



Influencer Marketing im Golfsport: Wie Content Creators Regionen, Clubs und Hotels zu mehr Erfolg führen

7. Oktober 2024
Generalversammlung – Golf in Austria
Magdalena von @puttsnpenalties



Mensch

Content Creator: Golf & Travel
Uli und Maggy von @puttsnpenalities

Unternehmerin und Chief Marketing Officer
eines Technologie Startups mit 100 Mitarbeitern





DO
MORE.



Vertrauen aufbauen

- über Dritte, nicht nur seitens der Marke
- Authentizität
- digitale Präsenz
- treue Community





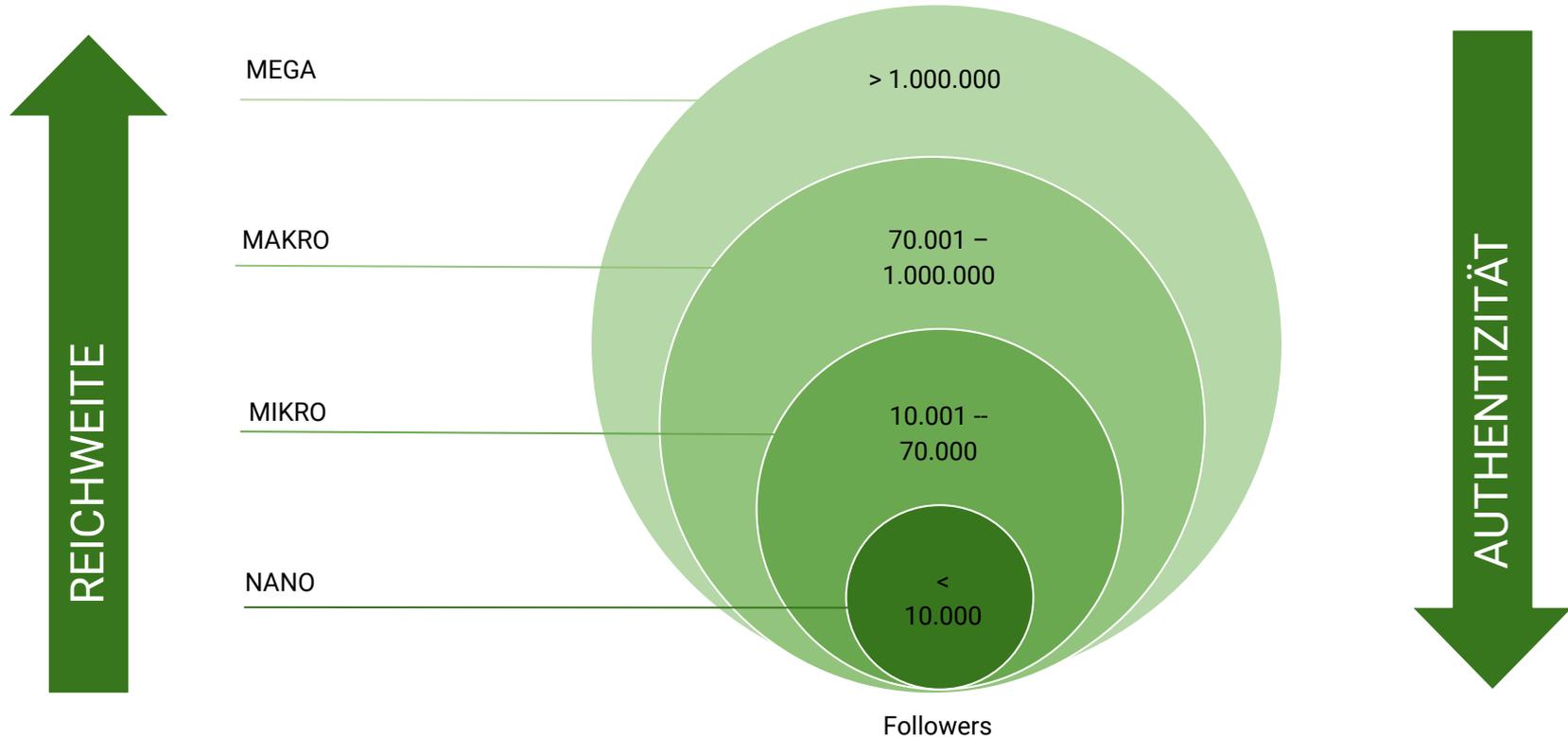
Content Creators sind eine wichtige
Brücke zur Zielgruppe.



