

Top-10-Influencer-Marketing-Studien im Überblick 2025

Studie Herausgeber Erhebung Basis	B2C B2B	Zielsetzung und Antworten	Markt
<u>Where Trust meets Fun - Influencer-Marketing Community-Studie</u> Lucky Shareman mit GreenAdz 04-2024 n= 1.025 repräsentative Social-Media-Nutzer:innen von TikTok, Instagram und YouTube bis 49 Jahre zu den Unterschieden und Gemeinsamkeiten	B2C	Was sind die Anforderungen der Nutzer:innen an Influencer-Werbung? Wie und warum werden Insta, TikTok und YouTube genutzt? Was sind die USPs der Plattformen für die Zielgruppen? Welche Content-Formate sind wo am erfolgreichsten? uvm.	DE
<u>Verschenkte Potenziale: So nutzen deutsche Mittelständler und ihre CEOs LinkedIn</u> Agentur In A Nutshell & LMU (Ludwig-Maximilians-Universität München) Analyse der LinkedIn-Profile von über n=1.100 Unternehmen, um die Präsenz des Mittelstandes auf den beiden Business Plattformen LinkedIn und Xing aufzuzeigen. Ergänzt um ca. zehn qualitativen Expert:innen-Interviews.	B2B	Tiefgründige Analyse, wie die Mittelstandskommunikation auf LinkedIn divergiert – je nach Branche, Standort und Größe Nutzung, Potenziale und Erfolgsgeschichten zur LinkedIn-Nutzung im Mittelstand Drei Säulen einer langfristig erfolgreichen LinkedIn-Strategie Bedeutung von KI für gute LinkedIn-Kommunikation	DE
<u>ARD-ZDF Medienstudie 2024 (Nachfolger der Online-Studie)</u> ARD/ZDF Forschungskommission 11-2024 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,08 Mio., n=2.500 Synergie der Studien ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie (seit 1964), ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends (seit 2017) und der ARD/ZDF-Onlinestudie (seit 1997)	B2C	DIE Grundlagenstudie Mediennutzung in Deutschland liefert jährlich zuverlässige Daten zur Mediennutzung in Deutschland, auch zur Social-Media-Nutzung Ranking der Streaming-/Audio-/Social-Media-Plattformen	DE
<u>REACHING BEYOND THE READY: 2024 B2B Thought Leadership Impact Report</u> Edelman und LinkedIn Q4-2023 Online-Befragung unter n=3.484 weltweit tätige Führungskräfte aus einer Vielzahl von Branchen und Unternehmensgrößen	B2B	Thought Leadership als wirksames Mittel zur Erlangung eines Wettbewerbsvorteils Die 95-5-Regel Erfolgsfaktoren von Thought Leadership: Datenbasierte Erkenntnisse, Kundenorientierung und praktische Handlungsempfehlungen	DACH
<u>Influencer Marketing Trendreport 2025</u> Reachbird Q4-2024 23 Influencer-Marketing-Expert:innen mit individuellen Perspektiven der aktuellen Entwicklungen und zukünftigen Trends, u.a., warum KI-Influencer 2025 B2B prägen werden	B2B/B2C	Dieser 99-seitige Bericht gibt einen breiten Einblick in die Trends im Influencer Marketing 2025: Einsatz von KI, INFOencing, nachhaltige Markenbotschaften, virtuelle Influencer sowie der wachsende Einfluss von Mikro- und Nano-Influencern	DE
<u>Generation 9:16: Was passiert auf den Smartphones von Gen Z und Gen Y? (Neuaufgabe 2024)</u> WeCreate & Appinio 11-2023 mobile Online-Befragung n=1.800: 900 = Gen Z (14-25), 900 = Gen Y (26-37) zu den Nutzungsgewohnheiten junger Menschen auf TikTok, Instagram und YouTube	B2C	Was ist die beliebteste Plattform? Wo lassen sich junge Menschen inspirieren? Wo informieren sie sich über Marken? Was wünschen sich Gen Z und Y von sozialen Medien und Marken? Veränderungen m Vergleich zur 1. Welle 2022.	DE
<u>Creator marketing brand lift benchmark report 2023</u> #PAID 01-2024 #paid Meta-Analyse von Brand Lift Studien n+=18,000 durchschnittliche Auswirkungen von Influencer-Kampagnen bzgl. KPIs wie Markenbekanntheit oder Vertrautheit	B2B/B2C	Meta-Analyse von kampagnenbegleitenden Brand Lift Studien der Influencer Marketing-Agentur #PAID (www.hashtagpaid.com) Benchmarks durchschnittlicher Uplifts von Branding-KPIs wie Awareness, Vertrautheit, Consideration nach Branchen	USA+ Kanada
<u>Influencer Marketing Trends 2024</u> IROIN® Influencer Marketing Suite Alles, was das Influencer Marketing in diesem Jahr beschäftigen wird – zusammengefasst in einem Report von führenden Branchen-Expert:innen	B2B/B2C	120-Seiten-Report Influencer-Marketing-Wissen & 10 Trends für 2024 Statements und Gastbeiträge von führenden Branchen-Expert:innen wie Lucky Shareman, Talkwalker, klima&so, Heike Liebermann Communications, Beyondinfluence, Attractive Media uvm.	Weltweit
<u>Statista Influencer Marketing Compass</u> Statista, CMF & CMCX mit mediaresearch42 12-2022 Umfassendes Whitepaper mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Studien in DACH und international sowie Experteninterviews	B2B/B2C	Einblicke in aktuelle Studien und Best-Practices-Cases: Wo steht das Influencer Marketing heute im Vergleich von B2C zu B2B? Konkrete Tipps, wie der Start von Influencer-Marketing-Aktivitäten in B2B gelingt	DACH + USA
<u>Die Zukunft des Influencer Marketing: Prognosen und Budgets für 2024</u> Kolsquare 11-2023 Report aus verschiedenen Quellen zur Entwicklung des Marktes in Europa in Kombination mit einer Datenanalyse (z.B. zur Preisgestaltung) ihrer Datenbank	B2B/B2C	Preisentwicklung im Influencer Marketing Auswirkungen der Inflation auf die Branche Welche Kosten sind mit einer Influencer-Marketing-Strategie verbunden? Wie erreicht man einen optimalen Return on Investment?	Europa

Quelle: <https://www.greenadz.de> | Die Top-10-Influencer-Marketing-Studien für 2024 | 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 :-)