

Future of Marketing Kongress 2024

BEYOND THE FEED

Integriertes

Influencer

Marketing

KETCHUM

Hi! 🙌



VIVIENNE HÖDL
Account Director & Influencer Lead
Ketchum Austria
vivienne.hoedl@ketchum.at



TANJA PFINGSTL
Marketing Managerin
Bolton Austria
tpfingstl@boltonaustria.at



Let's connect on
LinkedIn! 🙌



[linkedin.com/in/viviennehoedl](https://www.linkedin.com/in/viviennehoedl)

KETCHUM AUSTRIA

Österreichs **unkonventionellste** Kommunikations-Agentur.



A global communications consultancy built to create impact.

AUF DER GANZEN WELT ZU HAUSE

68

COUNTRIES



WORLDWIDE

MARKET
LEADER



EUROPE

TOP **3**
PLAYER



AUSTRIA

DACH
CONSULTANCY
OF THE YEAR



2023

EIN AUSZUG UNSERES **KUNDENPORTFOLIOS**



BOLTON AUSTRIA

Italienisches,
multinationales
Familien-
unternehmen

60 Marken

Food, Home &
Personal Care,
Adhesives



BOROTALCO

UHU®

AGENDA

- 1 INFLUENCER MARKETING 101**
- 2 LAUNCH RIO MARE PESTO**
- 3 TRENDS & INSIGHTS**
- 4 Q&A**



INFLUENCER MARKETING 101

FACTS & FIGURES

> 21
Mrd. \$

... wurden 2023 für
Influencer-Marketing
ausgegeben

> 26 % nutzen Social
Media, um Inspiration und
neue Produkte zu finden



Instagram ist die beliebteste
Plattform für Influencer-
Marketing Umsetzungen



Durchschnittlich wird **Social
Media** 2 h und 33 Minuten
täglich genutzt.

Quellen: Statista; we are social

BEGRIFFE IM **INFLUENCER MARKETING**

**CREATOR
ECONOMY**

**INFLUENCER
RELATIONS**

**INTEGRIERTES
INFLUENCER
MARKETING**

**INFLUENCER
MARKETING**

**INFLUENCER
VS. CREATOR
VS.
AMBASSADOR**

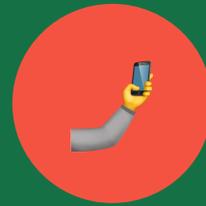
WARUM INFLUENCER MARKETING?



