

# ANTJE STENSEL

## «DIE ÄRA DER INFLUENCER HAT ERST BEGONNEN»

Marketing-Expertin Antje Stensel ist überzeugt, dass die Bedeutung von Influencer-Marketing weiter zunehmen wird. Sie gibt Tipps für eine gute Zusammenarbeit.

HGZ: **Antje Stensel, was kann Influencer-Marketing besser als herkömmliche Werbung?**

ANTJE STENSEL: Influencer holen ihre Community auf einer sehr persönlichen, emotionalen Ebene ab. Ihre Erfahrungen mit einer Marke oder einem Betrieb können die Follower mit allen Sinnen miterleben. Wie riecht und schmeckt das Essen? Wie ist die Atmosphäre im ausgesuchten Hotel? Influencer lassen ihre Community unmittelbar teilhaben.

**Ein Vorteil des Influencer-Marketings ist die Authentizität. Gilt dieses Argument trotz wachsender Skepsis gegenüber gekauften Posts?**

Bei einer seriösen Kooperation zwischen einem Betrieb und einem Influencer werden die Posts offiziell als Werbung deklariert. Umso wichtiger ist es, einen Influencer zu finden, der Vertrauen bei seinen Followern genießt und zudem vor allem eins ist: authentisch.



Antje Stensel ist Teamleiterin der Abteilung Performance Marketing und Offpage-SEO in der Online-Marketing-Agentur SEO-Küche.

**Wie findet man die passenden Influencer?**

Es gibt spezialisierte Suchmaschinen wie Buzzsumo oder Infuma, aber auch Online-Agenturen, die bei der Suche helfen. Bevor eine Kooperation eingegangen wird, empfiehlt es sich jedoch, den potenziellen Partner über einen ge-



Influencer sind aus dem Marketing nicht mehr wegzudenken. SCHWEIZ TOURISMUS

wissen Zeitraum zu beobachten. Wie ist die Stimmung unter den Followern? Wie viele Kommentare oder Likes erhält ein durchschnittlicher Post? Passt der Stil zum eigenen Unternehmen?

**Wie wichtig ist die Followerzahl?**

Sie ist ein wichtiges Kriterium, jedoch nicht das einzige. Ist einem Hotel in erster Linie die Steigerung des Bekanntheitsgrades wichtig, spielt die Anzahl der Follower natürlich eine wesentliche Rolle. Reichweite ist aber nicht alles. Wenn Sie etwa ein Unternehmen führen, das mit besonderer Exklusivität im gehobenen Preissegment wirbt, ist eine Mikro-Influencerin mit einer überschaubaren, dafür erlesenen Community sinnvoller.

**Wie kann man echte von gekauften Followern unterscheiden?**

Der wichtigste Indikator ist die Aktivität innerhalb der Community. Sollte die Aktivität, also die Anzahl der Likes, Re-Posts und Kommentare trotz hoher Followerzahl gering sein, ist Skepsis angebracht. Auch wenn ein Influencer selbst 30000 anderen Kanälen folgt, sollte man Abstand nehmen. Man

kann davon ausgehen, dass ihm ein Grossteil seiner eigenen Community aus reiner Höflichkeit folgt.

**Wie viel Kontrolle hat man beim Influencer-Marketing über das fertige Produkt?**

Influencer arbeiten nicht nach einem vorgegebenen Skript. Es handelt sich um outgesourcete Werbung, die neben einem vertraglichen Rahmen auch auf Vertrauen basiert. Eine völlige Kontrolle gab es im Marketing allerdings ohnehin noch nie, und auch die klassische PR ist grundsätzlich mit Unsicherheiten behaftet.

**Wie wird sich das Potenzial von Influencer-Marketing Ihrer Meinung nach entwickeln?**

Die Social-Media-Welt hat sich im vergangenen Jahrzehnt rasend schnell bewegt. Bereits heute geben drei Viertel der in einer Studie von Pricewaterhouse Coopers befragten 16- bis 19-Jährigen an, schon einmal durch Influencer auf ein Produkt aufmerksam geworden zu sein. Das Potenzial ist enorm, und das wird sich so schnell auch nicht ändern, denn die Ära der Influencer hat gerade erst begonnen. INTERVIEW ANGELA HÜPPI

# World Skills sind auch in Montreux

Die «World Skills 2022 Special Edition» werden in die Geschichte eingehen: Als Paradebeispiel dafür, dass man auch kurzfristig mit Engagement, gutem Willen und Zusammenhalt viel schaffen kann.

