

Berlin, 6. Dezember 2018

Der a&o-Ton: Stichwort „Influencer Hype“

Europas größte Hostelkette hat bereits entschieden: Kein Geld mehr für Influencer Marketing! Online Marketing-Chef Thomas Hertkorn über Werbung auf Instagram & Co.

Die Diskussion um die Zukunft von Instagram- und Youtube-Stars schlägt aktuell hohe Wellen und manch einer betrachtet die Ära der hochbezahlten Influencer bereits als beendet. Eine – nach eigener Aussage die weltweit größte – Studie der Werbeagentur Jung von Matt jedenfalls kommt zu diesem Ergebnis: Der Boom ist vorbei!

Thomas Hertkorn, Online Marketing-Chef bei a&o, stimmt zu und erklärt warum: „Sehr wenig redaktionelle Kontrolle“, „kaum messbarer direkter Impact“ und dazu „unverhältnismäßig hohe Kosten“ – das waren für ihn die Gründe, a&o’s Engagement in Sachen Influencer Marketing bereits im Frühherbst dieses Jahres einzustellen: „Unsere Maxime lautet schließlich ‘best value for money’ – wir wollen keine Kostentreiber, sondern bezahlbaren Mehrwert für unsere Gäste.“

Über a&o Hostels

Seit 2000 betreibt a&o in 21 Städten und sechs Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechien, Dänemark und Italien) 34 Häuser. Als größter Hostelanbieter Europas wächst die Kette mit über 15 Prozent pro Jahr. Mit rund 24.000 Betten und mehr als vier Millionen Übernachtungen im Jahr 2017 verzeichnete a&o einen Umsatz von rund 134 Millionen Euro.

Presse- und Downloadbereich des Unternehmens:
<https://www.aohostels.com/de/presse/>

Kontakt:

Dr. Petra Zahrt
Tel. +49 (0) 221 3018 2363
Mobile +49 (0) 172 94 54 753
Mail petra.zahrt@aohostels.com