



Der Einfluss von Influencern auf die Reisebuchung am Beispiel des Schiffstesters Matthias Morr

Matthias Morr und Dr. Lars Peters

Berlin, 7. März 2018





100% Kreuzfahrt, 100% Social Media

Der Schiffstester Matthias Morr

Schiffstester Matthias Morr

Deutschlands erfolgreichster Kreuzfahrt-Video-Blogger



The screenshot shows the website's header with the logo and navigation menu (Blog, Schiffe & Reedereien, Rund um die Kreuzfahrt, Tipps & Tricks). The main content area features a large video thumbnail titled 'Luxus - entspannt' with the subtitle 'Unterwegs mit der Seabourn Odyssey ab Venedig'. Below this is a section for 'Die neuesten Videos' with a video thumbnail for 'Eisparade wie im Traumschiff'. The right sidebar includes a bio for Matthias Morr, a list of affiliate partners (kreuzfahrten.de, AIDA, Mein Schiff, TUI Cruises, Costa), and a disclaimer about affiliate links.

Stand Februar 2018



www.schiffstester.de



> 26.000 Follower



> 26.000 Abonnenten
> 500.000 Video-Aufrufe pro Monat



> 7.500 Follower

Schiffstester Matthias Morr

Ganzjährig hohe Reichweite bei interessierter Kreuzfahrt-Zielgruppe



**neue Videos
immer donnerstags
und sonntags**

ca. **465.000**

Video-Aufrufe pro Monat
im Q3 2017: 510.436 pro Monat

ca. **150.000**

User pro Monat
Hochrechnung von 3,2 Videoaufrufen pro Abonnent und Monat auf alle Aufrufe

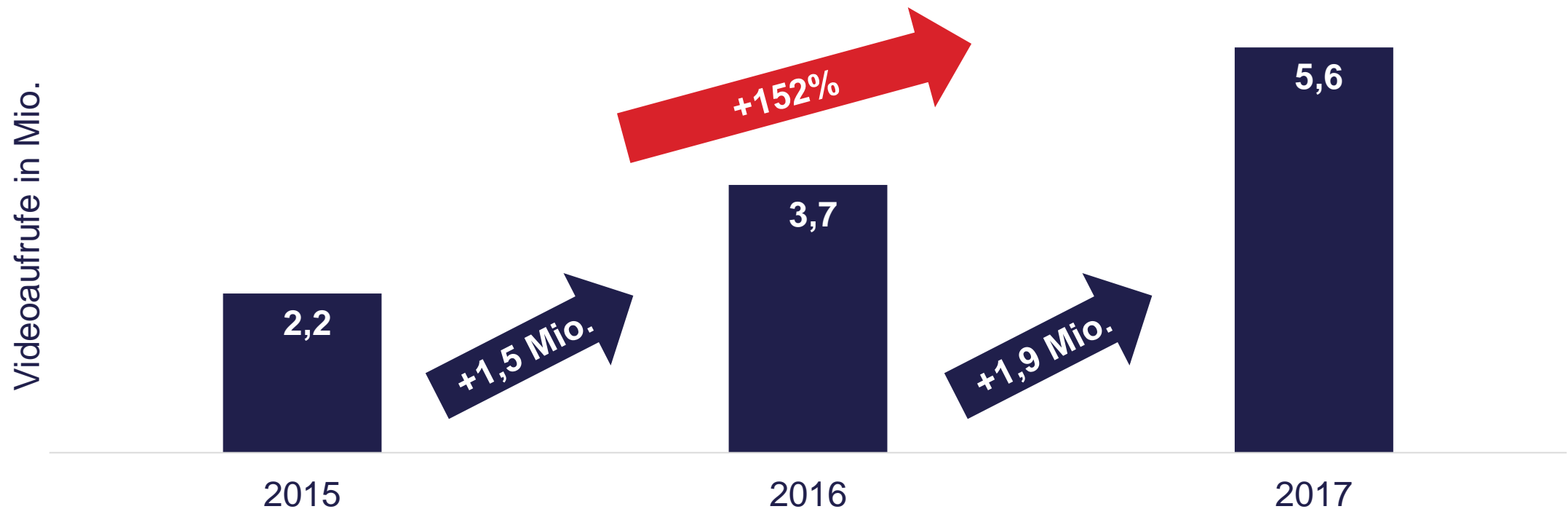
5,6 Mio.