Wer mit Creators zusammenarbeitet,
kann:

- innovatives Marketing stärken
- Sichtbarkeit erhöhen
- neue Zielgruppen erschließen
- sich als moderne, attraktive Destination positionieren

Die Auswahl des richtigen Content Creators



Kooperationsmodelle mit Content Creators



Erwartungsmanagement

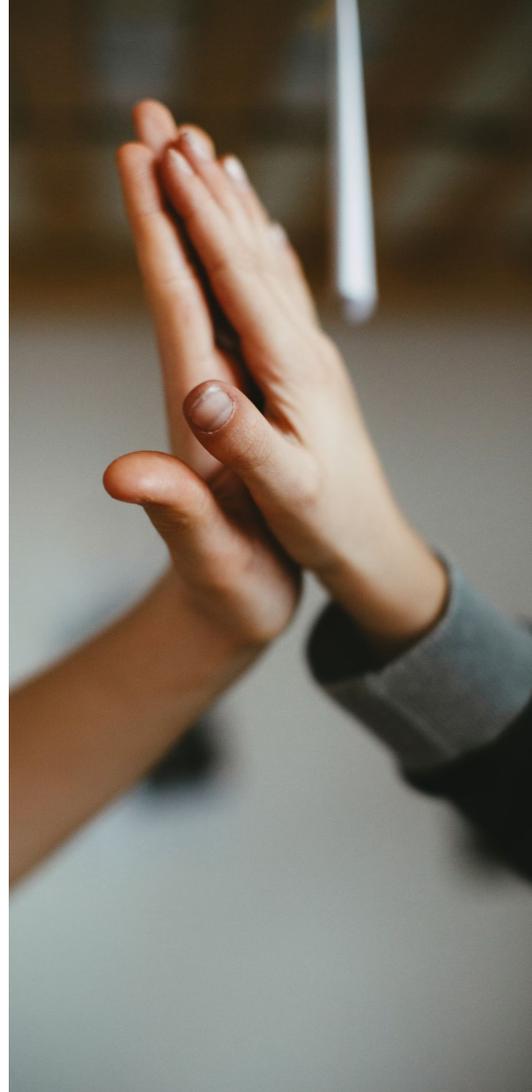
- Klares Briefing (Kommunikation im Vorfeld)
- Ziele kommunizieren
- Vorgaben und Inhalte
- Deadlines festlegen
- Regelmäßige Abstimmung

Wichtig: **Klare Guidelines** kommunizieren, aber gleichzeitig **kreativen Freiraum** für die Content Creators lassen.



Best Practices im Umgang mit Content Creators

- Kreative Freiheit gewähren
- Feedback und Vertrauen aufbauen
- Langfristige Beziehungen pflegen
- Klare Kommunikation
- Gemeinsames Ziel im Fokus behalten