**Authentisches
Sprachrohr**



**Zielgerichtete
Ansprache**



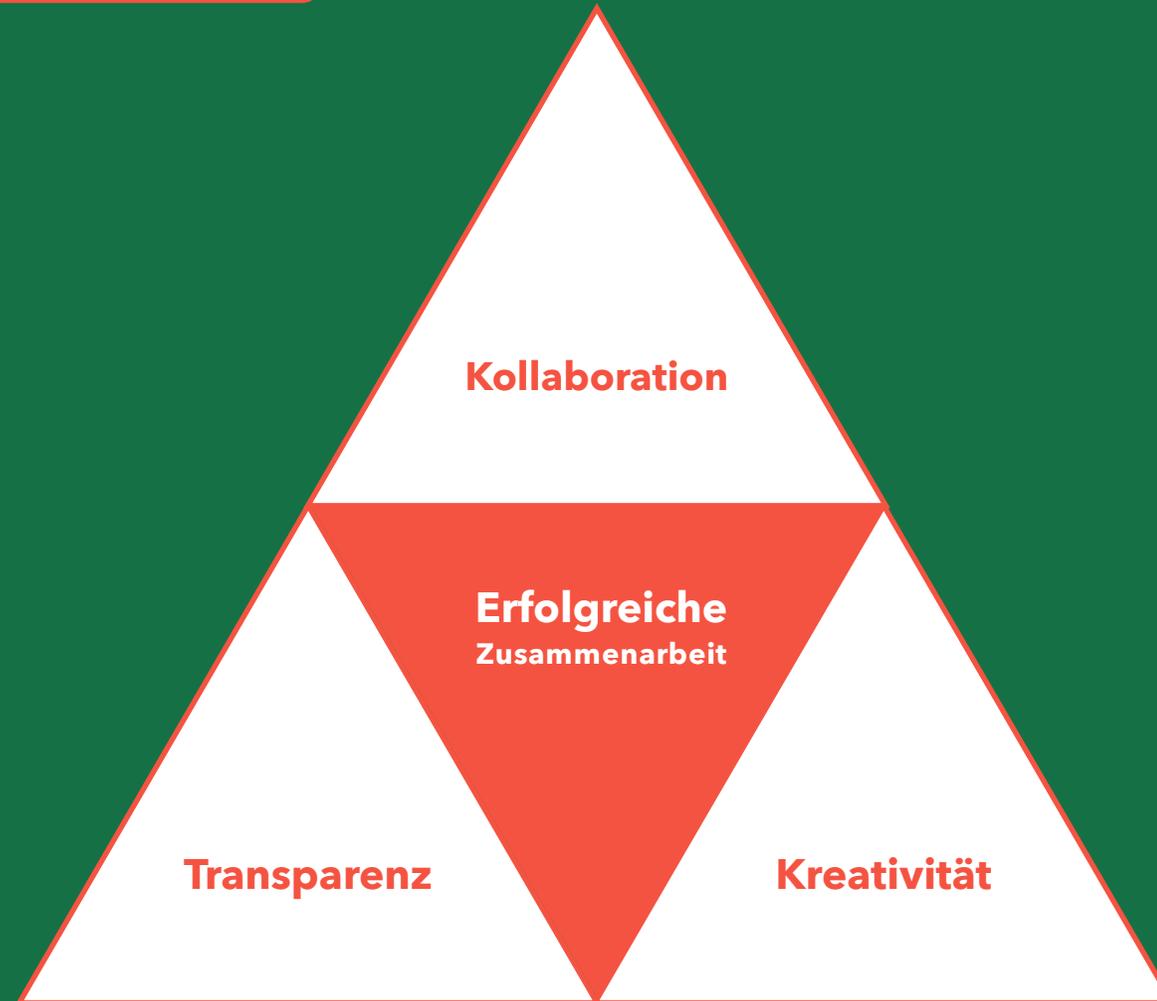
**All-in-One-
Package**



**Positiver
Imagetransfer**

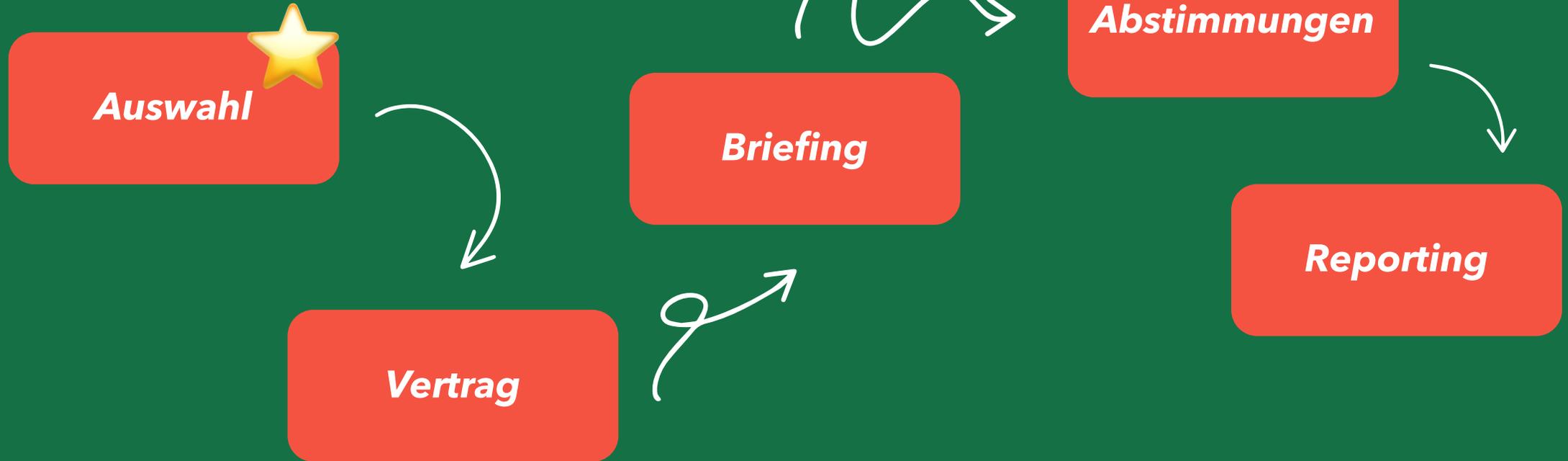


RULE OF THREE



HIGH

FIVE!



INFLUENCER:INNEN AUSWAHL

★ KE SCORE



AUDIENCE FIT

Erreicht diese:r Influencer:in die von uns angestrebte Zielgruppe?



BRAND FIT

Passt diese:r Influencer:in zur Marke?



PERFORMANCE FIT

Erfüllt diese:r Influencer:in die Leistungskriterien?



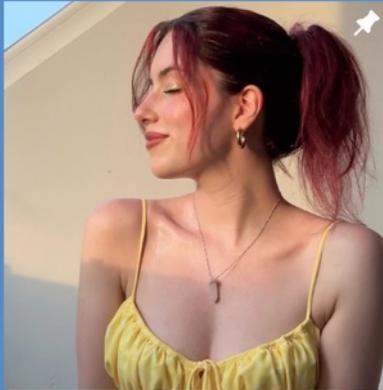
COMMERICAL FIT

Entspricht diese:r Influencer:in dem gewünschten Budget und Ebenen-Mix?

luisacrashion



Influencer Research



Luisa Crashion

@luisacrashion

Bio

Mich findest du auch hier: ▶
[instagram.com/luisacrashion](https://www.instagram.com/luisacrashion) ▶
[tiktok.com/@luisacrashion](https://www.tiktok.com/@luisacrashion)
▶ BUSINESS ENQUIRIES /
GESCHÄFTLICHE ANFRAGEN:
management@luisacrashion.de



Prio 1

PERFORMANCE METRICS INSTAGRAM

1.366 **169k** **3,85%**
POSTS FOLLOWERS ENG. RATE

AUDIENCE OVERVIEW

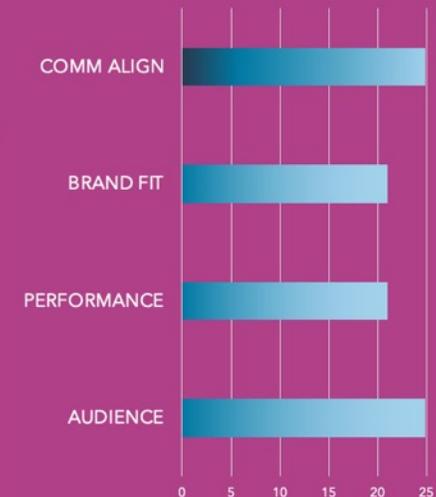
♀ **FEMALE 88%** **Age 21-44 y.o. 89%** **Origin**
♂ **MALE 12%** **🇩🇪 74%**
 🇦🇹 8%
 🇨🇭 2%



KE | OVERALL SCORE

92 /100

F.I.T | BREAKDOWN



2

RIO
mare

LAUNCH RIO MARE PESTO



- Rio Mare ist mit einem Marktanteil von **31 % Marktführer*** für **Thunfischdosen** in Österreich.
- Rio Mare launchte im April 2023 die Produktinnovation Thunfisch-Pesto in 3 Sorten