Video-Aufrufe 2017

Quelle: YouTube. Daten für 2017

Schiffstester Matthias Morr

Nutzung wächst schneller als der Kreuzfahrtmarkt



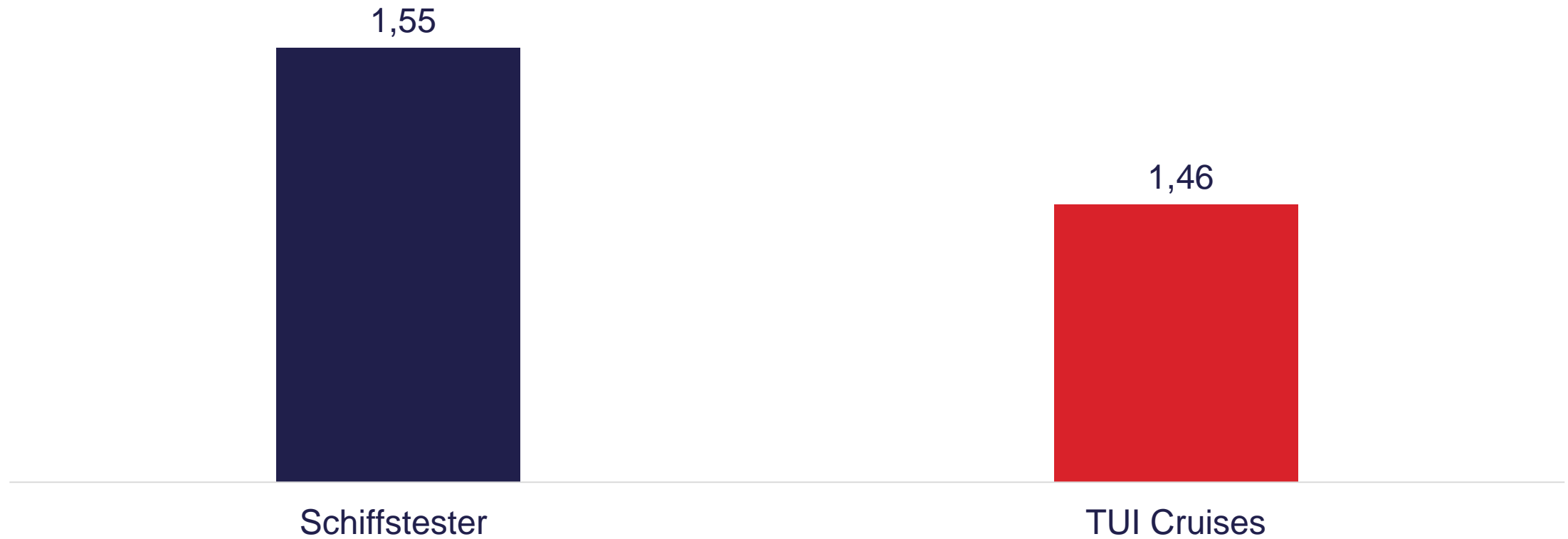
YouTube Auswertung, Stand 4. Januar 2018

Schiffstester Matthias Morr

Case: Videos über Kreuzfahrtschiffe von TUI Cruises



Video-Abrufe 2017 in Mio.



