

NIKLAS HARTMANN

ERFOLGREICH

INFLUENCER

WERDEN

MEHR FOLLOWER, REICHWEITE
UND EINKOMMEN

Inkl. Tipps
von Top-Influencern
mit bis zu 1,1 Mio.
Followern



Hinweis des Verlages zum Urheberrecht und Digitalen Rechtemanagement (DRM)

Liebe Leserinnen und Leser,

dieses E-Book, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Mit dem Kauf räumen wir Ihnen das Recht ein, die Inhalte im Rahmen des geltenden Urheberrechts zu nutzen. Jede Verwertung außerhalb dieser Grenzen ist ohne unsere Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt besonders für Vervielfältigungen, Übersetzungen sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Je nachdem wo Sie Ihr E-Book gekauft haben, kann dieser Shop das E-Book vor Missbrauch durch ein digitales Rechtemanagement schützen. Häufig erfolgt dies in Form eines nicht sichtbaren digitalen Wasserzeichens, das dann individuell pro Nutzer signiert ist. Angaben zu diesem DRM finden Sie auf den Seiten der jeweiligen Anbieter.

Beim Kauf des E-Books in unserem Verlagsshop ist Ihr E-Book DRM-frei.

Viele Grüße und viel Spaß beim Lesen,

Ihr mitp-Verlagsteam



Neuerscheinungen, Praxistipps, Gratiskapitel,
Einblicke in den Verlagsalltag –
gibt es alles bei uns auf Instagram und Facebook



[instagram.com/mitp_verlag](https://www.instagram.com/mitp_verlag)



[facebook.com/mitp.verlag](https://www.facebook.com/mitp.verlag)

Für Erika

Niklas Hartmann

Erfolgreich Influencer werden

Mehr Follower, Reichweite und Einkommen

1. Auflage



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-7475-0243-3

1. Auflage 2021

www.mitp.de

E-Mail: mitp-verlag@sigloch.de

Telefon: +49 7953 / 7189 - 079

Telefax: +49 7953 / 7189 - 082

© 2021 mitp Verlags GmbH & Co. KG

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Sabine Schulz

Korrektur: Petra Heubach-Erdmann

Covergestaltung: Mahboob Ahmed, Christian Kalkert

Coverbild: © freepik.com

Satz: Ill-satz, Husby, www.drei-satz.de

Inhalt

Einleitung	9
------------------	---

1: Schonungslos ehrlich: Kannst du erfolgreich Influencer werden? 17

1.1 Was sind die Schattenseiten?	18
1.2 Antworten für Skeptiker	19

2: Aktion 1: Bestimme deine Ziele 27

2.1 Welcher Influencer-Typ bist du?	27
2.2 Definiere deine Marke, Leidenschaft ist alles	36
2.3 Bestimme deine Zielgruppe	46
2.4 Durchleuchte deine Wettbewerber	47

3: Aktion 2: Wähle deine Medien 53

3.1 Den Social-Media-Partner fürs Leben finden	53
3.2 Social-Media-Plattformen im Fokus	57
3.2.1 Instagram	57
3.2.2 TikTok	58
3.2.3 YouTube	59
3.2.4 Facebook	61
3.2.5 Twitter	62
3.2.6 LinkedIn	63
3.2.7 Clubhouse	64
3.3 Serien, Podcasts & Memes: Welche Inhalte eignen sich für welche Plattform?	65
3.4 Exkurs: Die eigene Webseite: unabhängiger & bekannter werden	77
3.4.1 Fünf Schritte zur erfolgreichen Webseite	79
3.4.2 Influencer aufgepasst: Diese Informationen gehören auf die Webseite	84

4: Aktion 3: Lege den Grundstein für deinen Social-Media-Erfolg	85
4.1 Bestimme deine Meilensteine	85
4.2 In Erinnerung bleiben: Finde deine unverwechselbare Stimme	86
4.3 Präsenz entwickeln: Wie deine Erfolgchancen als Influencer steigen	93
4.4 Friss oder stirb: Diese neun Fähigkeiten entscheiden über deine Zukunft als Influencer	104
5: Aktion 4: Bereite dich auf alle Fälle vor	117
5.1 Die elf häufigsten Fehler angehender Influencer	117
5.2 Kurz vor dem Abgrund: Drei folgenschwere Risiken für Influencer	124
6: Aktion 5: Erstelle spannende & reichweitenstarke Inhalte	127
6.1 Gib den Followern, was sie wollen	127
6.2 Den perfekten Social-Media-Beitrag erstellen	131
6.3 Auf die Plätze, fertig, los: Mit Hashtags Reichweite steigern	136
6.4 Vierzehn Strategien für mehr Inhalte	138
6.5 Wie du atemberaubende Fotos erstellst	146
6.6 Videoproduktion par excellence	154
7: Aktion 6: Unterhalte gute Beziehungen zu deinen Followern	157
7.1 Manchmal ist weniger mehr: Beziehungen zu Nutzern aufbauen	157
7.2 Haltung zeigen: Wie du angemessen auf jede Art von Kommentar reagierst	164
8: Aktion 7: Baue deine Reichweite aus	173
8.1 Die ersten 10.000 Follower: Aller Anfang ist schwer	174
8.2 Reichweite, Likes & Co: Als Influencer gezielt mehr Interessenten erreichen	177

8.3	Zusammen seid ihr stärker: Mit Influencer-Kooperationen Follower gewinnen	179
8.3.1	Mikro-Influencer: Erste Kooperationen führen zum Erfolg	179
8.3.2	Die perfekte Anfrage: Wie du andere Influencer von dir überzeugst	183
8.4	Einfach dranbleiben: Von 10.000 zu 50.000 Followern	190
8.5	50.000 Follower & mehr: Warum das kein Traum bleiben muss	194

9: Aktion 8: Geld verdienen **203**

9.1	Kooperationen leicht gemacht: So kannst du erfolgreich mit Unternehmen zusammenarbeiten	203
9.2	Die gespenstische Stille des E-Mail-Postfachs: Wie du erste Kooperationspartner gewinnst.	204
9.3	Der Preis ist heiß: Wie du Verhandlungen zu deinem Vorteil entscheidest.	207
9.4	Nein sagen: Warum manche Kooperationen keinen Sinn ergeben.	213
9.5	Im eigenen Interesse handeln: Rechtlich auf der sicheren Seite sein	219
9.6	Vom Influencer zum Unternehmer: Finanziell unabhängig werden	224