Foodies

Sie lassen sich von neuen
Zutaten inspirieren

Sie lieben es, originelle Gerichte
zuzubereiten

Sie teilen Lebensmittel auf
sozialen Medien



30,5%*
der
Haushalte
kaufen Pesto



TV KAMPAGNE /
6 Wochen



TV
KAMPAGNE

DIGITAL
MARKETING
& INFLUENCER

DIGITAL
YOUTUBE/MEDIATHEKE
N
SOCIAL MEDIA
INFLUENCER



POS

VERKOSTUNGEN
POS MATERIALIEN/
DISPLAYS
EINFÜHRUNGSAKTION



KETCHUM **DEEP DIVE**

Komms-Ziel

Awareness, Awareness, Awareness

Storyline & Aktivierung

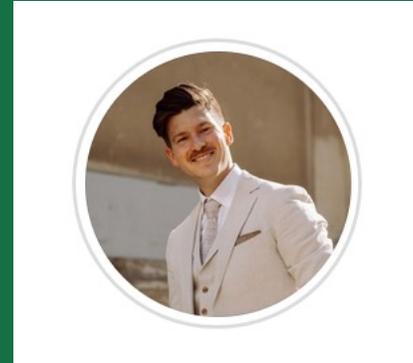
Wir bringen das Rio Mare Pesto wortwörtlich nach Österreich! Mit einem Influencer Roadtrip nach Italien!

Auswahl

Lifestyle- & Food-Influencer, >50% DACH-Reach, >2% ER, > 85% authentische Follower:innen, keine Konkurrenzkooperationen, authentischer Content, der zum Nachmachen animiert



@Mamawahnsinnhochvier
Verena
46,5K



@meanwhileinawesometown
Manuel
30,8K



@carry.on.me
Carry
52,6K

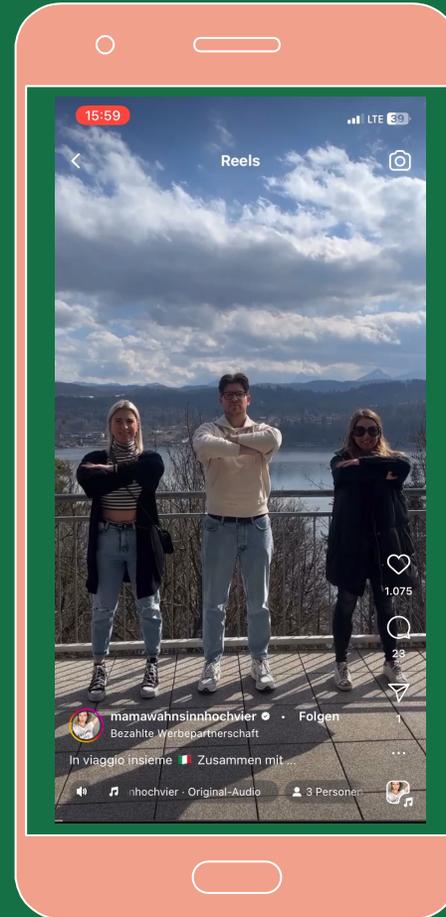
Content - Highlights

1) Roadtrip

Relevanz herstellen und Community an das Thema heranzuführen

2) Pesto-Hunting

Produkt-Briefing & -Präsentation



Content - Highlights

3) Recap & Genuss

Authentische
Anwendung des
Produktes &
Feel-Good-
Content



Integrierte Kommunikationskampagne

PR

Pressemitteilung inkl. Influencer-Tipps

Social Media

Social Media Paid Kampagne
Influencer Roadtrip
Long-Term Influencer Kooperation
Zusätzliche Influencer Short-Term-Kooperationen

Marketing

POS
TV
YouTube Mediathek



Public Relations / Medienarbeit

Presseinformation vom 05.04.2023

Rio Mare bringt Thunfisch-Pesto in die österreichischen Regale



Presstext 4791 Zeichen

Plaintext

- Marktführer im Bereich Thunfisch-Konserven* erobert neues Regal und lanciert einzigartige Innovation für Pesto- und Thunfisch-Liebhaber:innen
- MSC-zertifiziertes Thunfisch-Pesto in drei originellen Sorten ab sofort bei Billa, Billa Plus, Transgourmet, gurkerl.at und ab Mai bei MPreis und Metro erhältlich
- Starke Werbeunterstützung im TV und multimediale 360° Launch-Kampagne

Wien, am 5. April 2023 – Die italienische Traditionsmarke Rio Mare erobert ein neues Regal: der Marktführer bei Thunfisch-Konserven* erweitert sein Produktangebot um eine einzigartige Innovation für alle Thunfisch- und Pesto-Liebhaber:innen. Das Rio Mare Thunfisch-Pesto ist ab sofort in Österreich erhältlich und vereint die besten kulinarischen Traditionen Italiens mit hochwertigem, 100 % nachhaltigem und MSC-zertifiziertem (Skipjack-) Thunfisch sowie erlesenen Zutaten. Bereits jetzt kauft knapp jeder dritte österreichische Haushalt** regelmäßig Pesto. Nun geht auch Rio Mare diesem Trend nach und revolutioniert mit dieser köstlichen Innovation das Pesto-Regal.

Das neue Thunfisch-Pesto ist in drei Premium-Rezepten, in 130g-Gläsern erhältlich:

- Thunfisch mit Mandeln und Pecorino Käse
- Thunfisch mit Pistazien und Zitrone
- Thunfisch mit schwarzen Oliven und Chili

„Wir freuen uns und sind sehr stolz, das Rio Mare Thunfisch-Pesto in den österreichischen Regalen zu etablieren. Nun auch im Pesto-Segment vertreten zu sein, ist ein wichtiger Schritt, um unsere Marke breiter und auch außerhalb der Fischkonserven aufzustellen. Die neuen Rio Mare Pesti vereinen unsere Leidenschaft für Thunfisch und italienische Tradition und sollen ganz neue Kundengruppen, vor allem die jüngeren, modernen Haushalte, begeistern“, so Jörg Grossauer, Country Manager bei Bolton Austria.