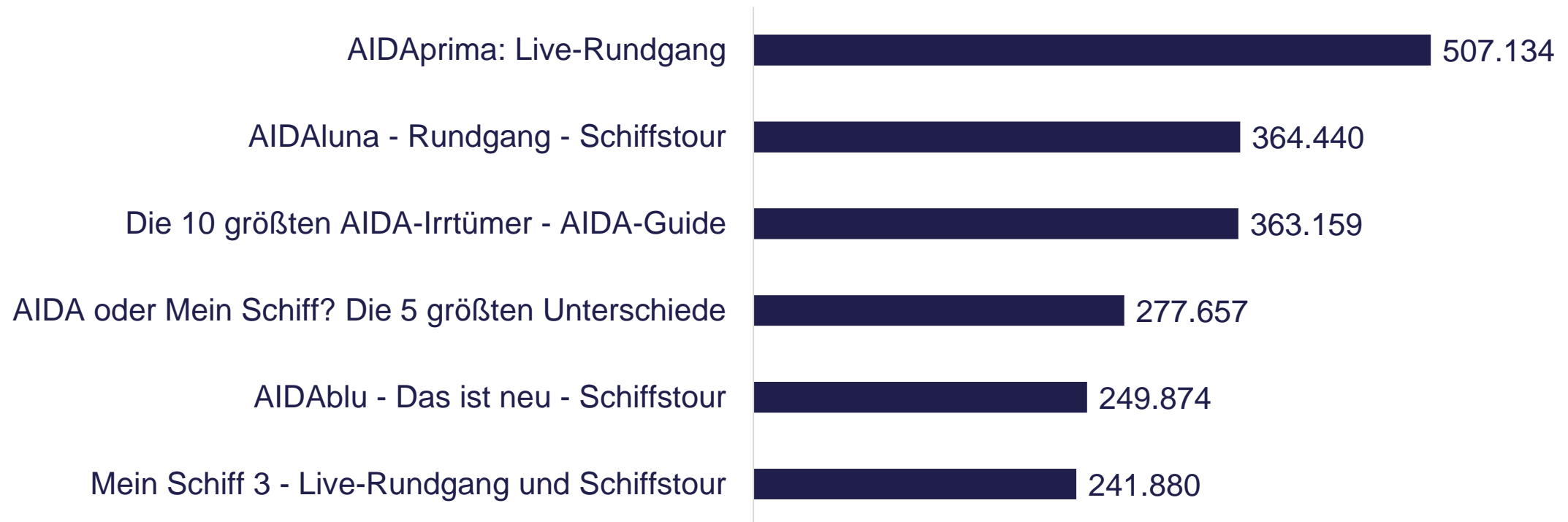
Quelle: YouTube bzw. Socialblade

Schiffstester Matthias Morr

Bereits mehr als 500.000 Aufrufe für ein Video



Meistgeklickte Videos seit 2008



Quelle: YouTube, Stand 4. Januar 2018 (Top 10 ohne englisch-sprachige Videos)



Blogger

Videoblogger

Kreuzfahrtexperte

Moderator

Journalist

YouTuber



Influencer?



Kreuzfahrtbegeistert und finanzkräftig

Die Nutzer des Schiffstesters Matthias Morr

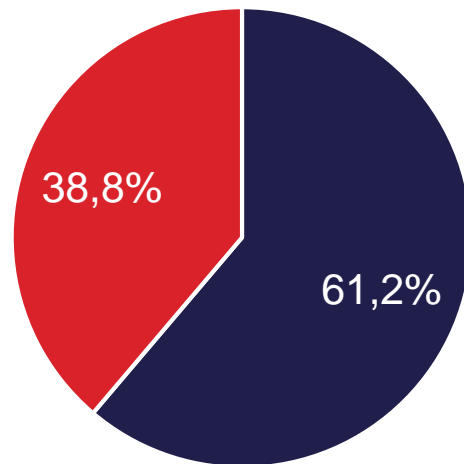
Schiffstester Matthias Morr

Zwei Drittel haben monatlich mehr als 3.000 Euro netto zur Verfügung



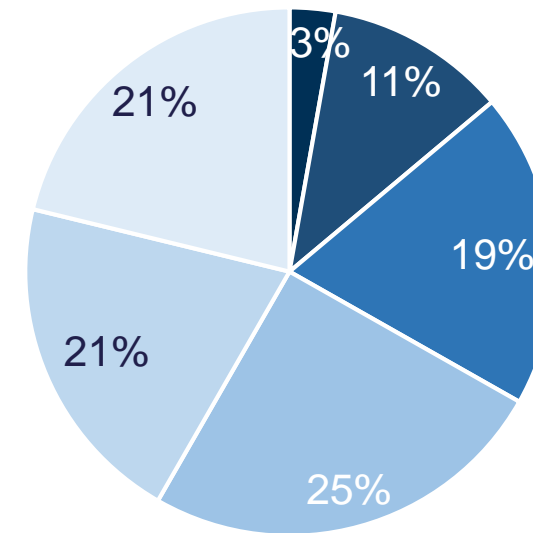
Durchschnittsalter der Befragten: 39,3 Jahre

