

WU matters. WU talks.: Das Zeitalter der Influencer: YouTube, Instagram und Generation Z



Der Begriff der Influencer kursiert bereits seit 2007 in der Welt des Marketings. Er bezeichnet Internetberühmtheiten, denen durch ihre Bekanntheit hoher Einfluss auf ihr Zielpublikum zugesprochen wird. Im Rahmen von [WU matters. WU talks.](#) beleuchten Nadia Abou Nabout und Nils Wlömert vom WU-Institut für Interactive Marketing & Social Media das Phänomen „Influencer“ und, wie Werbetreibende ihr junges Zielpublikum heute erreichen können. Am Podium diskutieren der Youtube-Star Michael Buchinger, Denise Krautz von ProSiebenSat.1 PULS 4, Peter Rathmayr, Google Austria, die erfolgreiche Bloggerin Katharina Hingsammer von Ketch'em Bunnies und The Daily Dose, Zayad Shah, PR Manager bei L'ORÉAL Österreich sowie Torsten Panzer vom PR Club Hamburg.

Junge Menschen aus der Generation Z mit Werbung erreichen? Und das über traditionelle Kanäle, wie TV, Radio oder die „klassische“ Online Werbung? Schaut man sich den Medienkonsum dieser Generation an, so steht eines fest: Über traditionelle Kanäle erreichen Werbetreibende die Generation Z nicht mehr. Stattdessen sind die Vorbilder vieler junger Menschen heute sogenannte Influencer – YouTuber, Instagrammer, Fashion-Blogger – die mit ihren Postings ein Millionenpublikum ansprechen. Für viele Jugendliche stellen sie glaubwürdige Identifikationsfiguren dar. Dabei entwickeln sich die Influencer selbst zu wertvollen Marken, deren Bekanntheit und Glaubwürdigkeit Unternehmen zunehmend zur Verbreitung ihrer Werbebotschaften nutzen. Einer der bekanntesten Influencer ist PewDiePie: der 27jährige Skandinavier wurde mit seinen YouTubeVideos auf diese Art zum Millionär. Bei WU matters. WU talks. am kommenden Dienstag, den 21. November, beleuchten die WU-Professorin Nadia Abou Nabout und ihr Kollege Nils Wlömert vom Institut für Interactive Marketing & Social Media gemeinsam mit prominenten Gästen am Podium, wie Werbetreibende dieses Publikum heutzutage erreichen können, womit Influencer ihr Geld verdienen und wie „Influencer sein“ für manche zum echten Beruf werden kann.

Es diskutieren:

- **Michael Buchinger**, Influencer
- **Katharina Hingsammer**, Influencerin, Ketch'em Bunnies & The Daily Dose
- **Denise Krautz, MSc**, Head of 4Stars, ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH
- **Peter Rathmayr**, Agency Head, Google Austria
- **Zayad Shah**, Public Relations Manager, L'ORÉAL Österreich GmbH

Moderiert wird die Diskussion von Torsten Panzer, Vorstandsvorsitzender des PR Club Hamburg, Beirat der Social Media Week und Kommunikationsberater Panzer Reputation.

WU matters. WU talks.

Das Zeitalter der Influencer: YouTube, Instagram und Generation Z

Wann: Dienstag, 21. November 2017, 18:00 Uhr

Wo: Campus WU, Gebäude LC, Forum

[Zur Anmeldung](#)

WU matters. WU talks.

Mit der Veranstaltungsreihe „WU matters. WU talks.“ schafft die WU eine neue Plattform zum Austausch und Diskurs zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit. Die WU sieht es als ihre Aufgabe, sich mit wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Problemen auseinanderzusetzen und einen Beitrag zu zukunftsfähigem Denken, verantwortungsvollem wirtschaftlichen Handeln und damit zur Lösung ökonomischer, sozialer und ökologischer Probleme zu leisten. Mit dem neuen Veranstaltungsformat werden gesellschaftlich und wirtschaftlich relevante Themen verstärkt in das öffentliche Licht gerückt. In regelmäßigen Podiumsgesprächen, Diskussionsveranstaltungen und Vorträgen bringen WissenschaftlerInnen und ExpertInnen aus der unternehmerischen und institutionellen Praxis ihre Expertise ein und diskutieren gemeinsam mit der interessierten Öffentlichkeit aktuelle Themen. Mehr dazu unter wu.ac.at/wumatters.

**Pressekontakt:**

Mag. Anna Maria Schwendinger

PR-Referentin

Tel: + 43-1-31336-5478

E-Mail: anna.schwendinger@wu.ac.at