10: Aktion 9: Jenseits von Social Media bekannt werden **231**

10.1	So baust du Beziehungen zur Presse auf	234
10.2	Pressemitteilungen – Vereinfache Journalisten die Arbeit	243
10.3	Die Zusammenarbeit mit Journalisten – kurz und knapp	244

11: Das Beste zum Schluss: Wertvolle Tipps für dein Influencer-Leben **247**

11.1	Das Geheimnis langfristiger Geschäftsbeziehungen: Wie du wertvolle Kontakte aufbaust	247
11.2	Verantwortungsvoll handeln: Was du dir & deinen Followern schuldig bist	252
11.3	Aufgepasst: Diese Tipps helfen Influencern im Alltag	258

12: Top-Influencer verraten ihre Geheimtipps **261**

12.1	Katarsiz.....	261
12.2	Ellabekind.....	262
12.3	Thomas Röhler.....	264
12.4	Melissa Deines.....	266
12.5	Roman Rodin.....	268
12.6	Manuel Teufel.....	270
12.7	Lisa Be.....	272
12.8	Kimberly Waldhoff.....	275
12.9	Laura Marie Soons.....	277
12.10	Sophie Geßner.....	280
12.11	Laura Haberl.....	281
12.12	Vanessa Rösner.....	283
12.13	Vallixpauline.....	285
12.14	Mareike Rothfuchs.....	287
12.15	Jasmin Jour.....	289
12.16	Katharina Köckenberger.....	292
12.17	Hagen Richter.....	294

**13: Einfach starten: Diese Informationen bringen dich
voran** **297**

13.1	Bonusunterlagen.....	297
------	----------------------	-----

Index	299
--------------------	------------

Einleitung

Viele Mythen ranken sich um die Arbeit der Influencer. Das verbreitete Klischee sieht sie als Mitt-Zwanziger, die ein Bild posten und einen Haufen Geld verdienen.

Die Realität sieht anders aus. Es ist viel Arbeit, sich ein Publikum aufzubauen. Das Privat- und Berufsleben verschwimmt. Egal, ob du auf TikTok oder einer anderen Plattform aktiv bist: Viele Vollzeit-Influencer arbeiten mehr als zehn Stunden am Tag. Du musst dir Beiträge überlegen, Inhalte erstellen, Bilder bearbeiten und diese vorausplanen.

Als Influencer bist du dein eigener Boss. Du bist für das Marketing, die digitale Reichweite, den Verkauf, die Vertragsverhandlungen und die Buchhaltung zuständig. Die Aufgaben werden mit steigender Reichweite umfangreicher. Du musst deine Follower betreuen, Werbepartner kontaktieren und Veranstaltungen besuchen.

Ich zeige dir in diesem Buch, wie du selbst erfolgreich und gar Teil der digitalen Spitzenreiter wirst. Diese Profis begeistern täglich Zehn- bis Hunderttausende von Followern.

Bist du verblüfft, wenn Menschen nach drei Jahren 100.000 Follower haben? Fragst du dich, wie das funktionieren kann? Was macht eine Influencerin mit 620.000 Followern anders als die Nachbarin um die Ecke mit 30 Katzenbildern?

Selbst wenn du kein großes Budget hast, gilt:

Du kannst es trotzdem schaffen. Der einzige Nachteil ist, dass es etwas länger dauern kann. Lass dich davon nicht abschrecken. In diesem Buch zeige ich dir, wie du mit jedem Budget deine Reichweite ausbauen kannst.

Dieses Buch liefert dir die Grundlagen:

- ▶ 10.000 bis 50.000 Follower in kurzer Zeit aufzubauen,
- ▶ Top-Social-Media-Beiträge zu erstellen,
- ▶ eine enge Beziehung zu deinen Followern aufzubauen,
- ▶ Geld mit deinen Social-Media-Profilen zu verdienen,
- ▶ gute Deals mit Unternehmen zu verhandeln,
- ▶ deine Marke abseits von Social Media zu etablieren,
- ▶ langfristig erfolgreiche Partnerschaften abzuschließen
- ▶ und erfolgreich mit Influencern zusammenzuarbeiten.

Außerdem verraten dir in diesem Buch 17 erfolgreiche Influencer mit insgesamt mehr als 3,1 Millionen Followern ihre Social-Media-Tipps. Sie erzählen dir, wie sie es schaffen, Tausende von Abonnenten anzuziehen, während viele Profile vor sich hin verkümmern.

Die digitalen Spitzenreiter kennen sich mit Social Media aus, wissen rund um die Bildbearbeitung Bescheid und meistern die Beziehung zu ihren Abonnenten. Sie nutzen Techniken, die eine erfolgreiche Verbreitung ihrer Inhalte begünstigen. Dabei wissen sie meistens genau, wie sie ihre Ziele erreichen können. Keine Sorge: All das kannst du ebenfalls lernen.

In **Kapitel 1** lernst du die Schattenseiten des Influencer-Lebens kennen, die zu jedem Beruf dazugehören. Hier räume ich deine Zweifel aus, sodass du frohen Mutes beginnen kannst.

In **Kapitel 2** geht es um deine Ziele. Du lernst die verschiedenen Influencer-Typen kennen und definierst deine persönliche Marke. Weiterhin bestimmst du deine Zielgruppe und durchleuchtest deine Wettbewerber.

Kapitel 3 stellt die sieben wichtigsten Social-Media-Plattformen für Influencer in den Fokus. Du lernst die Vor- und Nachteile der Netzwerke kennen. Dabei gilt, dass beeindruckende Inhalte auf jeder Plattform zählen. Ob Text-, Audio- oder Videoinhalte: Ich stelle dir alle wichtigen Inhaltsarten vor.

Kapitel 4 legt den Grundstein für deinen Social-Media-Erfolg. Du erfährst, wie du die Ansprache deiner Follower meisterst. Eine spannende Profilbeschreibung, ein großartiges Profilbild sowie das passende Story-Design runden deinen Social-Media-Neustart ab. Darüber hinaus erfährst du, welche Fähigkeiten deinen Erfolg als Influencer begünstigen.

Selbst gestandenen Influencern passieren Fehler. Risiken und Missgeschicke stehen in **Kapitel 5** im Vordergrund. Wenn du diese Fehler vermeidest, kannst du hoffentlich schmerzhaftes Lehrgeld, stressige Abmahnungen und kostspielige Klagen vermeiden.

Inhaltliche Tipps, der perfekte Social-Media-Beitrag und Hashtags: Diese Themen sind in **Kapitel 6** von Bedeutung.

Die Beziehung zu deinen Abonnenten ist entscheidend. In **Kapitel 7** erläutere ich dir, wie du ein besseres Verhältnis zu deinen Followern aufbaust. Dabei gilt: Je besser deine Beziehung zu deinen Abonnenten ist, desto mehr Erfolg hast du.

In **Kapitel 8** geht es um Reichweite: die ersten 10.000 Follower, Strategien auf dem Weg zu 50.000 Abonnenten und die Zusammenarbeit mit anderen Influencern.

Möchtest du dein Einkommen als Influencer verdienen? Dann ist **Kapitel 9** für dich interessant. Ich erläutere dir, wie du mehr Geld verdienst und mit Unternehmen zusammenarbeiten kannst. Geschäftliche Risiken und Ideen für Selbstständige sind ebenfalls Bestandteil des Kapitels.

Für fortgeschrittene Influencer geht es in **Kapitel 10** zur Sache. Du erfährst, wie du Kontakte zu Journalisten knüpfst und deine Botschaften der Öffentlichkeit vermitteln kannst.

Möchtest du noch ein paar wertvolle Tipps für deinen Influencer-Start? Dann bist du in **Kapitel 11** richtig aufgehoben. Du erfährst, wie du verantwortungsvoll mit deiner Reichweite umgehst. Weiterhin gehe ich auf die Geheimnisse langfristiger Geschäftsbeziehungen ein.

Kapitel 12 steht im Zeichen der Top-Influencer. Sowohl Olympia-Goldmedaillengewinner als auch Fitness- und Fashion-Influencer verraten dir ihre Geheimtipps. Damit steht deinem Erklimmen des Social-Media-Gipfels nichts mehr im Weg.

In **Kapitel 13** erfährst du, wie du deine Bonusunterlagen erhältst. Diese Dokumente unterstützen dich bei der Betreuung deines Social-Media-Profiles.

Mein berufliches Leben & was du daraus lernen kannst

All men dream, but not equally. Those who dream by night, in the dusty recesses of their mind wake up in the day to find it was vanity, but the dreamers of the day are dangerous men, for they may act their dreams with open eyes, to make it possible.

(T. E. Lawrence)



Abb. 1: Der Autor Niklas Hartmann © Lukas Pinder

Jeder Tag hat 86.400 Sekunden. Es ist bedeutungslos, ob du auf deiner Reise zum Influencer noch am Anfang stehst oder bereits Tausende von Followern hast. Nutze die Zeit, die dir zur Verfügung steht.

Diese Reise wird dich vor Herausforderungen stellen. Nimm meinen mit Hindernissen gespickten Lebensweg als Motivation, um deine Ziele zu erreichen.

Der Weg zu meinem Traumberuf war kein leichtes Unterfangen. Ich musste Rückschläge verkraften und an mir persönlich arbeiten. Mit der Zeit entwickelst du dich weiter und ehemalige Hindernisse werden zur Normalität.

- 2004** Mit acht Jahren verkündete ich lautstark, dass ich Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bank werden möchte. Die Leute belächelten mich. Einige Jahre später machte ich ein Schülerpraktikum. Schnell stellte ich fest, dass ich in anderen Bereichen meine Interessen besser ausleben kann. Ich hakte eine Karriere im Bankbereich ab.
- 2013** Ich nahm an dem bundesweiten Wettbewerb »Jugend gründet« teil. Der Wettbewerb verdeutlichte mir, dass ich Unternehmer werden will. Hier baute ich meine ersten unternehmerischen Kenntnisse auf.
- 2014** Mit 18 Jahren gründete ich mein erstes Unternehmen: den Online-Shop Miaku. Ich versuchte, iPhone-Hüllen an den Mann und die Frau zu bringen. Mit reichlich Naivität und Optimismus ging ich an die Sache ran. Die ein oder andere Hülle verkaufte ich. Der große Reichtum blieb aus. Doch die Sache hatte etwas Gutes: Ich eignete mir erste Fähigkeiten an, wie ich ein Unternehmen führe und die Buchhaltung mache.
- Januar 2015** Ich habe mein Abitur gemacht. Darüber hinaus hatte ich keinen Plan für die Zukunft. Ich verteilte Flyer für meinen Online-Shop in dem Parkhaus eines bekannten Einkaufszentrums. Die Reinigungskräfte benachrichtigten den Sicherheitsdienst. Meine Freunde und ich wurden zum Sicherheitsleiter zitiert. Glück im Unglück: Ich musste keine Reinigungskosten für die Flyer übernehmen.
- Herbst 2015** Ich habe ein Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Heidelberg begonnen. Schnell stellte ich fest: Ich konnte die interessanten Kurse an einer Hand abzählen. Den Großteil der Veranstaltungen hatte ich direkt vergessen. Meinen Kommilitonen ging es ähnlich. Das kann nicht der Sinn der Universität sein, oder? Ich war skeptisch und suchte nach Alternativen.
- Oktober 2016** Ich entschied mich für die Anrechnung meiner Kurse an der LMU in München und wechselte in den Bereich Kommunikationswissenschaften. Das gefiel mir deutlich besser.
- März 2017** Mein Einstieg in die Berufswelt. Ich arbeitete als Werkstudent in einer Marketingagentur. Nach kurzer Zeit stellte ich fest: Das wird nichts. Abseits der freundlichen Kollegen langweilte mich der Job. Ich beschloss, die Zusammenarbeit zu beenden und

- mich verstärkt auf mein Studium zu konzentrieren. Ich besuchte einen Kurs zum Thema Influencer-Marketing.
- 2018** Nach meinem Studium entschied ich mich für den anstrengenden Weg. Ich kaufte mir ein Hostingpaket und startete ReachOn. Ich schrieb wie verrückt Gastbeiträge, um Menschen auf mich aufmerksam zu machen. Anfangs antworteten mir nur wenige Redakteure, mit der Zeit wurden es immer mehr. Ich befasste mich intensiv mit Influencer-, und Social-Media-Marketing. Ich fing an, die ersten Kundenprofile zu betreuen.
- 2020** Mittlerweile erreichte meine Webseite Top-Platzierungen in Google. Meine Kunden waren zufrieden. Ich betreue mittlerweile E-Commerce-Unternehmen, Piercing-Studios und Rapper. Aufgrund meiner Betreuung ging die Interaktionsrate meiner Kunden durch die Decke. Darüber hinaus arbeite ich mit Unternehmen im Rahmen von Sponsored Posts zusammen.

