UNSERE HOTELS

29. August 2025

Influencer-Marketing: So steigern Hotels ihre Buchungen und Sichtbarkeit!

Erfahren Sie, wie Mikro-Influencer 2025 die Hospitality-Branche transformieren: Strategien, Chancen und Erfolgsmessung.

Wengen, Schweiz - Influencer-Marketing ist mittlerweile ein fester Bestandteil der Strategien in der Hotelbranche, um Sichtbarkeit, Markenbekanntheit und Buchungen zu steigern. Laut Tophotel hat sich besonders die Zusammenarbeit mit Mikro-Influencern, deren Followerzahl zwischen 1.000 und 100.000 liegt, als äußerst effektiv herausgestellt. Ein Beispiel zeigt, wie die Kooperation mit einer Reise-Influencerin, die 50.000 Follower hat, einen Reichweitenzuwachs im sechsstelligen Bereich generierte und den Website-Traffic um 300 Prozent steigerte.

Der Charme der Mikro-Influencer liegt in ihrer Authentizität. Sie haben eine engere und loyalere Beziehung zu ihrem Publikum

als viele Prominente und können so authentische Empfehlungen abgeben, die von den Followern hoch geschätzt werden. Dies ist besonders wichtig, da Kunden heute nach personalisierten Erlebnissen und Ehrlichkeit in der Werbung suchen, wie The Travel Foundry betont.

Die Auswahl der richtigen Influencer

Bei der Auswahl eines geeigneten Influencers sollten Hotels verschiedene Kriterien berücksichtigen, darunter die Zielgruppe, den Content-Stil und die Glaubwürdigkeit. Häufig passiert es, dass Hotels unklare Zielsetzungen und Briefings vorgeben, was zu suboptimalen Ergebnissen führen kann. Ein klarer schriftlicher Vertrag ist unerlässlich, um die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit zu klären. Dazu gehören Angaben zu Leistungsumfang, Vergütung, Nutzungsrechten und Kennzeichnungspflichten.

Die Erfolgsmessung ist ebenfalls entscheidend. Ob durch Reichweite, Engagement oder direkte Buchungen, Hotels sollten immer die spezifischen Ziele der Kampagne im Blick haben. Beliebte Inhalte aus Kooperationen sind oft Room-Touren, Food-Content und Aktivitäten, die sowohl online als auch offline für die eigene Website oder in Werbeanzeigen genutzt werden können.

Strategien für erfolgreiches Influencer-Marketing

Um das volle Potenzial von Mikro-Influencern auszuschöpfen, ist eine strategische Planung notwendig. Value Your Network hebt hervor, dass kleinere und nano-Influencer (1.000 bis 10.000 Follower) durch ihre relatablen Inhalte eine höhere Engagement- und Konversionsrate aufweisen, was sie zu einer kosteneffizienten Lösung für Hoteliers macht. Folgende Strategien können für den Erfolg maßgeblich sein:

- Partnerschaften mit lokalen Influencern: Identifizieren Sie 5-10 lokale Mikro-Influencer, um authentische Erlebnisse anzubieten und Inhalte im Austausch zu erstellen.
- Exklusive Erfahrungen: Bieten Sie Influencern einzigartige Kooperationsmöglichkeiten, um fangbare Aktionen zu fördern.
- Nutzergenerierte Inhalte: Motivieren Sie Influencer, hochwertige Inhalte zu erstellen, die später auf offiziellen Kanälen verwendet werden.
- Geziele Ansprache: Nutzen Sie Nischen-Influencer zur Ansprache spezifischer Zielgruppen.
- Langfristige Botschafterprogramme: Entwickeln Sie dauerhafte Beziehungen zu Influencern für konsistente Markenkommunikation.

Diese Strategien können entscheidend sein, um die Sichtbarkeit einer Marke im hart umkämpften Markt zu erhöhen. Die Ist-Situation zeigt, dass traditionelle Werbung allein nicht mehr ausreicht, um Reisende zu erreichen. Stattdessen suchen sie nach authentischen und emotionalen Verbindungen zu Marken.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass Mikro- und Nano-Influencer eine Schlüsselrolle bei der Gewinnung von Verbrauchervertrauen und zur Generierung direkter Buchungen spielen. Hoteliers, die ein scharfes Auge auf die Auswahl der richtigen Influencer haben und strategisch planen, können sicherstellen, dass sie in der dynamischen Hospitality-Branche die Nase vorn haben.

Details	
Ort	Wengen, Schweiz
Quellen	• www.tophotel.de • thetravelfoundry.com • www.valueyournetwork.com

Besuchen Sie uns auf: unsere-hotels.de