

Marina Müller

Der Einfluss des Influencer-Marketings auf
die Nachfrage nach Konsumgütern.
Methoden und Zusammenhänge

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346866554

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1352369>

Marina Müller

Der Einfluss des Influencer-Marketings auf die Nachfrage nach Konsumgütern. Methoden und Zusammenhänge

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Bachelorarbeit

Der Einfluss des Influencer-Marketings auf die Nachfrage nach Konsumgütern

Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur

Studiengang: Business Administration

Fachrichtung: Marketingkommunikation und Public Relation

Fachsemester: 6, Gruppe Nr. 1

Verfasser: Marina Müller

Abgabetermin 02.07.2020

Anzahl der Wörter: 15.443

- (1) Was versteht man unter Influencer-Marketing und welche Arten gibt es?**

- (2) Welcher Zusammenhang besteht zwischen den Ausgaben für Influencer-Marketing und der Nachfrage nach Konsumgütern aus theoretischer Sicht?**

- (3) Welcher quantitative Zusammenhang besteht zwischen Umsatz und Influencer-Marketing?**

Abstract

Das Thema dieser Bachelorarbeit lautet: Der Einfluss des Influencer-Marketings auf die Nachfrage nach Konsumgütern. Aufgrund der Undurchschaubarkeit von Influencer-Marketing haben Unternehmen Probleme, ihren Erfolg bzw. ihren Umsatz durch diese Marketingaktivität zu messen.¹ Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist es, den quantitativen Zusammenhang zwischen Umsatz und Influencer-Marketing zu messen. Dafür wird die Methode einer "modifizierten Metaanalyse" genutzt. Ebenso wird erforscht, inwieweit Kunden sich durch Influencer beeinflussen lassen, sodass sich die Nachfrage dadurch bei bestimmten Konsumgütern verändert. Die Ergebnisse der Arbeit weisen einen Zusammenhang zwischen Influencer-Marketing und Umsatz auf, bei dem bestimmte Faktoren den Umsatz der Unternehmen maximieren könnten. Zum einen ist es sinnvoll, wenn Waren aus dem Bereich "Beauty" oder "Technik" durch Influencern vermarktet werden, da diese am häufigsten nachgefragt werden. Des Weiteren sollten die Unternehmen darauf achten, dass der ausgewählte Influencer die Waren gut präsentiert und das Vertrauen der Zielgruppe gewinnt. Im Durchschnitt haben 37% der Befragten in den letzten drei Jahren schon einmal ein Produkt gekauft, welches von einem Influencer beworben wurde. Die Ausgaben der Unternehmen für Influencer-Marketing steigen jährlich stark an. Ebenfalls steigt die Nachfrage nach Konsumgütern, an. Im Gegensatz zu den Ausgaben jedoch nur leicht. Daraus kann geschlossen werden, dass Influencer-Marketing hauptsächlich dazu dient, die Präsenz von Marken und Unternehmen zu steigern sowie mit dem Influencer eine positive Assoziation zu der Marke aufzubauen. An zweiter Stelle steht die Chance mit dieser Marketingaktivität Umsatz zu generieren.

The topic of this bachelor thesis is: The influence of influencer marketing on the demand for consumer goods. Due to the inscrutability of influencer marketing, companies have problems to measure their success or revenue through this marketing activity.² The goal of this bachelor thesis is to measure the quantitative relationship between revenue and influencer marketing. Therefore the method of a "modified me-ta-analysis" is used. It also investigates the extent to which customers can be influenced by influencers so that demand for certain consumer goods changes as a result. The results of the work show a correlation between influencer marketing and sales, where certain factors could maximize the sales of the companies. On the one hand, it makes sense if goods from the "beauty" or "technology" sector are marketed by influencers, as these are the most frequently requested

¹ Vgl. BVDW, 2018 zitiert nach Statista, 2020d.

² Vgl. BVDW, 2018 zitiert nach Statista, 2020d.