Hinweis: Was ist die Interaktionsrate?

Die Interaktionsrate bezeichnet den Anteil der Nutzer, die eine Handlung mit deinen Inhalten durchführen. Das kann das Kommentieren, Liken oder Weiterleiten eines Beitrags sein.

- 2021** Ich bin Kolumnist für das DUP-Unternehmermagazin im Online- und Printbereich. Meine Beiträge werden von Unternehmen aus ganz Deutschland gelesen. Ich werde in TV-Sendern und Zeitschriften interviewt.

Meine Botschaft lautet:

Jeder kann Influencer werden. Wenn du leidenschaftlich für deine Interessen eintrittst, werden dir Menschen zuhören. Begeistere durch eine Botschaft, die Menschen Nutzen bringt. Dann wirst du dich vom Besucheransturm in Acht nehmen müssen.

Es zählt, dass du deine Leidenschaft entdeckst. Abschnitt 2.2 hilft dir dabei.

To-do: Welches Thema begeistert dich?

Wähle einen Bereich aus, mit dem du dich leidenschaftlich beschäftigst.

Du kannst der Kaffeejunkie sein, der alle Kaffeesorten alphabetisch aufzählen kann, oder der Reisende, der alle Länder der Welt besuchen möchte. Die einzige Voraussetzung: Du musst bedingungslos hinter deinen Interessen stehen.

Wenn das der Fall ist: Glückwunsch. Du hast eine deiner Leidenschaften entdeckt. Das ist ein großes Privileg. Manche Menschen finden diese nie in ihrem Leben.

Mein Rat:

Setze dir kleine Ziele. Erfolg ist ein Marathon und kein Sprint! Deine Etappenziele bringen dich jeden Tag deinem Traum, Influencer zu werden, ein Stück näher. Dabei kommt es auf die richtigen Fähigkeiten an. Um durch spannende Inhalte zu überzeugen, benötigst du die entsprechenden Kenntnisse. In diesem Buch erfährst du, auf welche Fertigkeiten es ankommt.

Hat dir das Buch gefallen oder fallen dir Verbesserungsvorschläge ein? Dann freue ich mich über deine Rückmeldung. Schreibe mir eine E-Mail an:

buch@reach-on.de.

Weiterhin würde ich mich über eine Buchrezension oder ein Social-Media-Shoutout freuen. So erfahren andere Menschen, dass es dieses Buch gibt und wie es dir gefallen hat.

Viel Spaß!

Niklas Hartmann

Juni 2021

Danksagungen

Ein Buch ist ein Gemeinschaftsprojekt. Ein Autor schreibt, viele Menschen unterstützen – emotional und inhaltlich. Mit diesem Buch erhalten angehende Influencer einen Praxisratgeber. Social-Media-Laien können ihr Potenzial erreichen und Anfängerfehler vermeiden.

Die Ursprungsidee bis zum fertigen Buch ist ein Prozess. Ein Prozess, der Nerven kostet. Inspirierende Personen stellen die Brandmauer gegen jede Motivationslosigkeit dar.

Einen besonderen Dank richte ich an:

- ▶ Manuela und Jürgen Hartmann
- ▶ Erika Rieke
- ▶ Sabine Schulz
- ▶ Jessica Flaster

Ich danke meiner Lektorin Sabine Schulz für den Einsatz, die Geduld sowie die unermüdliche Begeisterung. Ohne ihre Hilfe wäre dieses Projekt nicht zustande gekommen.

Meinem Vater Jürgen Hartmann danke ich für die Lebensweisheiten und die Unterstützung – insbesondere in schwierigen Lebensphasen. Ohne dich hätte

ich nicht die Hartnäckigkeit und den Willen entwickelt, um Herausforderungen zu meistern.

Weiterhin danke ich meiner Mutter Manuela Hartmann und meiner Großmutter Erika Rieke. Sie haben mich von Kindesbeinen an unterstützt. Danke, dass ihr einem kleinen Knirps die Chance gegeben habt, sich auszutoben.

Jessica Flaster war eine große Hilfe bei der Hintergrundrecherche. Sie hat mich bei der Auswahl passender Bilder für das Buch unterstützt. Ihre inspirierenden Gedankenanstöße sind ein Grund für die spannenden Beispiele. Danke dafür!

Darüber hinaus bedanke ich mich bei meiner Praktikantin Mennatallah Elhefny. Sie hat Dutzende von E-Mails versendet. Ein großes Danke für diesen Einsatz. Ohne sie wären weitaus weniger Bilder im Buch erschienen.

Meinen Freunden Aus Abdulamir, Lukas Pinder und Martin Sanner danke ich für die interessanten Gespräche, die mich auf andere Gedanken gebracht haben. Ihr seid der perfekte Ausgleich zur alltäglichen Arbeit. Dank euch konnte ich abschalten und auf andere Gedanken kommen.

Darüber hinaus danke ich Kai Otte für die Erlaubnis zur Verwendung seiner Bilder. Die Zusammenarbeit mit dir macht mir sehr viel Spaß. Lass uns die Hip-Hop- und Musikszene weiter rocken.

Selbstverständlich möchte ich ebenfalls den Lesern dieses Buches dafür danken, dass sie es sich gekauft haben.

Kapitel 1

Schonungslos ehrlich: Kannst du erfolgreich Influencer werden?