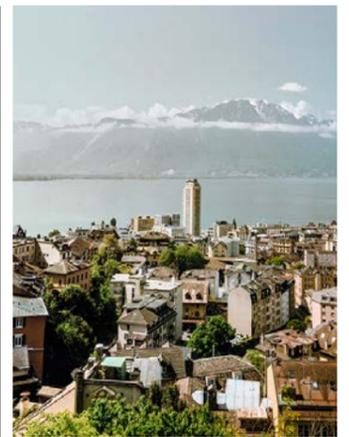
Als die World Skills in Shanghai abgesagt wurden, war die Enttäuschung der Teams und Verbände gross. Swiss Skills hat daraufhin, gemeinsam mit anderen Ländern, World Skills International den Vorschlag gemacht, dezentrale Wettbewerbe nach dem Vorbild der «Swiss Skills Championship 2020» zu organisieren. Der Vorschlag kam an. Die World Skills finden nun in 15 Ländern statt.

*Funktionierendes Netzwerk*

Weil die Schweizer World-Skills-Projektgruppe unter der Leitung von Jean Claude Schmocker entschlossen handelte, stand schnell fest, dass die Köche und Restaurantfachleute sich in der Schweiz messen. Die Berufsweltmeisterschaft Hotel Reception jedoch wurde ursprünglich Frankreich zugeteilt.

«Wir wollten uns die Chance, uns als gute Gastgeber zu profilieren, aber gerade in diesem Beruf nicht entgehen lassen», sagt Egidio Marcato. Er ist der Coach von Tim Oberli, dem Schweizer World-Skills-Teilnehmer im Beruf Hotel Reception. Als langjähriger Juror an internationalen Berufswettbewerben ist Marcato gut vernetzt. Dank seiner leidenschaftlichen Fürsprache gelang es, die World Skills im Beruf Hotel Reception doch noch in die Schweiz zu holen und mit dem Casino Barrière Montreux kurzfristig einen geeigneten Austragungsort zu finden.

«Um den Stellenwert der Berufsbildungen im ganzen Land erhöhen zu können, ist es für uns wichtig, dass ein Durchführungsort der World Skills in der Romandie liegt», sagt Jean Claude Schmocker. Ein guter Schachzug, zumal mit Bern und Luzern bereits zwei Städte in der Deutsch-



Die besten jungen Empfangsleute messen sich in Montreux. ZVG

schweiz als World-Skills-Austragungsorte feststanden.

Mit dem Finden einer geeigneten Location ist es aber nicht getan. Jordan Kestle, Geschäftsführer des Berufsverbands Hotel, Administration & Management, ist als Workshop Manager für den reibungslosen Ablauf des Wettbewerbs Hotel Reception zuständig und hat noch viel Organisationsarbeit vor sich. Auch ist die Finanzierung noch nicht vollständig gesichert. Dazu sagt Jean Claude Schmocker: «Wir sind nach wie vor auf der Suche nach Sponsoren und sind diesbezüglich für Partnerschaften offen.» RICCARDA FREI

## World Skills in der Schweiz

Die Meisterschaften in den gastgewerblichen Berufen finden wie folgt statt.

Bakery: 10.–15. Oktober, Richemont, Luzern

Cooking: 23.–26. Oktober, Messe Luzern, Luzern

Hotel Reception: 6.–9. Oktober, Casino Barrière, Montreux

Pâtisserie and Confectionery: 10.–15. Oktober, Richemont, Luzern

Restaurant Service: 23.–26. Oktober, Messe Luzern, Luzern



Mehr Informationen unter: [worldskills.com](http://worldskills.com)



Mehr Informationen unter: [seo-kueche.de](http://seo-kueche.de)

ANZEIGE



Zu Verkaufen im Stockwerkeigentum

## Café-Restaurant Schneider's

Promenade 68, 7270 Davos Platz

Das sehr bekannte und erfolgreiche Café-Restaurant mit Schweizer Küche liegt direkt an der stark frequentierten Promenade im Stadtzentrum von Davos - dem grössten Bergferien-, Sport- und Kongressort der Alpen:

- ✓ 126 Innen-Sitzplätze in eleganter alpiner Atmosphäre
- ✓ 100 Aussen-Sitzplätze auf Terrasse mit moderner Storen-Anlage
- ✓ rund 795 m<sup>2</sup> Fläche inkl. Lager und Nebenräume
- ✓ Kauf per Herbst 2022 oder nach Vereinbarung

Mehr Informationen zur attraktiven Restaurantimmobilie erhalten Sie direkt vom Eigentümer Urs Wiprächtiger: [urs.wipraechtiger@schneiders-davos.ch](mailto:urs.wipraechtiger@schneiders-davos.ch) | 081 410 04 25

**KATAG**  
Treuhand und Beratung seit 1960

Scanne mich für Film-  
Aufnahmen des Lokals:

