

Presseinformation

Kommunikation / Unternehmen / Trends

Wien, 21.4.2020

Covid-19:**Umfrage: Massive Umsatzeinbrüche bei österreichischen Influencern**

Die Wiener PR-Agentur comm:unications hat bei österreichischen Influencern nachgefragt, wie sich die Coronakrise auf ihr Business auswirkt. Die Umfrage brachte ähnliche Ergebnisse wie eine vor kurzem publizierte deutsche Umfrage: Bei mehr als der Hälfte der Befragten sind die Aufträge stark zurück gegangen oder wurden aufgrund der Krise abgesagt. Allerdings: Mit einem generellen Wandel der Szene rechnen die Befragten eher nicht.

Eine an österreichische Influencer versendete Online-Umfrage der PR-Agentur comm:unications zeigt ein ähnliches Bild wie die vor kurzem publizierte Umfrage der Agentur KMB Creative Network bei deutschen Influencern: Bei über 60 Prozent der Befragten sind die Aufträge stark gesunken, zudem wurden auch Aufträge verschoben oder kurzfristig abgesagt. Dabei sind die Followerzahlen in etwa gleichgeblieben.

Bangen um zukünftige Aufträge

Neben der aktuellen Lage wurden die virtuellen Meinungsmacher auch zu ihrer Einschätzung die Zukunft der Branche betreffend befragt. Die zukünftige Auftragslage schätzen fast alle Befragten pessimistisch ein, nur etwa 20 Prozent sehen sich gewappnet, fast 70 Prozent rechnen mit weiteren Einbrüchen und über 10 Prozent wissen nicht, ob sie wie bisher von ihrer Tätigkeit leben können. Ob sich die Szene durch die Krise ändern wird, sehen die Befragten unterschiedlich. Knapp die Hälfte rechnet nicht mit großen Umbrüchen, einige gehen davon aus, dass sich die Spreu vom Weizen trennen wird: So wird einerseits damit gerechnet, dass einige ihre Influencer-Tätigkeit wegen fehlender Umsätze beenden werden müssen. Zum anderen wird angenommen, dass nur jene überleben, die die Krise auch als Chance begreifen.

#stayathome: Follower-Interesse an Corona-Themen groß

Auch Influencer nehmen laut Umfrage ihre Verantwortung wahr und nutzen ihre Kanäle, um ihre Follower zum zuhause bleiben zu bewegen: Knapp 80 Prozent gaben an, in ihren Posts dazu aufzufordern. Die Reaktionen der Follower auf diese Vorgehensweise seien meist positiv.

Wieder höhere Werbebudgets nach Schockstarre?

„Ich gehe davon aus, dass Unternehmen die Werbebudgets für Influencer nach dem ersten Schock wieder erhöhen. Denn: Die Menschen sind mehr denn je in den sozialen Medien aktiv. Influencer Marketing schafft dabei Bindung und Glaubwürdigkeit, daher ist das Potenzial gerade jetzt sehr hoch. Zudem wünschen sich immer mehr User wieder entspannte Inhalte“, so comm:unications CEO Sabine Pöhacker.

comm:unications - Agentur für PR, Events & Marketing wurde 1996 gegründet und zählt zu den Top 20 PR-Agenturen Österreichs. Branchenschwerpunkte sind Consumer Brands, Kultur & Tourismus, Gesundheit, inter-/nationale Organisationen und Industrie. Die Expertise reicht von strategischer PR-Beratung, Medienarbeit, PR-Kampagnen und Social Media bis zu Krisenkommunikation und Change Management. Die eigentümergeführte Agentur mit Sitz in Wien ist Partner im fünftgrößten globalen PR-Netzwerk der Welt, PROI Worldwide. Agenturgründerin Sabine Pöhacker, MSc. ist anerkannte Kommunikationsberaterin, Lehrbeauftragte an der Universität Wien sowie zertifizierte systemische Business Coach. www.communications.co.at

Fotos beiliegend, Abdruck honorarfrei

BU1: Sabine Pöhacker, GF comm:unications © comm:unications

BU2: Influencer © Artem Beliaikin, Pexels

Rückfragen-Hinweis

communications – Agentur für PR, Events und Marketing

Sabine Pöhacker, Servitengasse 6/8, 1090 Wien, Tel.: +43 1 315 14 11-0

E-Mail: sabine.poe hacker@communications.co.at