Faszinieren dich Influencer? Möchtest du wissen, wie du Follower gewinnen, Geld verdienen und nach deinen Vorstellungen leben kannst? Oder bist du dir noch unsicher, ob eine Influencer-Karriere das Richtige für dich ist? Dir stehen mit Geduld, Fleiß und Plan alle Türen offen. Ob 5 oder 50.000 Follower: In diesem Buch erfährst du, wie du die Erfolgsleiter hinaufkletterst.

Influencer sind allgegenwärtig. Social-Media-Stars geben einen Einblick in ihr Leben, bewerben Produkte und teilen ihnen am Herzen liegende Projekte. Das kommt beim Publikum an.

Es gibt unzählige motivierende Beispiele. Die 92-jährige Oma Elisabeth begeistert 67.100 Follower mit ihrem fränkischen Humor. Die Seniorin veröffentlicht Videos zum Familienleben.¹

Social-Media-Stars sind Inspiration und Ansporn zugleich. Influencer haben es vom Kinderzimmer auf die beliebtesten Veranstaltungen der Welt geschafft.

Beispiel: Wie viel Geld erhalten Top-Influencer?

US-amerikanische Unternehmen zahlen Influencern mit drei bis sieben Millionen Followern bis zu 200.000 US-Dollar für einen Beitrag.² Deutsche Unternehmen zahlen Influencern mit bis zu 30.000 Followern bis zu **32.000 Euro für eine Kampagne**.³

1 Bild.de: Diese Omas und Opas erobern Instagram (26.05.2019) <https://www.bild.de/ratgeber/2019/ratgeber/senioren-bei-instagram-diese-omas-und-opas-sind-influencer-62196020.bild.html> (abgerufen am 18.05.2021)

2 Maheshwari, Sapna: Endorsed on Instagram by a Kardashian, but is it love or just an ad? (30.08.2016) <https://www.nytimes.com/2016/08/30/business/media/instagram-ads-marketing-kardashian.html> (abgerufen am 18.05.2021).

3 OnetoOne: Deutsche Unternehmen zahlen Influencern bis zu 38.000€ pro Post (28.03.2019) https://www.onetoone.de/artikel/db/oto_51966.html (abgerufen am 18.05.2021)

Erfolgreiche Influencer können viel Geld verdienen. Unternehmen investieren eine Milliarde Euro in Influencer-Marketing-Kampagnen.⁴ Das ist ein gigantischer Wert. Es gibt kaum Grenzen nach oben.

1.1 Was sind die Schattenseiten?

Du stehst im Fokus der Öffentlichkeit. Je größer deine Bekanntheit wird, desto mehr Menschen beobachten dich. Damit geht ein Verlust der Privatsphäre einher. Du entwickelst dich zu einer Person des öffentlichen Lebens – mit allen Vor- und Nachteilen. Überlege dir, ob du dafür geschaffen bist. Bist du bereit, einen Teil deiner Privatsphäre aufzugeben?

Pannen gehören zum Alltag eines Influencers dazu. Selbst TV-Jurorinnen erleben Missgeschicke.⁵ Eine Supertalent-Jurorin musste das am eigenen Leib erfahren. Sie veröffentlichte nicht nur die Lippenstift-Werbung, sondern auch die Anweisungen der Werbeagentur.

Die Belustigung der Instagram-Community ließ nicht auf sich warten. Der Lippenstift geriet ins Hintertreffen.

Du musst dir bewusst sein:

Die Bekanntheit hat Nachteile. Deine Abonnenten bringen Sichtweisen mit ein, die nicht mit deiner Auffassung übereinstimmen müssen. Das führt zu Schwierigkeiten:

Geld- und Moralfragen zählen dazu. Wenn Influencer Follower um eine finanzielle Unterstützung bitten, ist die Entrüstung vorprogrammiert.

Auslandsflüge, veganes Essen und nachhaltige Mode können zu hitzigen Diskussionen führen – vor allem wenn die Werte von Influencern und deren Followern nicht übereinstimmen. Das ist beispielsweise der Fall, wenn ein Influencer für Nachhaltigkeit eintritt und trotzdem durch die Welt reist.

Das sind Herausforderungen, die Influencer bewältigen müssen. Es ist ein Balanceakt, Pannen zu verhindern und Neues zu wagen. Selbst tadelloses Verhalten zieht missmutige Menschen an. Es gibt zahlreiche Nutzer, die Influencer grundlos attackieren. Sie empfinden Neid, Hass und Zorn. Damit musst du umgehen können.

Wenn du für eine Idee brennst, lässt dich unberechtigte Kritik kalt. Weitere Informationen zum Umgang mit Kritik findest du in Abschnitt 7.2.

4 Bottesch, Sven; Goldhammer, Klaus: Marktstudie Influencer Marketing in der Region DACH (März 2018) <https://www.goldmedia.com/produkt/study/marktstudie-influencer-marketing-in-der-region-dach/> (abgerufen am 18.05.2021).

5 inTouch: Sarah Lombardi: Sie tritt ins Influencer Fettnäpfchen (20.10.2019) <https://intouch.wunderweib.de/sarah-lombardi-sie-tritt-ins-influencer-fettnaepfchen-94328.html> (abgerufen am 18.05.2021)

1.2 Antworten für Skeptiker

Muss ich perfekt sein?

Auf keinen Fall. Influencer haben kein perfektes Leben. Sie sind Menschen wie du und ich. Marie streitet sich mit ihrem Freund, Max zieht mit den Jungs um die Häuser und Sophie geht ins Kino.

Diese Scheinwelt setzt keine Perfektion voraus. Influencern gelingt es mit einem einfachen Kniff, eine heile Welt heraufzubeschwören. Sie thematisieren keine negativen Erfahrungen – abgesehen von einigen Ausnahmen.

Der Streit mit dem Freund, die Beleidigung auf der Straße und der Misserfolg im Job bleiben außen vor. Menschen stellen die schönen Seiten des Lebens zur Schau.

Social-Media-Beiträge wecken den Anschein einer Traumwelt. Es ist eine Illusion, die Kreative kreieren.

Das nachfolgende Beispiel verdeutlicht, wie Influencer ihre mit viel Geschick erstellten Bilder inszenieren:



Abb. 1.1: Elsa (Instagram: @about_elsa) ist ein Beispiel für einen realen Influencer. Sie zeigt in ihrem Beitrag, wie bereits einfache Posen ein Bild verändern können.

