

Influencermarketing der Stuttgarter Kinderzeitung

28.03.2023



Influencerkampagne Rahmenfakten

- Ziel Allgemein: Markenbekanntheit (Nicht Kampagnenbezogen)
- Reichweite generieren zwischen Schulbeginn und Weihnachten
- Budget: Ca. 20.000€
- Zusammenarbeit mit Influenceragentur Eqolot
- Zusammenarbeit mit 5 Influencerinnen
- Gewählter Kanal Instagram
- Reel und Storysequenzen

Zusammen mit Influencer*innen werden für die Kinderzeitung verschiedene Zielsetzungen verfolgt

Zielsetzungen



Reichweite

Aufmerksamkeit für die Stuttgarter Kinderzeitung zum Schulbeginn



Traffic

Generierung von Traffic auf die Landing Page für ein vierwöchiges Probe-Abo

Kanalauswahl



Instagram

Authentische Berichterstattung innerhalb der Lebensrealität der Communities



Influencer Post Amplification

Zusätzliche Reichweite und Traffic-Generierung für Landing Pages

Zielgruppe

- Eltern & Familienmitglieder von Kindern im Alter von 6 - 12 Jahren
- Wohnsitz in Stuttgart und Umgebung

Zusammenarbeit mit der Agentur: EQOLOT

Kampagne anlegen - Briefing - Bewerbungen - Produktion - Live



 **Zeitung lesen wie die großen - Stuttgarter Kinderzeitung**

22.09.2022
Für Bewerbungen geöffnet

25.10.2022
Erste Veröffentlichung

Produktion

4
Beworben

4
Ausgewählt

—
Veröffentlicht

Zeitung lesen wie die großen - Stuttgarter Kinderzeitung

Mission

Du bist Influencer*in mit Wohnsitz in Stuttgart und Umgebung?

Für die Stuttgarter Kinderzeitung suchen wir Eltern & Familienmitglieder von Kindern im Alter von 6 - 12 Jahren.

Dein Auftrag:

- Erstelle ein Reel (mind. 20 Sek.) + eine Story (mind. 5 Pieces).
- Benutze einen Link Sticker in deiner Story.

Storyline Reel:

- Du erstellst ein szenischen Reels, in dem du zeigst, dass Eltern und Großeltern wichtige Vorbilder für ihre (Enkel-)Kinder sind:
- Dazu inszenierst du unterschiedliche Alltagssituationen, welche deine Kinder sich von dir als Mini-Me abgucken und 1:1 nachmachen und kopieren.
- Nach 1-2 Mini-Me Clips zeigst du, wie sie ihre Stuttgarter Zeitung aufschlagen und sich über aktuelle Nachrichten informieren. Deine Kinder machen es dir nach und beginnen selbst in der Stuttgarter Zeitung zu lesen.
- Auf der Textebene des Reels sowie in der Caption berichtest du, wie wichtig es dir ist, deine Kinder an aktuelle Nachrichten und gesellschaftspolitische Themen heranzuführen.
- Du berichtest, dass die Kinderzeitung wöchentlich erscheint und machst auf das kostenlose vierwöchige Probeabo der Stuttgarter Kinderzeitung aufmerksam.

Storyline Story:

- Du berichtest von kürzlichen Schulstart und deiner Morgenroutine im Schulalltag. Du erzählst, dass du seit Kurzem die Kinderzeitung abonniert hast und deine Kinder nun regelmäßig Zeitung lesen.
- Du zeigst die Inhalte und Themen der aktuellen Kinderzeitung. Du lobst die kindgerechten Erklärungen und hebst insbesondere die Aufbereitung gesellschaftspolitischer Themen als Mehrwert für deine Kinder hervor.
- Du berichtest, wann und wie die Kinderzeitung in deiner Familie gelesen wird; wie du mit deinen Kindern über Themen der Kinderzeitung sprichst oder wie die Kinderzeitung bei den Hausaufgaben oder in der Schule helfen kann.
- Du machst auf das vierwöchige kostenlose Probeabo aufmerksam & teilst einen personalisierten Code. Mittels Link Sticker verweist du auf die Abo Page und motivierst zum Abschluss des Probeabos.

Wichtig:

- Der Veröffentlichungszeitraum ist vom 21.10 - 28.10 (nicht final)
- Dein Post wird für dich kostenfrei als Sponsored Ad auf Instagram ausgespielt. Bitte bewirb dich nur, wenn du damit einverstanden bist.
- Der Kunde wird deinen Content selber überprüfen. Bitte rechne mit einigen Tagen Prüfungszeit, bevor der Content live gehen kann.

Wir freuen uns auf deine aussagekräftige Bewerbung!

Ziel

Mach deine Community auf die Stuttgarter Kinderzeitung aufmerksam und animiere diese ein Probeabo abzuschließen.

Zusammenarbeit mit der Agentur: EQOLOT

Kampagne anlegen - Briefing - Bewerbungen - **Produktion** - Live

4 Influencer*innen mit 223.300 Reichweite ausgewählt (400.000 Reichweite gehucht)

[Auswahl bestätigen...](#)

Akzeptieren / Ablehnen	@Benutzername	Gender	Ort	Reichweite	Eng. Rate	Story Impression Rate	Post Impression Rate	Zielgruppe Weiblich/Männlich	Top Land	Kategorien
	FrauLewentark	♀	Löchgau, DE	7.000	5,77 %	9,74 %	18,62 %	89,00 %	in Deutschland 86,00 %	Kindergarten & Vorschule
	Gulay an	—	Pfeitzel, DE	32.500	2,53 %	8,27 %	19,12 %	86,87 %	in Deutschland 56,50 %	Babys & Kleinkinder
	Hrabiolisa	♀	Hohenstein, DE	74.800	2,81 %	33,09 %	219,02 %	85,50 %	in Deutschland 79,70 %	Essen & Trinken- Sonstiges
	nana beauty official	—	DE	109.000	9,97 %	30,67 %	—	91,31 %	in Deutschland 65,00 %	Misc

3 von 4 haben die Kampagne begonnen

[Tabelle speichern \[xls\]](#)

@Benutzername	Status Produktion	Voraussichtliches Veröffentlichungsdatum	Info Str. Adr	Produkt	Vorname Nachname
nana beauty official	Ausstehend	—	—	—	—
Gulay an	Gestartet	29.10.2022	—	Gulay Stylistin Bockelstraße 42/2 76527 Pfeitzel Deutschland	—
Hrabiolisa	Gestartet	03.11.2022	—	Line Gruninger Benediktsweg 7 72535 Hohenstein Deutschland	—
FrauLewentark	Gestartet	02.11.2022	—	Daniela Kiedt Freudentaler Str. 2/1 74329 Löchgau Deutschland	—



Zusammenarbeit mit der Agentur: EQOLOT

Zeitung lesen wie die großen - Stuttgarter Kinderzeitung

Start Bewerbungsphase: 22.09.2022
 Datum erstes Posting: 23.09.2022

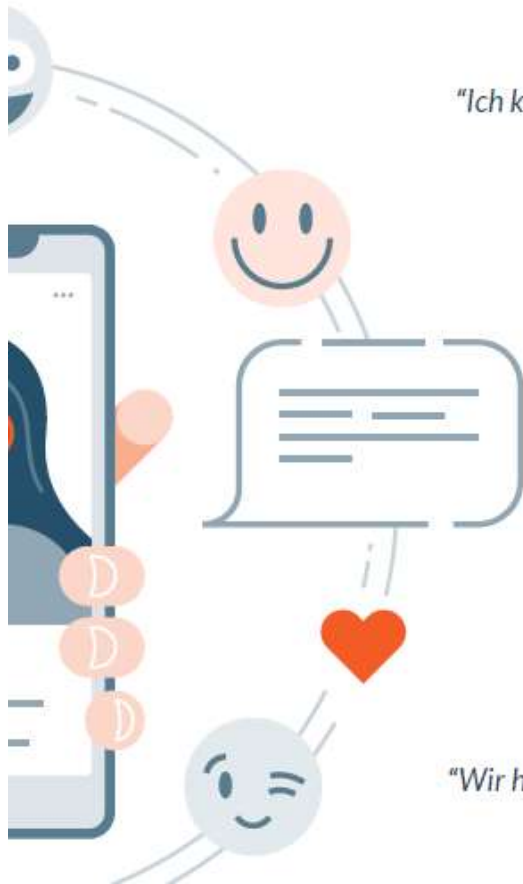
Briefing: 30 Beiträge erstellen und freigeben
 Bewerberfragen: Übersicht und Auswahl von Influencer*innen
 Produktion: Inhalte erstellen und posten
 Wünsche: Freigabe der Influencer*innen-Links
 Live: Start der Live-Übertragung

3 Beiträge veröffentlicht von 3 Influencer*innen mit 414.500 Reichweite

	Instagramname	Ort	Reichweite	Veröffentlichungsdatum	Link
	malinsh_jing	Ludwigshafen, DE	140.200	02.10.2022	instagram.com/malinshjing
	Frauenvermarkt	Lödingen, DE	7.000	09.11.2022	instagram.com/wendischtrigeb
	Emmichael	Münster, DE	73.800	07.11.2022	instagram.com/emmichael
	handkuchofficial	DE	109.000	01.11.2022	instagram.com/handkuchofficial
	Drakeyee	Phnom Penh, KH	52.500	01.10.2022	instagram.com/drakeyee



Beispielhafte Rückmeldung Follower*innen



"Ich kann das Abo genauso wie du nur empfehlen, meine lesen es auch sehr gerne 👍"

"Das ist ja was ganz tolles 🌟 meine Tochter ist da auch sehr interessiert und ich denke das wäre definitiv auch was für uns. Schaue ich mir direkt einmal an"

"Wir haben die auch abonniert seit 2 jahren jetzt schon fast, die ist soooo toll"

"Tolles Weihnachtsgeschenk 🎁"

"Toll gemacht 👍❤️"

"Echt coole Zeitung für Kids und Mega Video ❤️"

Beispielhafte Reels der ausgewählten Influencerinnen



@linalouisaa



@frauloewenstark



@melinaalt_blog

Storysequenzen der Influencerin @linalouisaa



Storysequenzen der Influencerin @linalouisaa



Auswertung Allgemein



Teilnahme von 5
Influencer*innen mit einer
Gesamtreichweite von **414.735**
Follower*innen.



Alle Influencer*innen
veröffentlichten ein **Reel** und eine
Story auf ihrem Instagram Kanal.



Der Influencerin **linalouisaa**
erbrachte aus Budgetsicht die beste
Performance und eignet sich zur
Wiederbelegung.



Für das **Reel** konnten **78.187**
Impressions erzielt
werden.



Für die **Stories** konnten
269.219 Impressions erzielt
werden.

Auswertung Allgemein

Instagram	Berechnungsgrundlage
Bruttoreichweite in Follower*innen	Gesamtzahl der Follower eines Accounts
Impressionen	Die absolute Anzahl, die den Instagram Post oder die Story gesehen haben
Follower*innen / Impressionen Ratio	Anzahl der Impressionen geteilt durch die Anzahl der Follower*innen eines Accounts in Prozent
Tausender-Kontakt-Preis (TKP)	Kosten geteilt durch die Impressionen x 1.000
Engagements	Anzahl der Likes und Kommentare
Brutto Engagement Rate	Summe der Engagements geteilt durch die Anzahl der Follower*innen eines Accounts
Netto Engagement Rate	Summe der Engagements geteilt durch die Anzahl der erreichten Personen
Wiedergaben	Summe der Videoaufrufe eines Reels

Instagram	Berechnungsgrundlage
Anzahl	Summe aller veröffentlichten Content Pieces (Bild, Video, Boomerang etc.)
Reichweite	Max. Anzahl an erreichten Personen pro Influencer*in
Handlungen	Handlungen in einer Story sind bspw. Profilaufufe, auf Sticker getippt, Inhalte geteilt, Antworten gegeben, zum Influencer*innenprofil gegangen
Link-Sticker	Anzahl der Klicks auf Link-Sticker zu einer hinterlegten Landingpage/ Webseiten-Link
Klickrate	Anzahl der Link-Sticker geteilt durch die Anzahl der Impressionen

Auswertung Reels

4 von 5 Influencerinnen erzeugten durch Ihr Reel sehr gute Aufmerksamkeit für die Kinderzeitung, sodass die Prognose übertroffen wurde.