So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Do's und Dont's

So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Do's



Aktiver Social Media-Account



So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Do's

Aktiver Social Media-Account

Repostet die Inhalte der Creators





So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Do's

Aktiver Social Media-Account

Repostet die Inhalte der Creators

Timing der Zusammenarbeit





So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Do's

Aktiver Social Media-Account

Repostet die Inhalte der Creators

Timing der Zusammenarbeit

Offen für kreative Ideen sein



So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Don'ts



Creators sind keine Vertriebler

So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Don'ts



Creators sind keine Vertriebler

Creators sind keine Journalisten



So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Don'ts



Creators sind keine Vertriebler

Creators sind keine Journalisten

Überladener Zeitplan



So gelingt die Zusammenarbeit: Eure Don'ts



Creators sind keine Vertriebler

Creators sind keine Journalisten

Überladener Zeitplan

Kreative Einschränkung



Fallbeispiel: Tirol

Beteiligte Marken

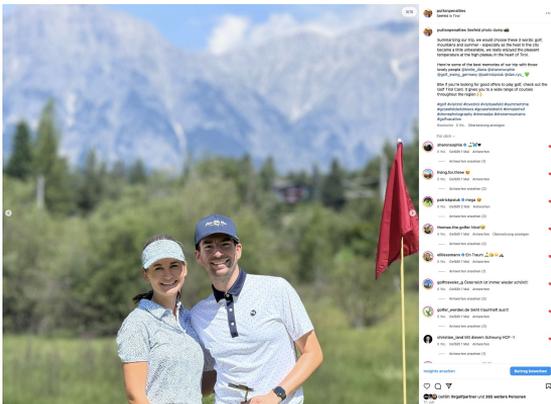
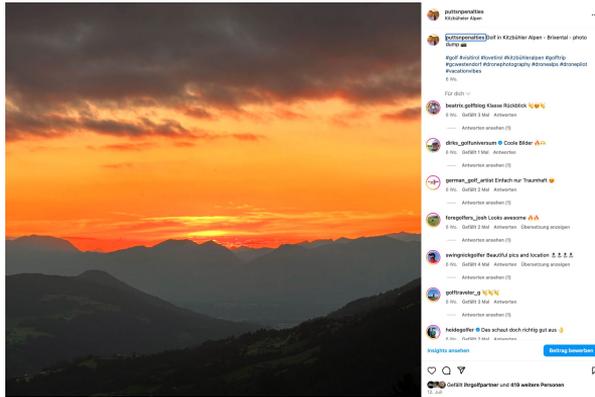
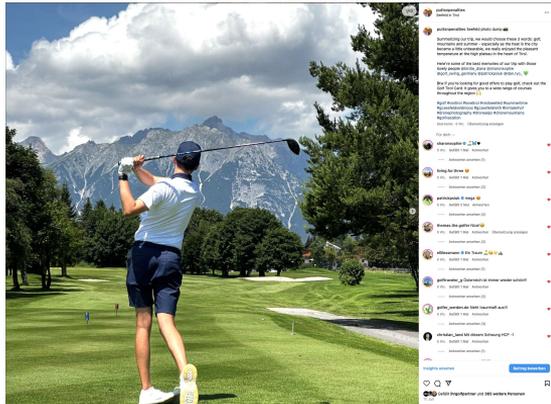


Zusammenfassung:

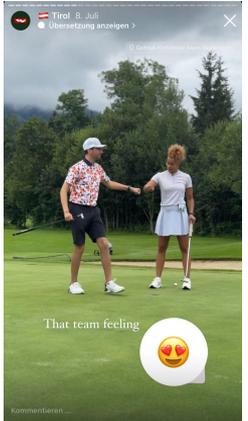
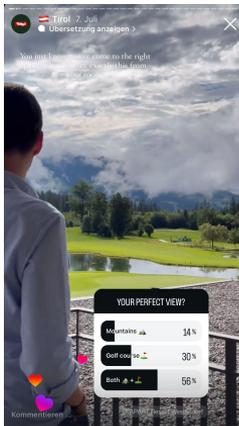
In enger Zusammenarbeit mit der Agentur emotion Marketing GmbH haben wir eine ein-wöchige Golfreise nach Österreich gemacht. Wir haben zwei erstklassige Hotels, Activities sowie drei atemberaubende Golfplätze unserer Community präsentiert und dabei hochwertigen Content für die beteiligten Marken erstellt. Unsere Beiträge wurden nicht nur am gleichen Tag veröffentlicht, sondern sorgten auch über mehrere Wochen hinweg für kontinuierliche Begeisterung bei der Community.