© Elsa Andrei

Denk daran: Du siehst die beste Aufnahme aus 200 Bildern.

In einem Bild können bis zu acht Stunden Arbeit stecken. Influencer tragen Make-up auf. Sie retuschieren Augenringe und Akne. Die Belichtung, Bildbe-

arbeitsprogramme und das Kamerazubehör beseitigen die letzten Makel. Wenn du bereit bist, bis zu acht Stunden in die Aufnahme und Bearbeitung deiner Bilder zu stecken, machst du einen Sprung nach vorne. Selbstverständlich erfordert nicht jedes einzelne Bild solch einen großen Zeitaufwand.



Abb. 1.2: Vivien Fabian-Offelmann (Instagram: @f_vivien) betont: »Liebe dich jeden Tag ein bisschen mehr.« © Vivien Fabian-Offelmann

Verabschiede dich vom Gedanken, perfekt zu sein. Selbst Influencer mit Hunderttausenden von Followern passieren kleinere und größere Missgeschicke. Dies sind Beispiele von einigen Situationen, die dich garantiert zum Lachen bringen:

- ▶ Sonnenbrille auf. Mascara-Werbung? Diese beiden Ideen passen für eine Influencerin zusammen.
- ▶ Umweltbewusstsein ade. Modebewusstsein, na klar. Das »Rette unseren Planeten«-T-Shirt soll Follower überzeugen. Die Influencerin besteht auf den innerdeutschen Flug und erntet einen Shitstorm.⁶
- ▶ Abu Dhabi, 30 Grad und eine Produktplatzierung für Markenschokolade. Wem es flüssig schmeckt?

Selbst Profis können Fehler nicht vermeiden. Die Schoko-Influencerin hat 1.100.000 Instagram-Follower.

⁶ Bonenkamp, Isabelle: Unsere Top-5-Influencer-Fails aus 2018 (19.12.2018) <https://www.thebestsocial.media/de/unsere-top-5-influencer-fails-aus-2018/> (abgerufen am 18.05.2021).

Falls dir ein Fehler passiert, ist Besonnenheit angesagt. Deine Reaktion auf die Kritik zählt. Bleib ruhig. Denke darüber nach und lasse dich nicht zu spontanen Handlungen hinreißen! Top-Influencer lassen sich von Shitstorms und Pöbeleien nicht unterkriegen.

Hinweis: Was ist ein Shitstorm?

Ein Shitstorm bezeichnet eine digitale Empörungswelle an negativen und kritisierenden Äußerungen.

Trotz Perfektionismus: Der Spaß und die Leidenschaft stehen im Vordergrund.

Muss ich reich sein?

Überhaupt nicht. In diesem Buch erwähne ich 90-jährige Omas, Anfang 20-jährige Studentinnen und Mama-Influencer. Was verbindet diese Personen? Jeder dieser Menschen hat viele Follower.

Influencer sind Hobbyfotografinnen, Studierende und kreative Freiberufler. Haben diese Leute mehr Geld als du?

Wahrscheinlich nicht.

Der Reichtum anderer Menschen sollte dich nicht abschrecken, deine Ziele zu verfolgen. Du entscheidest über deinen Erfolg in den sozialen Medien.

Der Einfallsreichtum eines 19-Jährigen stellt dies unter Beweis:⁷

Not macht erfinderisch. Dieses Motto inspirierte einen Studenten, sich mithilfe eines Bildbearbeitungsprogramms:

- ▶ in einen Privatjet,
- ▶ auf einen Fluglandeplatz
- ▶ und vor Luxusläden einzufügen.

Was bedeutet das für dich? Follower belohnen einzigartige Ideen. Deine Kreativität und nicht dein Geldbeutel ist entscheidend. Eigne dir Bildbearbeitungskennnisse an, um dein Portemonnaie zu schonen.

Muss ich berühmt sein?

Bekannt zu sein, ist hilfreich – sei es als Schauspieler, Autor, Model oder Journalist. Dennoch ist es keine Voraussetzung. Es gibt Entscheider, die sich nicht an den Schreibtisch fesseln lassen. Diese Macher zeigen Kampfgeist bis zum letzten Atemzug. Sie haben mit null Followern angefangen und sich ein Imperium aufgebaut:

⁷ Siebrecht, Ole: Dieser 19-Jährige täuschte auf Instagram vor, reich zu sein – und niemandem fiel es auf. <https://ze.tt/dieser-19-jaehrige-taeuschte-auf-instagram-vor-reich-zu-sein-und-niemandem-fiel-es-auf/> (abgerufen am 18.05.2021)

Tara Arslani. André Hamann. Louisa Dellert.

Diese Influencer sind Gestalter, die ihre Leidenschaft leben und an Herausforderungen wachsen. Reichweite ist ihre Währung. Sie haben einen Riecher für gute Geschäfte. Mit Social-Media-Profilen, eigenen Online-Shops und Produktplatzierungen bauen sie ihre Marke aus.

Tara Arslani ist eine mitteilende Beauty-Bloggerin. Mit Humor und Charme unterhält sie 600.000 Follower zur perfekten Foundation, Beziehungsfragen sowie Drogerie-Neuheiten. Die Geschäftsfrau bringt unter der Marke TamTam Puder und Wimpernzangen in die Geschäfte.⁸

Der ehemalige H&M-Trainee André Hamann überzeugt durch Einblicke in sein Modelleben.⁹ Seine eine Million Follower erhaschen einen Blick auf stilsichere Outfits. Das inspiriert den modernen Mann, sich besser zu kleiden. Darüber hinaus verkauft er Modeaccessoires über sein Label Haze & Glory.¹⁰

Louisa Dellert setzt auf das Thema Nachhaltigkeit. Die Influencerin begeistert 462.000 Follower (Stand: Mai 2021) mit Podcasts zu Obdachlosen und Interviews mit Sängerinnen und Politikern.¹¹ Die Deutsche wandelt sich zur Medienunternehmerin. Mit ihrem Shop Naturalou verkauft sie nachhaltige Shampoos, feste Deos und wiederverwendbare Abschminkpads.

