

WOHNKLAMOTTE - Konferenz 2018 – powered by MÖBELMARKT

Expertenbeitrag: Interview - Hendrik Martens als Speaker auf der WOHNKLAMOTTE Konferenz 2018

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Kim-Rebecca Hinz](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Mittwoch, 24.10.2018

Wir haben heute Hendrik Martens (flow:fwd) im Interview für die WOHNKLAMOTTE Konferenz am 30.10.2018. Als mehrfacher Gründer und heutiger kreativer Leiter bei flow:fwd beschäftigt er sich mit der Konzeption und Umsetzung neuartiger Content-Kampagnen. Als stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Bundesverband Influencer Marketing e.V. vertritt er die Meinung "(...)dass das Influencer-Marketing, ähnlich wie in den früher 2000ern Social Media-Marketing, keine Modeerscheinung ist, sondern ein fester Bestandteil der digitalen Markenkommunikation werden wird."

1. Welcher Marketingkanal ist aus Deiner Sicht der spannendste zur Kundengewinnung und warum?

Spannend im Sinne von entertaining und für den Kunden am unterhaltsamsten finde ich tatsächlich Influencer-Storytelling. Eine gute Kampagne mit einer noch besseren Story fesselt den Fan an den Content und macht natürlich die Marke und die Produkte extrem attraktiv und sichtbar. Ob es nun im direkten Sales-Sinne auch die lukrativste Möglichkeit ist, bezweifle ich im direkten Vergleich.

2. Welche Rolle spielt Cross-Channel-Marketing für Dein Geschäft?

Da wir im Influencer-Management ja die Marken unserer Künstler vertreten ist zwar zum einen die digitale Reichweite extrem wichtig, ebenso wichtig ist aber im Longterm auch die reale Präsenz, wie zum Beispiel auf Messen, Meet&Greets etc. Große Influencer dienen dann auch als Testimonial für Print/TV und Co. So sind wir dann auch in der Lage für Kunden die gesamte Marketing-Klaviatur zu bedienen, damit ein Produkt zusammen mit einem großen Influencer durch alle Kanäle getragen werden kann.

3. Inwieweit wurdest Du schon mal "geinfluenced"?

Unser erstes Talent "Simon Unge" hat um 2014 herum mit anderen Youtubern eine Longboardtour durch Deutschland gemacht. Damals hatte ich noch keine geschäftliche Beziehung zu ihm und flow:fwd gab es auch noch nicht. Es gab auch den Begriff Influencer noch gar nicht so, wie wir ihn heute nutzen. Jedenfalls habe ich diese Docutainment-Serie, neudeutsch Vlog genannt, sehr gerne und motiviert auf YouTube verfolgt und habe mir daraufhin auch direkt eines seiner coolen Longboards bestellt, wie vermutlich tausende andere Kids auch. Das hat gut funktioniert... nun hat mein Neffe das Board.

Interview - Hendrik Martens als Speaker auf der WOHNKLAMOTTE Konferenz 2018

Links

- [WOHNKLAMOTTE - Konferenz 2018](#)

Weiterführende Links

- [WOHNKLAMOTTE](#)
- [Bundesverband Influencer Marketing e.V.](#)