Geschlecht



■ Männer ■ Frauen

Haushaltsnettoeinkommen



■ bis 1.000 Euro ■ 1.000-2.000 Euro
■ 2.000-3.000 Euro ■ 3.000-4.000 Euro
■ 4.000-5.000 Euro ■ 5.000+ Euro

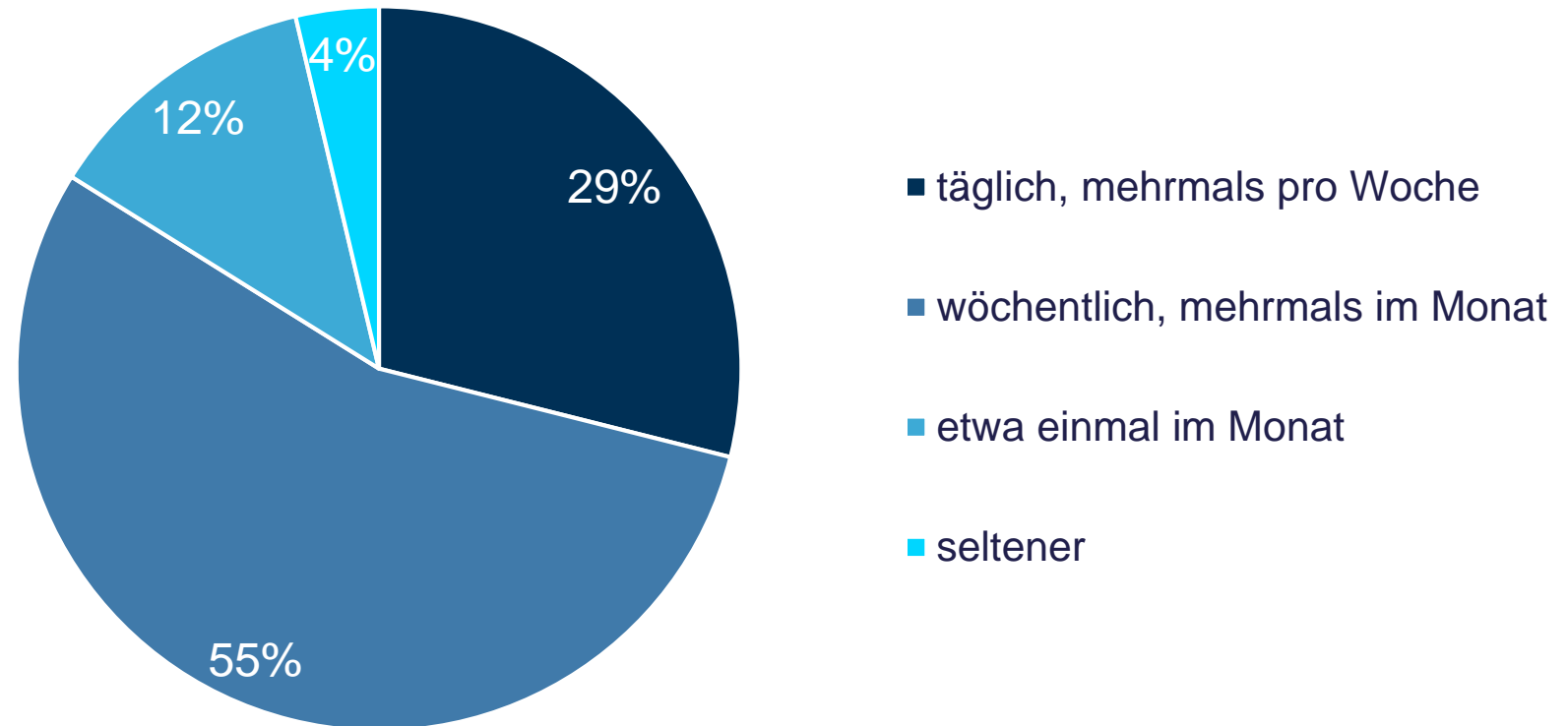
Quelle: Schiffstester-Befragung 2017. Basis: n = 3.023 (Geschlecht), n = 2.954 (Alter), n = 2.101 (Haushaltsnettoeinkommen)