An den Beispielen wird deutlich, dass du nicht berühmt sein musst, um durchzustarten. Arbeite hart an dir, und deinem Erfolg steht nichts im Weg.

Bin ich chancenlos?

Keineswegs. 36,7 Prozent der Instagram-Nutzer haben zwischen 10.000 und 100.000 Follower.¹²

Wenn du wenig Geld und Kontakte hast, kannst du nur mit kontinuierlicher, harter Arbeit überzeugen. Anfangs reichen deine Einnahmen als Influencer nicht aus, um davon leben zu können. Mit der Zeit kann es funktionieren:

Deine engsten Vertrauten werden an dir zweifeln. Ignoriere das und plane dein Vorgehen. Hartnäckigkeit, Kreativität und Durchhaltevermögen bringen dich voran. Setze dir konkrete Ziele, wie viele Follower du in einem Monat gewinnen möchtest. Zehn Follower pro Tag sind 3.650 neue Abonnenten nach einem Jahr.

8 Tagesspiegel: Influencer entwerfen mit Kosmetik-Marken eigene Produkte (21.09.2019) <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/social-media-influencer-entwerfen-mit-kosmetik-marken-eigene-produkte/25038758.html> (abgerufen am 18.05.2021)

9 Wikipedia: https://de.wikipedia.org/wiki/Andr%C3%A9_Hamann (abgerufen am 18.05.2021)

10 Meier, Alisha: Die 10 größten und begehrtesten Influencer Deutschlands (30.10.2019) <https://sevdesk.de/blog/top-influencer-deutschland/> (abgerufen am 18.05.2021)

11 Louisa Dellert: Instagram Profil <https://www.instagram.com/louisadellert/>

12 Clement, J: Distribution of Instagram accounts worldwide as of June 2019, by number of followers <https://www.statista.com/statistics/951875/instagram-accounts-by-audience-size-share/> (abgerufen am 18.05.2021).

Deine Chancen hängen von deinem Kampfgeist ab. Nach meinem Studium habe ich mich mit ReachOn selbstständig gemacht. Freunde und Familienmitglieder haben mir von diesem Schritt abgeraten.

Mittlerweile habe ich mehr als 120 Gastbeiträge in Print- und Online-Magazinen verfasst. Ich bin Kolumnist für das DUP-Unternehmermagazin und Buchautor. Meine Influencer-Agentur betreut zahlreiche zufriedene Kunden.

Was bedeutet das für dich?

Du setzt dir eigene Grenzen. Lasse dir nicht von Mitmenschen deinen Lebensweg diktieren.

Muss ich Fotograf sein?

Nein, das ist nicht nötig. Du musst kein ausgebildeter Fotograf sein. Das 1x1 der Fotografie ist hilfreich. Blende, Belichtungszeit und ISO-Wert dürfen keine Fremdwörter für dich sein.



Abb. 1.3: Nadine Schnieder zeigt ihren Followern, wie sie selbst im Sitzen die richtige Pose finden. Das linke Bild ist das Negativbeispiel. Auf dem rechten Bild zeigt sie die perfekte Pose. (Instagram: @dailydosedine) © Nadine Schnieder

Du musst dir keine Sorgen machen, wenn du dich noch verbessern möchtest. Beispielsweise kannst du einen Foto-Kurs besuchen.

Wenn du nach günstigeren Alternativen suchst, kannst du:

- ▶ mit deinen Freunden üben,
- ▶ ein Fotografie-Buch lesen,
- ▶ an einem kostenlosen Online-Kurs teilnehmen
- ▶ oder einer Fotografie-Gruppe beitreten.

Tipp: Wo finde ich Online-Kurse zur Fotografie?

Plattformen wie Udemy bieten kostenlose Fotografie-Kurse an. Diese eignen sich, um grundlegende Fähigkeiten aufzubauen.

Je einzigartiger deine Bilder sind, desto mehr Gefällt-mir-Angaben wirst du erreichen. Ausführlichere Informationen dazu findest du in Abschnitt 6.2.

Bin ich schön genug?

Schön zu sein, ist keine Voraussetzung für den Social-Media-Erfolg. Natürlich hilft ein gutes Aussehen – wie in jedem Medienberuf. Dennoch musst du nicht aufgeben, wenn andere Menschen attraktiver sind.

Finde dich damit ab, dass du nie jedem Menschen zu 100 Prozent gefallen wirst. Solange du die Bedürfnisse deiner Abonnenten abdeckst, wirst du keine Probleme haben.

Eine Mode-Influencerin benötigt Stil. Der Gaming-Influencer muss das Zocken lieben, um Spiele zu kommentieren. Schlussendlich kommt es auf den Nutzen für deine Abonnenten an. Die Attraktivität des Influencers ist in den meisten Bereichen zweitrangig.

Hinweis: Schönheit ist vergänglich, Wissen ist es nicht

Solange du deinen Followern begeisterungswürdige Inhalte lieferst, wird dir niemand entfolgen.

Muss ich einen Uni-Abschluss haben?

Keinesfalls! Du musst keine Universität besucht haben. Ich habe zwar einen Bachelor, aber es ist viel wichtiger, Experte in Kreativität und Durchhaltevermögen zu sein.

Für den Anfang reicht es aus, an grundlegenden Fähigkeiten wie Fotografie- oder Social-Media-Kenntnissen zu arbeiten. Weiterhin ist es wichtig, dass du dich vor der Kamera sinnvoll präsentierst.

Qualifikationen helfen dir, deine Ziele als Influencer zu erreichen. Diese helfen dir, dich geschickt zu vermarkten. Bestseller-Autor klingt im Instagram-Profil besser, als bloß ein weiterer Mode-Influencer zu sein. Neben den sozialen Medien ist es wichtig, dass du deine Bekanntheit auf anderen Plattformen steigert, die dir mehr Status verschaffen.

Wenn du Influencer werden möchtest, kannst du:

- ▶ Beiträge für Zeitschriften verfassen bzw. eigene Blogartikel schreiben,
- ▶ deine eigene Kollektion herausbringen,
- ▶ ein E-Book/Buch veröffentlichen,
- ▶ eine Dokumentation drehen
- ▶ oder in einer Fernsehserie mitspielen.