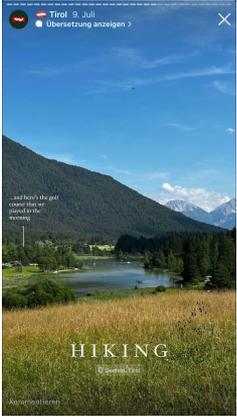
Fallbeispiel: Tirol



Fallbeispiel: Tirol



Fallbeispiel: Tirol



Zum Nachlesen:





Einleitung

Veränderte Informationswege:

- Klassische Werbung verliert an Bedeutung, authentische Inhalte gewinnen an Relevanz.
- Marken setzen auf externe Kommunikation durch Dritte für mehr Authentizität.

Rolle der Content Creators:

- Personen mit starker digitaler Präsenz und treuer Community.
- Vermitteln Erfahrungen, Meinungen und Empfehlungen auf persönliche Art.

Relevanz für Regionen, Golfclubs und Golfhotels:

- Im Golfsport spielen Emotionen, Erlebnisse und Reisen eine zentrale Rolle.
- Content Creators transportieren diese Aspekte besser als traditionelle Werbekanäle.
- Sie sprechen gezielt ihre Community an und stellen eine direkte Verbindung zwischen Marke und potenziellen Gästen her.



Einleitung

Creators als Brücke zur Zielgruppe:

- Menschen vertrauen zunehmend auf Empfehlungen von Personen, denen sie folgen.
- Creators sind wichtige Multiplikatoren, die Reichweite und Authentizität nutzen, um Marken vorzustellen und deren Bekanntheit zu steigern.

Vorteile der Zusammenarbeit mit Content Creators:

- Innovatives Marketing stärken.
- Sichtbarkeit erhöhen.
- Neue Zielgruppen erschließen.
- Als moderne, attraktive Destination positionieren.



Die Zusammenarbeit mit Content Creators

- **Nano-Influencer (bis 10.000 Follower):**
 - Kleine, aber sehr engagierte Anhängerschaft.
 - Community besteht oft aus einer spezifischen Zielgruppe, die starkes Vertrauen in den Creator hat.
 - Sehr persönliche und direkte Kommunikation, hohe Interaktionsraten.
- **Mikro-Influencer (10.001 – 70.000 Follower):**
 - Größere Reichweite, aber weiterhin enge Bindung zu den Followern.
 - Experten auf ihrem Gebiet, hohe Glaubwürdigkeit und qualitativ hochwertiger Content.
 - Effektiv für das gezielte Ansprechen von Golfspielern, mit einem ausgewogenen Verhältnis von Reichweite und Engagement.
- **Makro-Influencer (70.001 – 1 Million Follower):**
 - Große Reichweite und breites Publikum.
 - Geringere Interaktion mit Followern, da Zielgruppe allgemeiner ist.
 - Gut geeignet für groß angelegte Werbekampagnen und die Vermarktung breiterer Produkte.
- **Mega-Influencer (>1 Million Follower):**
 - Ikonischer Status, oft Prominente.
 - Ideal für große Werbekampagnen, aber oft weniger spezialisiert.
 - Glaubwürdigkeit in Nischen wie Golf kann gering sein, da nicht alle Follower die gleichen Interessen teilen.