Schiffstester-Befragung 2017

Treue und regelmäßige Nutzerschaft



Regelmäßigkeit der Nutzung von Medieninhalten des Schiffstesters



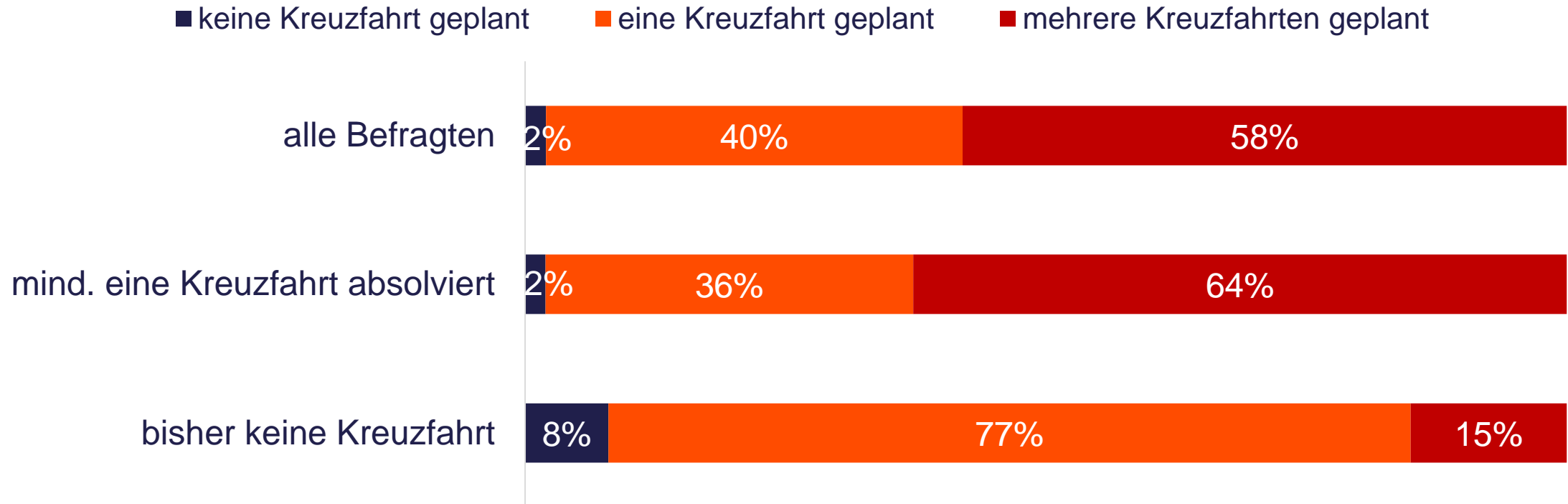
Quelle: Schiffstester-Befragung 2017. Basis: n = 3.017, Frage: „Nutzt Du Internet-Angebote vom Schiffstester Matthias Morr, also z. B. seine Videos?“

Schiffstester Matthias Morr

Mehr als die Hälfte der Nutzer plant mehr als zwei Kreuzfahrten bis 2019



Geplante Kreuzfahrten in den nächsten zwei Jahren



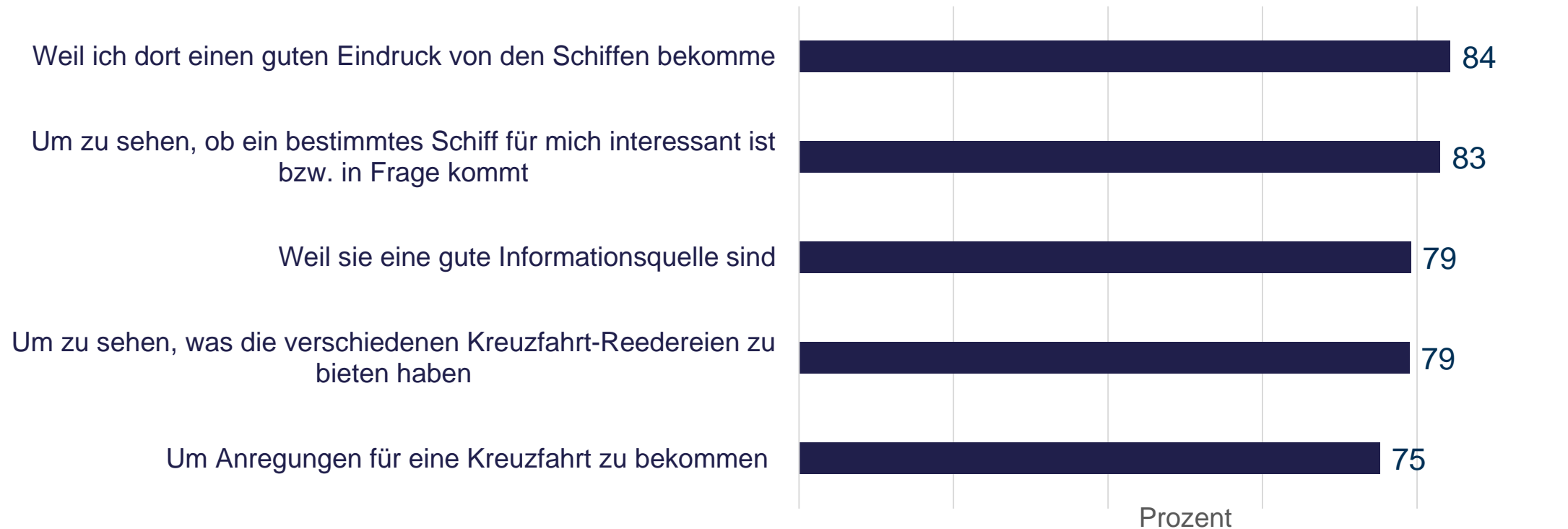
Quelle: Schiffstester-Befragung 2017 (Studiendesign in Anlage). Basis: n = 2.873. Frage: „Planst Du in den nächsten zwei Jahren eine oder mehrere Kreuzfahrten?“

Schiffstester-Befragung 2017

Buchungsrelevante Informationen sind Hauptmotiv für Nutzung



Top5-Motive für die Nutzung von Medieninhalten des Schiffstesters



Quelle: Schiffstester-Befragung 2017 (Studiendesign in Anlage). Basis: n = 2.759, Frage: „Warum siehst Du Dir die Videos von Schiffstester Matthias Morr an? Kreuze bitte alle Antworten an, die auf Dich zutreffen.“(Top2-Nennungen)



Überzeugende Conversion zur Buchung

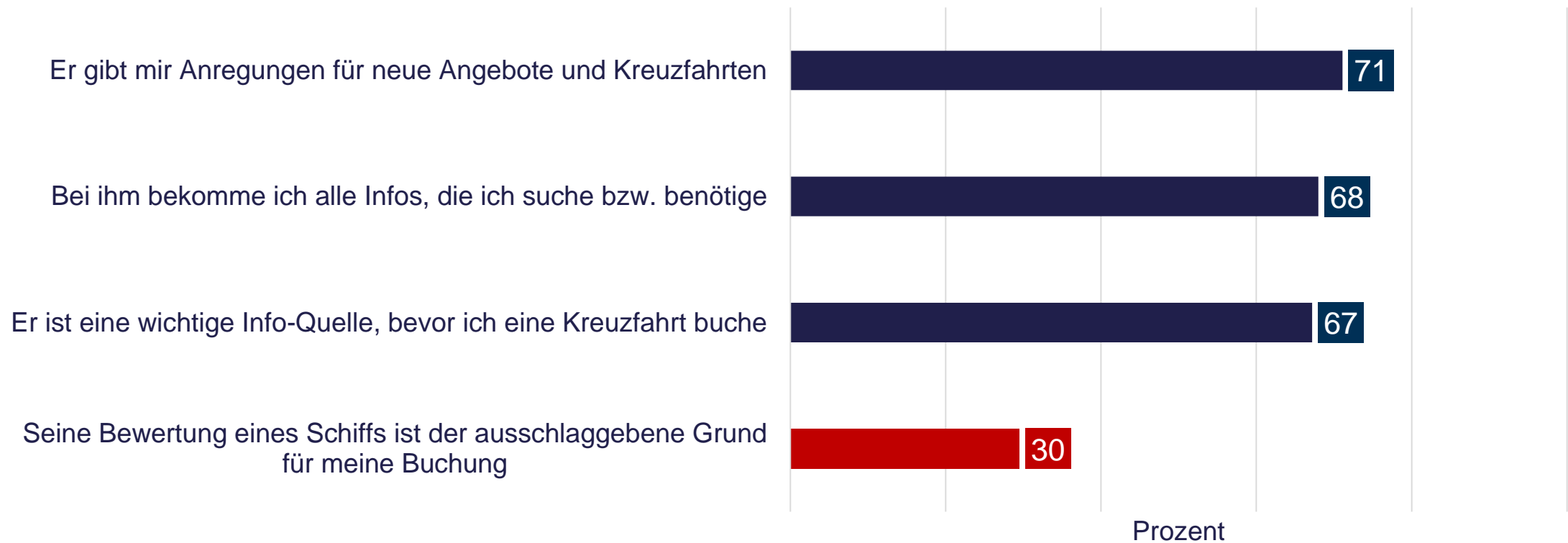
Der Schiffstester bewegt den Kreuzfahrt-Markt

Schiffstester Matthias Morr

Bester Influencer-Eigenschaften



TOP 2 = trifft eher zu und trifft voll und ganz zu



Quelle: Schiffstester-Befragung 2017 (Studiendesign in Anlage). Basis: n = mind. 2.188). Frage: „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf den Schiffstester Matthias Morr zu?“

