle monetären und nicht-monetären Erlöse. Darüber hinaus bietet die Studie eine detaillierte Beschreibung der Marktstruktur, seiner Akteure und Prozesse sowie eine Klassifizierung der Influencer. Die Studie analysiert die verschiedenen Erlösquellen im Influencer Marketing, die Bedeutung der einzelnen Social Media-Plattformen und benennt Erfolgs- und Wachstumsfaktoren.

Weitere Informationen und Bestellung: <https://www.goldmedia.com/studien>

**Goldmedia-Newsletter: Sie möchten informiert werden über Goldmedia-News?**

<http://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>

**Pressekontakt**

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Goldmedia**

Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf Medien, Entertainment und Telekommunikation. Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Das Leistungsspektrum umfasst dabei die Bereiche Consulting, Research sowie Personal- und Politikberatung. Standorte sind Berlin und München. Weitere Informationen: [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)