

Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt. Der Oberbürgermeister. 99111 Erfurt

CDU Fraktion
Frau Fischer
Fischmarkt 1
99084 Erfurt

Drucksache 0122/24; Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO; Influencer-Marketing im Tourismus; öffentlich

Journal-Nr.:

Sehr geehrte Frau Fischer,

Erfurt,

unter Einbindung der Erfurt Tourismus und Marketing GmbH (ETMG) beantworte ich Ihre Anfrage wie folgt:

1. Wie viel Geld hat die Stadt Erfurt in den letzten Jahren für Influencer-Marketing zum Zwecke des Stadtmarketings/Tourismus ausgegeben?

Die ETMG, als mit dem Stadtmarketing betraute Gesellschaft, hat in den vergangenen Jahren immer mit der Entwicklung im Influencer-Marketing und generell im Social-Media-Marketing Schritt gehalten. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für dieses Thema sind generell jung, fachlich gut ausgebildet und mit den Prozessen vertraut.

Zusätzlich nutzt die ETMG alle Kanäle, um die Qualität und Reichweite der Influencer und Blogger zu bewerten und nicht ausschließlich deren Selbstdarstellung zu vertrauen.

Ebenso achtet die ETMG darauf, dass städtische Themen in den Focus der verschiedenen Beiträge gesetzt werden und weniger die persönliche Selbstdarstellung der Influencer.

Die Messung einer konkreten Zahl im Influencermarketing gestaltet sich schwierig, da viele Influencer-Kooperationen, beispielsweise durch verschiedene Marketingkooperationen wie die Historic Highlights of Germany, die Deutsche Zentrale für Tourismus oder die Thüringer Tourismus GmbH, zustande kommen. Zusätzlich akquirieren die Mitarbeiter des Tourismusmarketings Influencer auf Workshops und Messen im In- und Ausland. Die ETMG trägt in der Regel die Kosten für die Unterkunft für zwei Übernachtungen, das Leistungsprogramm und die Verpflegung. Grundsätzlich ist mit Kosten von mindestens 400 EUR pro Influencer zu rechnen. Hinzu kommen Tagessätze, die von den Influencern teilweise zusätzlich berechnet werden.

Seite 1 von 2

Im Jahr 2023 hat die ETMG aktiv 13 sehr bedeutende Influencer und etliche Influencer mit geringerer Reichweite in Erfurt betreut, die über die Stadt berichtet haben. Dabei sind Sachkosten in Höhe von ca. 5.500 EUR entstanden. Hinzu kommen die Personalkosten in der ETMG, da die Influencer-Aufenthalte einer aufwendigen Vorbereitung und Betreuung bedürfen.

2. Welche Form der Zusammenarbeit plant die Stadt aktuell oder in den kommenden Jahren im Bereich des Influencer-Marketings?

Die ETMG wird auch in den kommenden Jahren die Online-Präsenz immer weiter ausbauen, um mehr Influencer auf Erfurt aufmerksam zu machen, damit die Stadt von einer noch größeren Online-Präsenz profitiert. Die sozialen Medien werden von Jahr zu Jahr wichtiger für das Stadt- und Tourismusmarketing. Die Anzahl der Follower steigt stetig an und auch die Interaktionen wie Aufrufe und Likes nehmen zu.

Das Instagram Profil der ETMG „erfurt_erleben“ hat derzeit 11.400 Follower und das Facebook Profil 22.800 Follower. Im Jahr 2024 plant die ETMG weiterhin, mit Influencern zu kooperieren und sie nach Erfurt zu locken. Die Gesellschaft arbeitet z.B. derzeit an einem Konzept für eine Gruppeninfluencerreise im Juni, an der Influencer aus dem Ausland teilnehmen können. Außerdem prüft die ETMG andere und neue soziale Netzwerke wie beispielsweise TikTok, LinkedIn und Threads, um dort zukünftig ebenfalls präsent zu sein.

Allerdings bucht die ETMG keine kostenpflichtigen Influencer-Beiträge, ohne dass die Influencer Erfurt einen persönlichen Besuch abstatten.

3. Wie schätzt die Stadt die bisherigen Erfolge des gebuchten Influencer-Marketings ein?

Das Influencer-Marketing im Jahr 2023 war zufriedenstellend. Ein Reel auf Instagram erzielte 220.000 Aufrufe und mehrere weitere Reels erhielten über 10.000 Aufrufe. Insgesamt wird unsere Stadt durch die verschiedenen Multiplikatoren in den sozialen Medien präsenter. In den kommenden Jahren möchten wir das Influencer-Marketing weiterentwickeln und eine noch größere Zielgruppe erreichen.

Mit freundlichen Grüßen

A. Bausewein