Fazit:

Es geht nicht darum, den Creator mit den meisten Followern zu gewinnen, sondern die **richtigen Creators** auszuwählen. Speziell Golf-Creators sind besonders wertvoll, da ihre Follower gezielt nach Golfreisen, -Tipps und Entertainment suchen. Die enge Bindung zu ihrer Community und ihr spezifischer Content-Stil passen oft besser zu Golfclubs und -hotels als allgemeine Prominente. Hinweis: im Golf-Segment gibt es primär Nano- und Mikro-Influencer



Die Zusammenarbeit mit Content Creators

Kooperationsmodelle mit Content Creators:

- **Gesponserte Inhalte:** Content Creators erstellen Beiträge, Videos oder Stories, die das Golfhotel oder den Golfclub präsentieren und dafür bezahlt werden / Gegengeschäft.
- **Langfristige Partnerschaften:** Regelmäßige Zusammenarbeit mit einem Creator, um kontinuierliche Inhalte zu liefern, z.B. mehrmonatige Kampagnen oder wiederholte Aufenthalte.
- **Produkttests und Rezensionen:** Creators testen und bewerten die Dienstleistungen oder Produkte des Hotels/Clubs, wie z.B. Golfplätze, Wellnessangebote oder Gastronomie.
- **Event-Kooperationen:** Creators werden zu speziellen Veranstaltungen oder Turnieren eingeladen, um live zu berichten und so die Reichweite zu steigern.
- **Affiliate-Programme:** Influencer erhalten eine Provision für Buchungen oder Verkäufe, die durch ihre Beiträge generiert werden.
- **Social Media Takeover:** Der Creator übernimmt für einen Tag die Social Media Kanäle des Hotels/Clubs, um exklusive Einblicke zu bieten.



Die Zusammenarbeit mit Content Creators

Erwartungsmanagement und Briefing

- **Klares Briefing (Kommunikation im Vorfeld):** Definieren Sie die Ziele der Kampagne und die erwarteten Ergebnisse im Vorfeld.
- **Ziele kommunizieren:** Stellen Sie sicher, dass der Content Creator die Markenbotschaft und die Zielgruppe genau versteht.
- **Vorgaben und Inhalte:** Besprechen Sie im Detail, welche Inhalte gewünscht sind (z.B. Anzahl der Posts, Art der Stories, Hashtags, Verlinkungen).
- **Deadlines festlegen:** Setzen Sie klare Fristen für die Erstellung und Veröffentlichung der Inhalte.
- **Regelmäßige Abstimmung:** Halten Sie während der Zusammenarbeit regelmäßigen Kontakt, um Missverständnisse zu vermeiden und Feedback zu geben.

Wichtig: Klare Guidelines kommunizieren, aber gleichzeitig **kreativen Freiraum** für die Content Creators lassen.



Best Practices für den Umgang mit Content Creators

Kreative Freiheit gewähren: Content Creators sind Experten darin, ihre Zielgruppe anzusprechen. Geben Sie ihnen den nötigen Spielraum, damit sie authentische und ansprechende Inhalte auf ihre eigene kreative Weise gestalten können. Dies führt zu glaubwürdigeren Ergebnissen und höherem Engagement.

Feedback und Vertrauen aufbauen: Zeigen Sie Wertschätzung für die Arbeit der Creators und hören Sie auf deren Vorschläge. Vertrauen ist entscheidend für eine erfolgreiche Zusammenarbeit – ein offener Austausch sorgt für eine stärkere Bindung und motiviert die Creators, ihr Bestes zu geben. Das betrifft auch die Tagesplanung: Am besten postet der Creator zeitnah, daher muss ausreichend Zeit für die Produktion, Bearbeitung und Publishing gegeben werden.

Langfristige Beziehungen pflegen: Eine langfristige Partnerschaft ist oft effektiver als eine einmalige Kooperation. Regelmäßige Zusammenarbeit mit denselben Creators sorgt für Konsistenz, stärkere Bindung zur Marke und Vertrauen innerhalb der Community.

Klare Kommunikation: Transparente Absprachen zu Zielen, Deadlines und Erwartungen schaffen ein solides Fundament. Eine reibungslose Kommunikation hilft, Missverständnisse zu vermeiden und sichert den Erfolg der Kampagne.

Gemeinsames Ziel im Fokus behalten: Beide Seiten sollten auf das gleiche Ziel hinarbeiten. Wenn Marke und Creator gemeinsame Werte und Zielgruppen teilen, entsteht eine authentische Verbindung, die zu besseren Ergebnissen führt.



Konstruktive Tipps für erfolgreiche Zusammenarbeit - Ihre Do's

Seid auf Social Media präsent:

- Ein aktiver Social Media Account, besonders auf Instagram, ist ein Muss. Location-Tags sind entscheidend, um die Sichtbarkeit zu erhöhen. Ohne Social Media Präsenz existiert die Marke digital nicht.

Repostet die Inhalte der Creators:

- Nutzt die Reichweite und die hochwertigen Aufnahmen der Creators, wenn sie euch besuchen. Verlinkt sie und repostet ihre Inhalte, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und die Zusammenarbeit zu verstärken.

Timing der Zusammenarbeit:

- Plant die Kooperationen nicht nur außerhalb der Saison. Content Creators sollten das zeigen, was Gäste auch tatsächlich bei euch erleben können. Das Wetter spielt eine wichtige Rolle – es sollte stimmig zur Saison passen.

Offen für kreative Ideen sein:

- Lasst Creators ihre eigene kreative Vision einbringen. Zu strikte Vorgaben schränken ihre Kreativität ein und wirken sich negativ auf die Authentizität des Inhalts aus. Trotzdem können Sie Ihre Lieblingsplätze, Signature holes usw. mitteilen. Empfehlungen sind immer Willkommen



Konstruktive Tipps für erfolgreiche Zusammenarbeit - Ihre Dont's

Creators sind keine Vertriebler:

- Sie garantieren keine sofortigen Buchungen oder messbare Verkaufszahlen. Ihr Fokus liegt auf Markenaufbau und authentischer Vermittlung, nicht auf direkter Performance-Werbung.

Creators sind keine Journalisten:

- Sie benötigen keine Presse-Texte oder vorgefertigte Marketing-Informationen. Creators teilen ihre eigenen, persönlichen Eindrücke und schreiben aus ihrer Perspektive. Hinweise zu guten Locations oder besonderen Details sind hilfreich, aber sie werden keine Marketing-Slogans übernehmen.

Überladener Zeitplan:

- Vermeidet es, den Creators zu viele Aktivitäten aufzudrängen. Sie benötigen Zeit, um Inhalte zu erstellen, zu bearbeiten und zeitnah zu veröffentlichen. Ein überladener Zeitplan führt zu Stress und beeinträchtigt die Qualität der Inhalte.

Keine kreative Einschränkung:

- Zwingt den Creators keine strikten Vorgaben auf, die ihre Kreativität einengen. Sie wissen, wie sie ihre Zielgruppe ansprechen und authentische Inhalte erstellen – lasst ihnen daher den nötigen Spielraum.



Ausblick

Steigende Bedeutung von Nischen-Creators:

- Die Zusammenarbeit mit spezialisierten Creators, die eng mit ihrer Community verbunden sind, wird zunehmen, da sie gezielter und authentischer Zielgruppen ansprechen können.

Integration von neuen Technologien:

- Zukünftige Kooperationen werden vermehrt Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) und immersive Formate einbinden, um innovative, interaktive Inhalte zu schaffen.

Langfristige Markenbotschafter:

- Die Tendenz geht hin zu langfristigen Partnerschaften, bei denen Creators als dauerhafte Markenbotschafter agieren und eine tiefere Verbindung zur Marke aufbauen.

An aerial photograph of a golf course at sunrise. The sun is low on the horizon, casting a warm orange glow over the landscape. A large body of water, possibly a lake or reservoir, is visible in the background, reflecting the sun. The foreground shows a green golf course with a winding path and a small pond. The overall scene is peaceful and scenic.

Zeit für eure Fragen

Kontaktiert mich gerne bei
weiteren Fragen:

