

Top-10-Influencer-Marketing-Studien im Überblick 2022

Studie Herausgeber Erhebung Basis	B2C B2B	Zielsetzung und Antworten	Markt
<u>The state of Influencer Marketing in 2022: Benchmark Report</u> Influencer Marketing Hub 03-2021 n=>2.000 Marketing-Experten von Brands und Agenturen, vorwiegend USA, aber auch APEC und EU	B2B/B2C	Jährliche globale Einblicke zum Stand des Influencer-Marketings in Unternehmen und Agenturen inkl. Marktvolumenabschätzung	Weltweit (>80% EU & USA)
<u>Social Media Trends-2022 Report</u> Talkwalker & Hubspot 08-2021 Talkwalker Consumer Intelligence Plattform bis August 2021 (Inhaltsanalyse durch Social Listening/Monitoring) + ca. 70 Experten & Marken	B2B/B2C	Ein 80-seitiger Trendreport voller spannender und mit Daten untermauerter Insights und Cases sowie konsolidierten Trends für das Jahr 2022, u.a. Influencer-Marketing als Verbindung zu den Kund:innen beim Trendthema Social Selling	Weltweit
<u>The State of Influencer Marketing 2021</u> LINQIA 03-2021 n=163 Marketing-Experten aus CPG, Food & Beverage, Media, Retail (u.a. Best Buy, Clorox, L'Oreal, Mindshare, PespiCo, Publicis Sapient, Starbucks, T-Mobile)	B2C	Jährliche Einblicke zum Stand des Influencer-Marketings in Unternehmen und Agenturen im englischsprachigen Raum	US/UK
<u>Die Content Marketing Trendstudie 2022</u> Statista, CMF & CMCX 01/02-2022 Online-Befragung unter Content Marketing-Entscheidern in Unternehmen und Agenturen n=460	B2B/B2C	Jährlicher Status Quo in DACH Strategie & Ziele Formate & Kanäle Erfolgsfaktoren & Messung COVID19-Auswirkungen	DE
<u>Influencer Marketing in Unternehmen</u> BVDW Arbeitsgruppe Influencer Marketing 01-2021 n=109 Social-Media- und Influencer-Marketing-Verantwortliche aus werbungtreibenden Unternehmen	B2B	Deutsches Pendant zum Status Quo des Influencer Marketings aus Expertensicht Budgets Einfluss der Corona-Pandemie Erfolgsmessung von Influencer-Kampagnen	DE
<u>CXOs als Corporate Influencer</u> Personalberatung Egon Zehnder & Unternehmensberatung Kearney 10-2020 Inhaltsanalytische Analyse der Profile aller DAX-30-CEOs in sozialen Medien	B2C	Eine spannende Analyse und How-To der Social-Media-Aktivitäten – vorwiegend auf LinkedIn – der Top30-DAX-CXOs	DE
<u>Influencer Marketing: Der Follower, das unbekannte Wesen</u> agof & Koelnmesse auf Basis der agof daily digital facts (Multi-Methodenmodell aus Tracking, OnSite/InApp--Befragung und bev.-repr. CATI-Erhebung Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren n=316.914 Unique User	B2C	Sonderbericht der agof und der Koelnmesse zur DMEXCO 2021 : Wer sind eigentlich die Follower – die Menschen, die den Influencern folgen, diesen von Unternehmen und Marken begehrten Multiplikatoren?	DE
<u>ARD-ZDF Online-Studie 2021</u> ARD/ZDF-Forschungskommission 04-2021 CATI gewichtet nach ma Radio n=2.001 deutsche Wohnbev. n= 1.504 Online-Nutzer ab 14 J.	B2C	Seit 25 Jahren! Grundlagenstudie Mediennutzung in Deutschland seit 1997 Nutzung von Social Media Plattformen sowie der Mediengattungen im Zeitverlauf	DE
<u>The state of brand advocacy in 2021</u> Wearisma.com 10-2021 Inhaltsanalyse der Nutzerdaten von n=1.000 Verbrauchern im englischsprachigen Raum mit Research Partner Dectech	B2C	Die Analyse fokussiert sich auf die These, dass nicht nur Influencer, sondern Brand Advocacy über loyale Kund:innen eine effektive Ergänzung des Marketings bildet.	US/UK
<u>Influencer Facts</u> GreenAdz für Lucky Shareman 02-2020 n=> 10.000 Follower von > 50 Influencern in DE ab 14 J. auf Instagram, Twitch, YouTube, TikTok	B2C	Größte Markt-Media-Studie im Influencer Marketing und Strukturdatenbank für die Auswahl von Influencern nach Zielgruppenmerkmalen wie Soziodemographie, Bindungs-KPIs, Werbeaffinität für alle Social Media Plattformen	DE

Quelle: <https://www.greenadz.de> | Die Top-10-Influencer-Marketing-Studien für 2022 | Herausgeber: Dr. Sandra Gärtner, mediaresearch42 und Greenadz GmbH & Co. KG

Hierbei handelt es sich um eine kostenfrei zur Verfügung gestellte Zusammenstellung von aus Sicht der Autorin relevanten Studien für das Thema Influencer Marketing

Ein Klick auf die jeweiligen Studientitel verlinkt zu den Studienergebnissen und/oder weiterführenden frei verfügbaren Informationen – falls der Link nicht (mehr) funktioniert, die tollste Suchmaschine der Welt,: [Ecosia.org](https://www.ecosia.org) hilft :-)