Instagram Reels	Bruttoreichweite in Follower*innen	Wiedergaben Prognose: 62.250	Wiedergaben -Follower Ratio	Engagement	Brutto Engagement Rate	Netto Engagement Rate	Cost per View (CPV) Prognose: 0,09 €
melinaalt_blog	191.231	13.344	6,98 %	3.043	1,59 %	22,80 %	0,19 €
nanabeautyofficial	109.000	37.770	34,65 %	1.252	1,15 %	3,31 %	0,04 €
linalouisaa	74.832	19.885	26,57 %	2.107	2,82 %	10,60 %	0,05 €
Guelay.ee	32.584	6.018	18,47 %	851	2,61 %	14,14 %	0,07 €
Frauloewenstark	7.088	1.170	16,51 %	82	1,16 %	7,01 %	0,08 €
Gesamt	414.735	78.187	18,85 %	7.335	1,77 %	9,38 %	0,07 €

Auswertung Storysequenzen

3 von 5 Influencerinnen konnten mithilfe Ihrer Stories eine hohe Aufmerksamkeit für die Kinderzeitung erzielen. Die Prognose wurde zu 92% übertroffen.

Instagram Story	Bruttoreichweite in Follower*innen	Anzahl	Reichweite	Impressionen Prognose: 140.000	Impression-Follower Ratio	Handlungen	Link-Sticker	Klickrate	Tausender-Kontakt-Preis (TKP)
melinaalt_blog	191.231	3	33.323	99.985	52,28 %	0	45	0,05 %	13,39 €
nanabeautyofficial	109.000	3	10.889	32.111	29,46 %	66	36	0,11 %	23,76 €
linalouisaa	74.832	5	26.368	131.112	175,21 %	402	402	0,31 %	4,00 €
Guelay.ee	32.584	4	1.333	5.280	16,20 %	27	25	0,47 %	43,20 €
Frauloewenstark	7.088	4	188	731	10,31 %	1	0	0,00 %	67,87 €
Gesamt	414.735	19	72.101	269.219	64,91 %	496	508	0,19 %	10,78 €

Blick auf Influencerkampagne StZ

Influencerkampagne StZ „Cyberweek“

- Kampagnenbezogen
- 2 Influencer*innen mit Gesamtreichweite von 298.097 Follower*innen
- Produkt „Zeitung“ konnte nicht gut durch Reels/Stories in den Vordergrund gestellt werden
- Das Produkt iPad wurde intensiver beworben, digitale Zeitung ist in den Hintergrund gerutscht
- Wenig erfolgreich, Prognosen wurden unterschritten

Blick auf Influencerkampagne StZ

Das Reel von madeleineschoen erzeugte mehr Sichtbarkeit und war kostentechnisch effizienter. Beide Reels erzielten eine gute Engagementrate

Instagram Reels	Bruttoreichweite in Follower*innen	Reichweite	Wiedergaben Prognose: 46.000	Engagement	Netto Engagement Rate	Cost per View (CPV)
madeleineschoen	169.377	12.936	16.382	462	2,82 %	0,15 €
maditadorn	128.702	9.495	10.794	400	3,71 %	0,18 €
Gesamt	298.079	22.431	27.176	862	3,17 %	0,16

Blick auf Influencerkampagne StZ

Maditadorn erzielte mit Ihrer Story die besseren Ergebnisse in Bezug auf die Reichweite sowie die Markenkontakte.

Instagram Story	Bruttoreichweite in Follower*innen	Anzahl	Reichweite	Impressionen Prognose: 104.000	Handlungen	Link-Sticker	Klickrate Impressionen	Tausender-Kontakt-Preis (TKP)
madeleineschoen	169.377	8	3.499	27.964	5	59	0,21%	45,43 €
maditadorn	128.702	6	5.303	30.571	26	28	0,09%	31,57 €
Gesamt	298.079	14	8.802	58.535	31	87	0,15%	38,19 €

Learnings

Learnings/ Erkenntnisse Influencermarketing Bezug KIZ

- Für Markenstärkung und Bekanntheit förderlich
- Produkt gut im Influencermarketing zu platzieren
- Kleine Auswahl an potenziellen Influencer*innen da eher nischig
- Mögliche erneute Zusammenarbeit, kampagnenbezogen