Diese Ziele mögen unerreichbar wirken. Wenn du kontinuierlich Anfragen für Gastbeiträge versendest, wirst du Erfolge vorweisen können. Dasselbe trifft auf die anderen Bereiche zu.

Bin ich interessant? Ich bezweifle, dass mir Leute folgen werden.

Das ist die falsche Einstellung. Lege diese negative Sichtweise ab! Jeder Mensch ist auf seine Weise interessant. Solange du deinen Abonnenten nützliche Inhalte lieferst, werden dich deine Follower weiterempfehlen.

Finde Facetten an dir, die andere begeistern! Deine Persönlichkeit bestimmt, ob du für Menschen ansprechend bist. Jeder Mensch kann Ideen und Inspiration bieten. Feile an deiner Social-Media-Persönlichkeit in Abschnitt 2.2.

Vom größten Geek bis zur Sportskanone: Du musst weder der Traumprinz noch das Topmodel sein, um Influencer zu werden. Erfahre in Abschnitt 6.1, was Follower wollen.

Schlussendlich ist es deine Entscheidung:

Möchtest du loslegen, hart arbeiten und deine Ziele erreichen oder vor dich hintäumen?

Es liegt an dir. Pack es an. Hab Spaß!

Die Reise auf dem Weg zum Influencer wird dich garantiert verändern.

Kapitel 2

Aktion 1: Bestimme deine Ziele

2.1 Welcher Influencer-Typ bist du?

Julia Schröder. Daniel Fuchs. PietSmiet.

Drei Influencer. Drei Themenbereiche. Drei Arten, Inhalte zu produzieren.

Vom Hochglanzmagazin über Fitnessvideos bis zu Gaming-Tipps: Influencer unterscheiden sich. Die Inhalte, der Stil und das Publikum weichen voneinander ab:

Julia Schröder jettet um die Welt.¹ Mit Zwischenstopps in Finnland und den USA gibt die Mode-Influencerin einen Einblick in ihr Leben. Nebenbei bringt sie Parfüme und Kalender auf den Markt. Die Modebegeisterte ist ein klassisches Beispiel für den Trendsetter. Sie gibt einen Einblick in Traumwelten und lenkt Follower vom langweiligen Alltag ab.

Daniel Fuchs ist Fitness-Influencer.² Der studierte Maschinenbauer und Muskelprotz veröffentlicht Ratgebervideos auf Instagram. Darüber hinaus teilt er Einblicke in seinen Fitnessalltag. Mit Anleitungen zum Muskelaufbau gehört er zum Typ Motivator. Er begeistert Follower und motiviert sie, die Fitnessreise zu starten.

PietSmiet ist ein Team von Computerspielern, die Let's-play-Videos teilen.³ Die YouTuber spielen Gunfire Reborn, GTA Online und Minecraft Dungeons unter den Augen ihres Publikums. Diese Influencer sind Selbstdarsteller. Sie spielen den Pausenc clown und schaffen Unterhaltungswert.

Hinweis: Welcher Influencer-Typ passt zu dir?

Jede Influencer-Art ist spannend. Es liegt an deiner Persönlichkeit, welcher Typ Influencer für dich infrage kommt. Das solltest du dir genau überlegen, damit du erfolgreich sein kannst. So stellst du sicher, dass alles, was du machst, wirklich zu dir passt.

1 Julia Schröders Instagram-Profil: <https://www.instagram.com/juliabeautx/?hl=de>

2 Daniel Fuchs' Instagram-Profil: https://www.instagram.com/magic_fox/?hl=de

3 Piet Smiets YouTube-Channel: https://www.youtube.com/channel/UCqwGaUvq_I0RKszeHhZ5leA

Die Influencer-Typen⁴ sind:

- ▶ Trendsetter
- ▶ Unterhalter
- ▶ Aktivisten
- ▶ Experten
- ▶ Erklärer
- ▶ Motivatoren
- ▶ Mentoren
- ▶ Unternehmensbotschafter
- ▶ Prominente

Typ 1: Trendsetter

Motto: Mode, Schönheit, Fitness und Essen: Ich beschäftige mich mit den schönen Seiten des Lebens.

Alltagsszenario: Marie Müller informiert ihre Follower direkt um 8 Uhr über ihren Tag. Perfekt geschminkt teilt die Influencerin mit, welche Themen sie bewegen.

Trendsetter begleiten Follower in eine Traumwelt. Die Social-Media-Stars beeindruckten ihre Follower z.B. mit Bildern aus Los Angeles und der Mailand Fashion Week. Diese Meinungsmacher helfen Followern, zu entspannen und den Alltag zu vergessen.

Ob die neueste Kollektion, ein durchtrainiertes Sixpack oder abgelegene Reiseorte: Trendsetter veröffentlichen professionelle Bilder, die Aufnahmen aus Hochglanzmagazinen ähneln. Die Ästhetik der Beiträge ist ausschlaggebend. Glanz, Luxus und der Wow-Faktor stehen im Vordergrund.

Trendsetter nehmen eine Vorbildfunktion für ihre jüngeren Follower ein. Sie vermitteln ein Gefühl der Nähe und Verbundenheit, indem sie unverblümt aus ihrem Privatleben berichten.

Übliche Kanäle: Instagram, eigener Blog

To-do: Bist du ein Trendsetter?

- Möchtest du über Reise-, Mode-, Schönheits- oder Fitnessthemen berichten?
- Bist du gewillt, an deinen Fotografie-Kenntnissen zu feilen? Hochglanzbilder entstehen nicht von selbst.
- Kannst du dir vorstellen, deinen Followern einen Einblick in dein Privatleben zu geben?
- Gehörst du zu diejenigen, die immer den neuesten Trends auf der Spur sind?

...

⁴ Oliver Schrott Kommunikation: »Influencer – Die Stars der digitalen Kommunikation – und die psychologischen Mechanismen ihres Erfolgs« (2018) https://www.osk.de/wp-content/uploads/2019/09/Influencer_Guide2018_OSK_DE.pdf (abgerufen am 18.05.2021)

Ich habe mich abgesehen von den Influencer-Typen Unternehmensbotschafter und Prominente an der Einteilung von Oliver Schrott Kommunikation orientiert. Dabei habe ich z.T. einen anderen Schwerpunkt bei den Influencer-Typen gesetzt.