Qualität und Nachhaltigkeit an erster Stelle

Das Erfolgsrezept von Rio Mare sind innovative Produktkonzepte verbunden mit höchster Qualität aller Zutaten. Dabei legt der österreichische Marktführer für Thunfisch-Konserven* großen Wert auf Nachhaltigkeit und Transparenz, um den Konsument:innen ein besonderes Geschmackserlebnis zu garantieren. Auch die neuen Rio Mare Thunfisch-Pesti werden ohne Konservierungsstoffe hergestellt und sind das Ergebnis italienischen Knowhows aus Sizilien. Der Thunfisch stammt aus MSC-zertifizierten Quellen und ist vollständig rückverfolgbar, sodass die gewohnt hohe Qualität gewährleistet ist. Die Rio Mare Thunfisch-Pesti bieten eine einzigartige Geschmackswelt, kombiniert aus dem unvergleichlichen Geschmack von Rio Mares hochwertigem Thunfisch mit erlesenen Zutaten und dem besten Olivenöl.

Der Allrounder in der Küche

Rio Mare bringt mit dem Thunfisch-Pesto einen wahren Allrounder in die österreichischen Küchen. Die neue Innovation eignet sich hervorragend für die Zubereitung köstlicher Pasta-Gerichte, schmeckt ebenso ausgezeichnet auf Brot oder knusprigem Bruschetta und verleiht vielen Rezepten eine besonders raffinierte Note - sei es als Topping, Füllung von Gerichten oder als Verfeinerung von Salaten und Gemüse.

Raffinierte 360° Launch-Kampagne

Begleitet wird die Markt-Einführung des Rio Mare Thunfisch Pestos mit einer multimedialen 360° Launch-Kampagne, die für Reichweite und Aufmerksamkeit sorgen wird. Den Auftakt machte eine raffinierte Influencer-Kampagne, bei der die drei Content Creator @carry.on.me, @meanwhileinawesometown und @mamawahnsinnhochvier im Zuge eines Roadtrips nach Triest, Italien führen, um sich das Pesto zu besorgen und es ausgiebig zu testen. So sorgten sie für erste Aufmerksamkeit rund um das Produkt, bevor sie kurze Zeit später, den Launch des Produkts in Österreich kommunizierten. Die große Kampagne mit TV, Social Media, digitalen Werbeformen, wie Online- und YouTube-Videos, sowie Displays inklusive Einführaktionen und Verkostungen am POS, startet Ende Mai diesen Jahres.

Sensorische Reise im TV

Rio Mare entführt die Konsument:innen in seinen TV-Spots auf eine einzigartige, sensorische Reise. Die Spots beeindruckten durch eindrucksvolle Bilder und einer geschmacksintensiven Präsentation der erlesenen Zutaten. Die drei köstlichen Sorten werden in einem Video angekündigt und in drei 15-sekündigen Produktvideos illustriert.

„Die ganzheitliche Kommunikationskampagne trägt dazu bei, unser Produkt erfolgreich am Markt zu positionieren und Rio Mare als Innovationführer im Fisch-Konservenbereich zu stärken“, freut sich Jörg Grossauer.

Die drei Sorten des Rio Mare Pestos (130g) sind ab sofort zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 3,69 € bei Billa, Billa Plus, Transgourmet, gurkerl.at und ab Mai bei MPreis und Metro erhältlich. Rio Mare ist mit einem Marktanteil von 32,1 % der Marktführer für Thunfischdosen in Österreich*.

* Nielsen, Umsatz MAT KW 52 2022

** GfK Haushaltspanel MAT April 2022

Public Relations / Medienarbeit

Freitag, 7.4.23

WirtschaftHeute 1.5

„Altschichtfaktoren des EU-Motors“
Klickt warm vor endgültiger Abschaffung des Bargelds

Das EU-Parlament will zur Geldwäsche-Prävention den Höchstbetrag für Barzahlungen mit 10000 € erhöhen. Die EU will damit Klagen des Brexit-Brit gegen Konten regeln, die FP-Chef Kohn erst, „das heißt, es ist ein komplett unabhängiger Bürger, Staat und Banken ausgliedern“.

Gesetz zum Ende der Corona-Maßnahmen
Tests kosten ab Juli, Impfung bleibt gratis

Spätestens Ende Juli sollen alle Corona-Maßnahmen auslaufen. Ein entsprechendes Gesetz hat die Regierung jetzt in Begutachtung geschickt. Das sind die Kernpunkte:

- Die Gratis-Tests in der Apotheke sind ab Juli Geschichte. Kostenpflichtig dürfen sie aber angeboten werden.
- Auch die kostenlosen „Wickeltesten“ gehören aus dem Vergangenen ab.
- Weiterhin gratis getestet werden nur mehr Personen mit Symptomen – beim Arzt, um abzuklären, ob sie Medikamente brauchen.
- Corona-Medikamente bleiben kostenlos erhältlich.
- Auch die Impfung wird weiterhin gratis angeboten, und zwar im niedergelassenen Bereich, in Impfzentren und beim.
- Die Corona-Medikamente für Infizierte (z. B. Masern) in Offiziellen Weg.
- Schon Ende April sind in Spitälern, Heimen und Arztpraxen die generische Masernimpfung. Ärzte können sie über das Internet in ihren Ordinationen aber auch telefonisch (jeweils).

Acht Kilo TNT
Türmer hat aus Spezial-Gewehrschiff, ohne dass Schützen erdanken. Invenierte Karer hat die 900000 € teure System zum Einsatzfeldung der Polizei (Längstzeit)

Kommunistin Kahr: Neues Buch
Die Corona-Bürgerbewegung Elke Kahr hat ein neues Buch geschrieben. In „Ja geht anders“ wird das Leben für uns alle wieder lebenswert wird liegt in der Veränderung von kommunikativer Politik, die immer an den Schwächsten Maß nehmen. Laut Verlag erzählt sie aus ihren Leben und denen, für die sie da sein will. Das 128 Seiten starke Werk ist ab 22. April um 20 Euro zu haben.

REGAL
DAS BRANDEMBRANDFÜR HANDEL, INDUSTRIE, PERSONALIA, INNOVATIONEN, JOBS
MEIDEN & EVENTS, DATEN & STROCKEN

Thunfisch-Pesto
Rio Mare Thunfisch-Pesto kombiniert den einzigartigen Geschmack des Rio Mare Thunfisches höchster Qualität mit ausgewählten Zutaten und dem besten Olivenöl. Die drei originalen Sorten – Schwarze Oliven und Chili, Mandel und Pecorino Käse sowie Pistazien und Zitrone – eignen sich ideal für Pasta, aber auch als Bratensauce oder zum Verfeinern von Fleisch.

Hergestellt in Sizilien und ohne Konservierungsstoffe ist der Thunfisch von Rio Mare zudem MSC-zertifiziert und vollständig rückverfolgbar. Die drei Sorten Rio Mare Pesto sind derzeit nur bei Billa Plus und Billa erhältlich.

Preispromotion: EVP € 6,99
Packungseinheit: 100g
Markenführung: März 2023
silo: Billa Austria GmbH
Tabernerstraße 5
1021 Wien
Österreich
+43 1 7292020

22 | KULINARIK 23. April 2023

WIENERIN

BEAUTY PEOPLE LIFESTYLE FASHION MAGAZINE GEWINNSPIELE ABO SHOP

Leicht & Einfach: Leckere Gerichte für heiße Sommertage
RIO MARE BRINGT INNOVATIVES THUNFISCH PESTO NACH ÖSTERREICH

CASINO ZÖGERNITZ KULINARIUM
Döllinger Hauptstraße 76, 1190 Wien, Di-So 11:30-23 (Küche 11:30-14 und 17:30-21, nachmittags gibt's Torten), 01934 6190

LOCAL, OVER THE MAN SPEICHT
Nico im Casino Zögeritz: Stefan Glantschig wird Thunfisch Krause (mit fr. o.) servieren. Thunfisch mit fr. o. zum Beispiel einem süßigen Zucchini-Tortone (fr. u.).

Texten dank untergeleiteter KOSTENLOS – Letztere können natürlich auch das **Zwischenprodukt (ZT)**, der eine gewisse Leichtigkeit verleiht, trotz kleinerer Geschmacksintensität, diese geliebte **kurze Zwischenspeise, große Mayonaisse, Frischkäse, Salat, Saucen, Saucen**. Eine Klasse für sich stellt auch das **Beefsteak** dar (19 €), unter einer knusprigen Kruste steckt saftiges Fleisch, das – anders als in vielen anderen Häusern – tatsächlich intensiv nach Huhn schmeckt, ein markig-pikantes Saft bildet den Kontrast.

Beitrag noch zu erwähnen, dass der süßliche Weinbrand eine kleine feine Auswahl an italienischen Gewürzen beinhaltet. Und dass man im Café-Bereich süßlichen Innereum mit dem besten Pilschbierchen und Neuen Orangenstrich an der Bar. Schokolade richtig angenehm ist.

Alberico heißt die Reborte
Die zuletzte Reborte Gruppe (auch ZTU) gehört dazu bringt unter der Marke Rio Mare Thunfisch-Pesto zu uns. Zum Start gibt es bei Billa und gunkel für die Varianten Mandel Pecorino, Pistazien-Zitrone, schwarze Oliven und Chili. Preis 6,99 €

Fleisch & Co. teuer
Die zuletzte Reborte Gruppe (auch ZTU) gehört dazu bringt unter der Marke Rio Mare Thunfisch-Pesto zu uns. Zum Start gibt es bei Billa und gunkel für die Varianten Mandel Pecorino, Pistazien-Zitrone, schwarze Oliven und Chili. Preis 6,99 €

SUPER (MARKT) WEIN
Last EZB-Chefvolkswirt Philip Lane ist die Spitze bei Lebensmittelpreisen noch nicht erreicht. Darauf weisen auch die Großhandelspreise für Eier, Gemüse, Fleisch, Milch, Backwaren und Getränke hin, die in Österreich seit dem März um bis zu 3,3 % zugelegt haben.

THUNFISCH-PESTO
In drei originalen Sorten, nämlich mit Mandeln & Pecorino, mit Pistazien & Zitrone sowie mit schwarzen Oliven & Chili, die gibt's nun von Rio Mare. Diese neuen Pesto eignen sich für Pasta, als Bratensauce oder zur Verfeinerung von Salaten. Um sie etwa 3,75 € bis 6 € bei Billa & gunkel zu

WIENERIN BEAUTY PEOPLE LIFESTYLE FASHION MAGAZINE GEWINNSPIELE ABO SHOP

Leicht & Einfach: Leckere Gerichte für heiße Sommertage
RIO MARE BRINGT INNOVATIVES THUNFISCH PESTO NACH ÖSTERREICH

REGAL
DAS BRANDEMBRANDFÜR HANDEL, INDUSTRIE, PERSONALIA, INNOVATIONEN, JOBS
MEIDEN & EVENTS, DATEN & STROCKEN

Thunfisch-Pesto
Rio Mare Thunfisch-Pesto kombiniert den einzigartigen Geschmack des Rio Mare Thunfisches höchster Qualität mit ausgewählten Zutaten und dem besten Olivenöl. Die drei originalen Sorten – Schwarze Oliven und Chili, Mandel und Pecorino Käse sowie Pistazien und Zitrone – eignen sich ideal für Pasta, aber auch als Bratensauce oder zum Verfeinern von Fleisch.

Hergestellt in Sizilien und ohne Konservierungsstoffe ist der Thunfisch von Rio Mare zudem MSC-zertifiziert und vollständig rückverfolgbar. Die drei Sorten Rio Mare Pesto sind derzeit nur bei Billa Plus und Billa erhältlich.

Preispromotion: EVP € 6,99
Packungseinheit: 100g
Markenführung: März 2023
silo: Billa Austria GmbH
Tabernerstraße 5
1021 Wien
Österreich
+43 1 7292020

PRODUKT DES MONATS

Aus allen Produktvorstellungen der letzten Ausgabe (05.-06/23) haben die Handelsentscheider ihre Top-Favoriten gewählt.

Kategorie Food:
Rio mare Thunfisch-Pesto

Für mehr Abwechslung bei Pastagerichten sorgen die „Rio mare Thunfisch-Pesto“ in drei Varianten: „Mandel und Pecorino Käse“, „Pistazien und Zitrone“ sowie „schwarze Oliven und Chili“. Der enthaltene Thunfisch ist MSC-zertifiziert. Das sorgt für Magenkreuzer bei dem Handelsentscheider:innen. Die „fisch-Pesto“ sind das Food-Prod.

Kategorie NonFood:
Labello Hyaluron LipMa

Mit dem „Labello Hyaluron LipMa“ präsentiert „Labello“ einen Lipstift, der dank der enthaltenen reif hydratisierte, pralle Lippen-Haarenschichten innen wissen zu schützen. Sie wählen den „LipMa“ zum NonFood-Prod.

will haben
Getränke für die schönere Jahreszeit
Und ein Thunfisch-Pesto vom Feinsten

Home made
Das Rio Mare Thunfisch-Pesto ist ein Produkt der „Rio Mare“-Küche. Die drei originalen Sorten – Schwarze Oliven und Chili, Mandel und Pecorino Käse sowie Pistazien und Zitrone – eignen sich ideal für Pasta, aber auch als Bratensauce oder zum Verfeinern von Salaten. Um sie etwa 3,75 € bis 6 € bei Billa & gunkel zu

Zero Koffein
Das Rio Mare Thunfisch-Pesto ist ein Produkt der „Rio Mare“-Küche. Die drei originalen Sorten – Schwarze Oliven und Chili, Mandel und Pecorino Käse sowie Pistazien und Zitrone – eignen sich ideal für Pasta, aber auch als Bratensauce oder zum Verfeinern von Salaten. Um sie etwa 3,75 € bis 6 € bei Billa & gunkel zu

Rio Mare erobert das Pesto-Regal
Das Rio Mare Thunfisch-Pesto ist ein Produkt der „Rio Mare“-Küche. Die drei originalen Sorten – Schwarze Oliven und Chili, Mandel und Pecorino Käse sowie Pistazien und Zitrone – eignen sich ideal für Pasta, aber auch als Bratensauce oder zum Verfeinern von Salaten. Um sie etwa 3,75 € bis 6 € bei Billa & gunkel zu

maxima moments

Das Rio Mare Thunfisch-Pesto ist die köstliche Innovation im Supermarktregal und ideal für Pasta! Erhältlich in drei schmackhaften Sorten, für den ganz persönlichen Genuss-Sommer. Jetzt mitmachen und eines von fünf Genusspaketen gewinnen!

GEWINNSPIEL
https://www.maxima.at/kategorie/gewinnspiele

Mit dem „Labello Hyaluron LipMa“ präsentiert „Labello“ einen Lipstift, der dank der enthaltenen reif hydratisierte, pralle Lippen-Haarenschichten innen wissen zu schützen. Sie wählen den „LipMa“ zum NonFood-Prod.

14 Gefällt mir 1 Kommentar

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Social Media - Paid Kampagne



**15 & 6 sec
Recipes**



**15 & 6 sec
Range**

Mediabudget	€ 6.000,-
Objective	90% Awareness / 10% Consideration
Timing	1 month (May – July)
Target Group size	2 Mio.
Reach	1,3 Mio. / 65%
Engagement	342.585
Impressions	5,5 Mio.
CPM	1,21€
CPE	0,02€



Social Media - Short-Term Influencer Koops



Carina Berry
Healthy Fitness Food



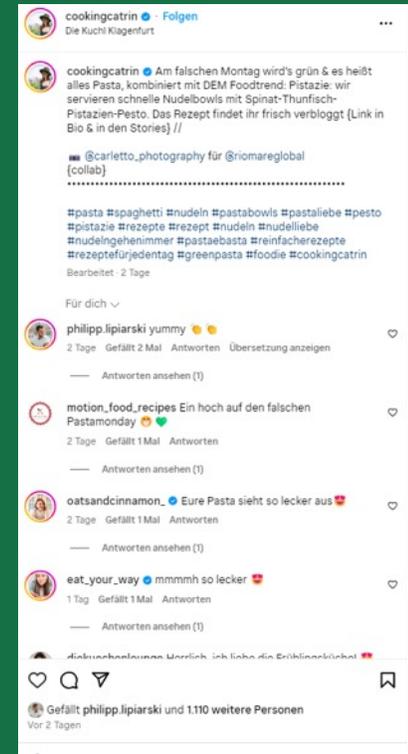
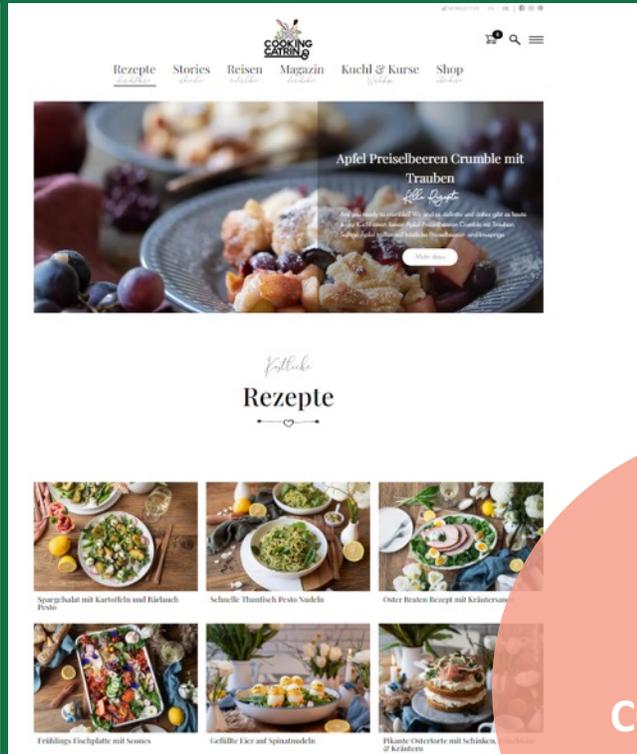
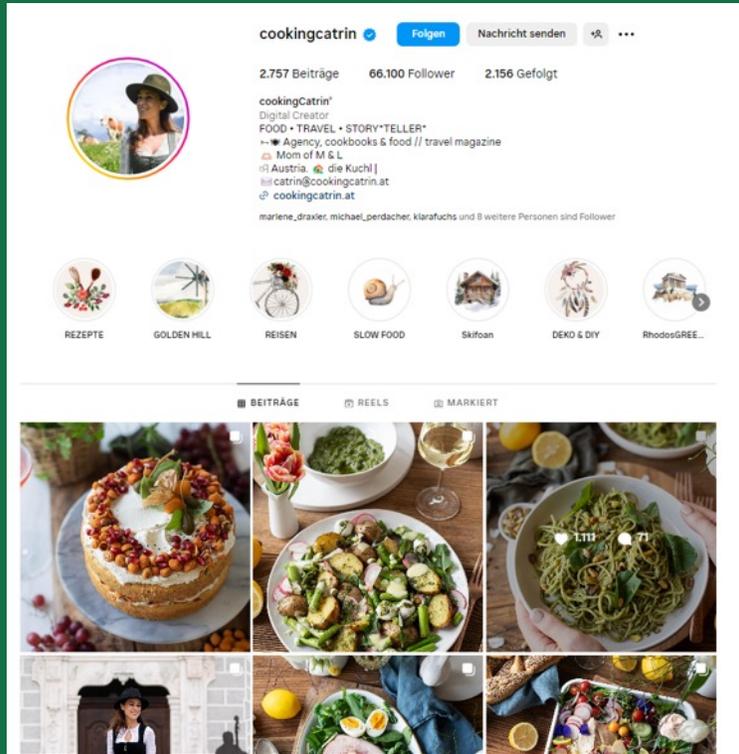
kamiempire



luckyfellow
JASINTA ZUSAG



Social Media - Long-Term Influencer Koop



CLASSIC COOPERATION

Social Media - Long-Term Influencer Koop

CONTENT
CREATION



Social Media - Long-Term Influencer Koop

KÖSTLICH | LIEBLINGE

BURGL'S
Die klassische zum Spargel: Sauce hollandaise
Die Hollandaise Sauce ist eine helle, aufgeschlagene Buttersauce. Von Burg's ist sie einfach und schnell zubereitet, köstlich und bio. In der französischen Küche ist sie ein Klassiker und für den Spargel unverzichtbar. Reichen Sie die Burg's BIO Sauce Hollandaise aber auch gerne zu Fisch, Meeresfrüchten oder zu Gemüse (vegetarisch, glutenfrei und aus ökologischer Landwirtschaft).
burgl.at

HABERFELLNER
Backfisch Korplus 10-Korn-Mehl
Die Verwendung von Vollkornmehlen bedeutet oft eine höhere Flüssigkeitsmenge und längere Backzeit. Das entfällt beim Korplus 10-Korn-Mehl. Das Mehl besteht aus Weizenmehl glatt, das beste Backergebnis liefert aufweist. Weizenproteine und Weizenproteine, welche hochwertige Spermidine enthalten, werden ebenfalls beigemischt. Somit weist das Mehl einen hohen Nährwert auf. Es ist eine ausgezeichnete Proteinquelle und lässt sich einfach verarbeiten.
mehle.at

KÖSTLICHE LIEBLINGE

RIO MARE
Innovativ: RIO MARE Thunfisch-Pesto
Das Rio Mare Thunfisch-Pesto kombiniert den einzigartigen Geschmack des Rio Mare Thunfisches mit hochwertigen Zutaten und dem besten Olivenöl. Natürlich ohne Konservierungsstoffe und MSG zertifiziert. Erhältlich ist das Pesto in drei köstlichen Sorten: im 100 g Glas bei Billa Plus und in ausgereinigten 100 ml Flaschen. Das Pesto ist ideal für Pasta, ausgerollt auf Brot Bruschetta, aber auch, um Rezepten eine besondere Note zu verleihen. Kurzig geworden? Entdecke viele köstliche Rezepte hier:
riomare.at

KOTÁNYI
Ich grill, wie ich will - 100% Natürlich!
egal ob Fleisch, Fisch oder Gemüse: mit den natürlichen Grillgewürzen von Kotányi verleiht du deinem frisch Gebrillten eine ganz besondere Note! Kotányi - ein österreichisches Familienunternehmen - bietet nur hochwertige Zutaten für deinen vollen Grillgenuss. Einfach 100% natürlich & echt im Geschmack. Kotányi Tradition seit mehr als 140 Jahren!
kotanyi.com

KÖSTLICH
MAGAZIN



IGC

Ad Name: 2205 | FB & IG | (Woche 2) Influencerposting CookingCatrin_Pesto_Kampagne

Reichweite	CPR
546 949	€ 1,35
	01.01.2023 - 31.12.2023

CPR = Kosten um 1.000 Personen zu erreichen

Marketing

YouTube
Pre-Rolls

TV



Ergebnisse / KPIs

Influencer Roadtrip

Reach: 530.000

Budget: 9.000 € (Influencer-Fee, exkl. Media Budget)

Short-Term Koops

Reach: 700.000 (auf unseren Kanälen)

Budget: 1.200 € (Media Budget)

Social Media Paid Kampagne

Reach: 1,3 Mio.

Budget: 6.000 € (exkl. Content Creation)

Thoughts & Learnings

Influencer Relations VS. Marketing

Beziehungsaufbau ist Key
Kreatives persönliches Briefing

Storytelling VS. klassischer Produkt- platzierung

Thumb-Stopper
Persönlicher Ansatz

360° Kommuni- kation

Ganzheitliches Kommunikationskonzept
Mix aus Projekt- & Long-Term-Kooperationen

Your turn -
her mit euren Fragen zur
Kampagne





INTEGRIERTES INFLUENCER MARKETING TRENDS & TIPPS

TREND #1

**MULTIKANAL-
STRATEGIE ✨**

LIVE IS **LIVE**

Ob IRL oder Online: Live Formate sorgen für **unmittelbare Interaktion** zwischen Influencer:in und Zielgruppe / Community.

Echtzeit Kommunikation sorgt für Authentizität und Transparenz → führt zu **höherer Glaubwürdigkeit**.

Live Events & Streams schaffen exklusive und zeitlich begrenzte Gelegenheiten für die anwesende Community, können aber auch frei zugänglich sein.



INFLUENCER MEETS PR

Die **Reichweite** von Testimonials ist nicht nur ab dem offiziellen „Celebrity Status“ zu beachten.

Medien haben Interesse an Influencer:innen

Treibt den **medialen Outcome** an

Aktive Einbindung der Konsument:innen → sorgt für mehr **Glaubwürdigkeit**

Interview-Möglichkeiten VS. Content Creation



TREND #2

LANGFRISTIGE PARTNERSCHAFTEN

Relationship **Buidling**

Ambassador:innen-Programm

Langfristige Wirkung

Exklusivität & Markenbindung

Kontinuität & Kosteneffizienz

Erweiterung der Zielgruppe

Individueller Einsatz bei unterschiedlichen Marketing-Aktivitäten



TREND #3

**BEYOND
FOLLOWERS**

Zielgruppe VS. **Follower**

Wer ist meine Zielgruppe?

Wen spricht der / die Influencer:innen an?

- **Mut zur Langfristigkeit**, um die Zielgruppe in den verschiedenen Lebensphasen zu begleiten (FMCG)
- **Followerinsights gut, Reach-Insights besser**



Qualität > Quantität

Die **Interaktion mit der Community** ist das A & O.



Die **Engagement-Rate** gibt einen Einblick in die Aktivität und das Interesse an veröffentlichten Inhalten.

Wichtige Kennzahl bei der Influencer:innen Auswahl.

Brand Fit?

Nischen-
Interessen?

Relation:
Followerzahl/
Reichweite vs.
Interaktionen

Einbindung der
Community

Mediakit

MIKRO INFLUENCER:INNEN & NISCHEN-INTERESSEN



Mikro-Influencer:innen haben meistens eine besondere Leidenschaft, die sie mit ihrer Community teilen (Nischen-Interesse).

Ihre **Engagement-Rate** meistens höher, die Community interessierter und aktiver.



TREND #4

**CONTENT
CREATION**

Paid Push VS. Classic Ads

Authentizität & Glaubwürdigkeit

Flexibilität

Werbespot VS. Relatable Content

Produktpräsentation VS. Content mit Mehrwert



LET'S GET IN **CONTEXT**



Kontext sorgt für **Relevanz im Content**.
Dabei kann auf aktuelle Geschehnisse
und Events eingegangen werden.

So fügt sich die Kooperation organischer
in den Feed der/des Influencer:in ein.

Pop-Kultur
Trends /
Ereignisse

Social Media
Trends

Welt - &
Aktionstage



TREND #5

PERSONALISIERUNG & TRANSPARENZ

Better be individual

Segmentierung der Zielgruppen

**Wecken und stillen der ZG-
Bedürfnisse**

Personalisierte Angebote

Trendsetter sein



Vertrauen & Glaubwürdigkeit schaffen

Kennzeichnung

Anerkennung

Offenheit über Partnerschaften, um Interessenskonflikte zu vermeiden

Ehrlichkeit punkto: Erfahrungen, Meinungen, Content Creation, Feed-Integration



SUMMARY

5

KEY INFLUENCER MARKETING TRENDS 2024

1 MULTIKANAL-STRATEGIE



**ALLE KANÄLE & PLATTFORMEN
BESPIELEN**

2 LANGFRISTIGE
PARTNERSCHAFTEN



**AUF BEZIEHUNGEN SETZEN, UM KOSTEN
UND ZEIT ZU SPAREN**

3 BEYOND FOLLOWERS



**COMMUNITY CULTURE: FOKUS AUF
ENGAGEMENT METRIKEN UND QUALITÄT**

4 CONTENT CREATION



CONTEXT IST QUEEN OF RELEVANZ!

5 PERSONALISIERUNG &
TRANSPARENZ



**HALTUNG UND MUT BEWEISEN,
INDIVIDUALITÄT FÖRDERN**

DANKE! 😊

**& jetzt: Zeit für mehr
eurer Fragen!**