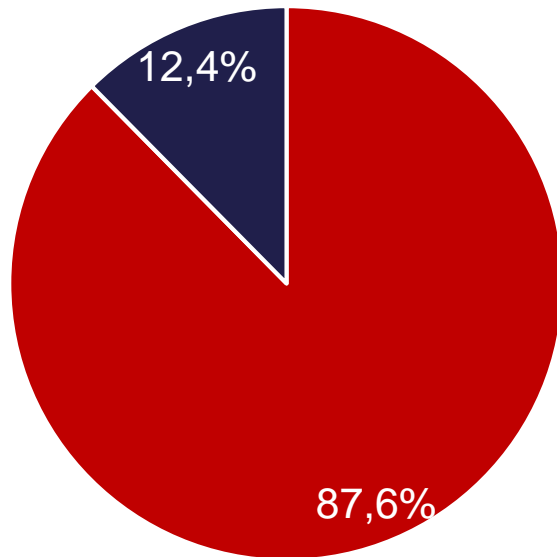
Schiffstester-Befragung 2017

Die Nutzer werden im Interesse des Hauptsponsors bestens aktiviert



Besuch von www.kreuzfahrten.de

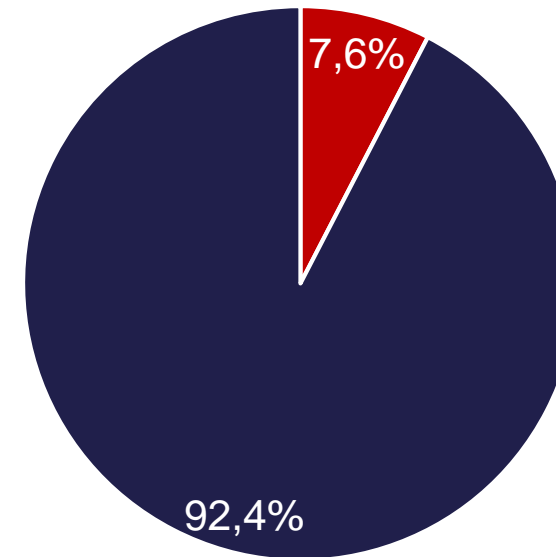
■ ja ■ nein



Buchung auf www.kreuzfahrten.de

Anteil an Besuchern der Website

■ ja ■ nein



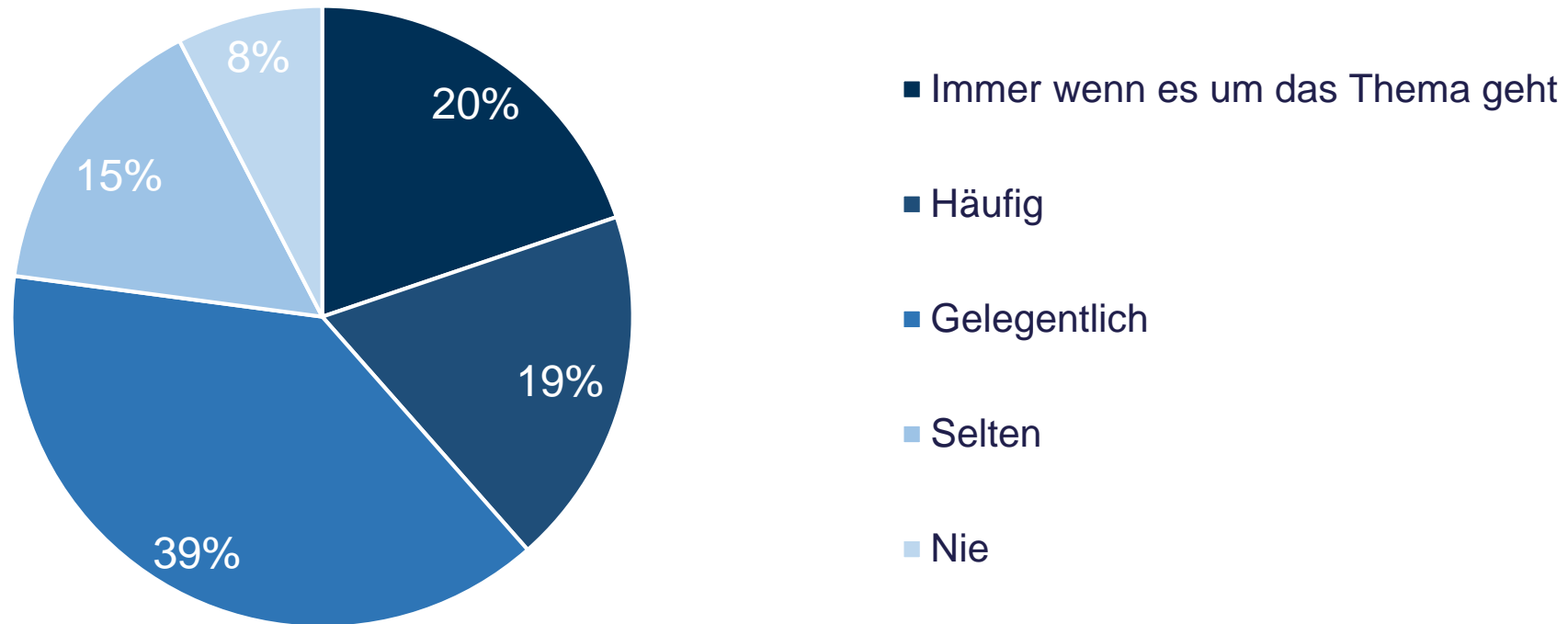
Basis: n = 2.985. Frage: „Warst Du schon einmal auf der Seite www.kreuzfahrten.de?“; n = 3.029, Frage: „Und hast Du schon einmal eine Kreuzfahrt auf www.kreuzfahrten.de gebucht?“ Hinweis. Von allen Befragten - also auch denen, die noch nicht auf der Website waren - haben 6,5% „mind. einmal auf www.kreuzfahrten.de gebucht.“

Schiffstester Matthias Morr

Drei Viertel seiner Nutzer sind selbst Micro-Influencer



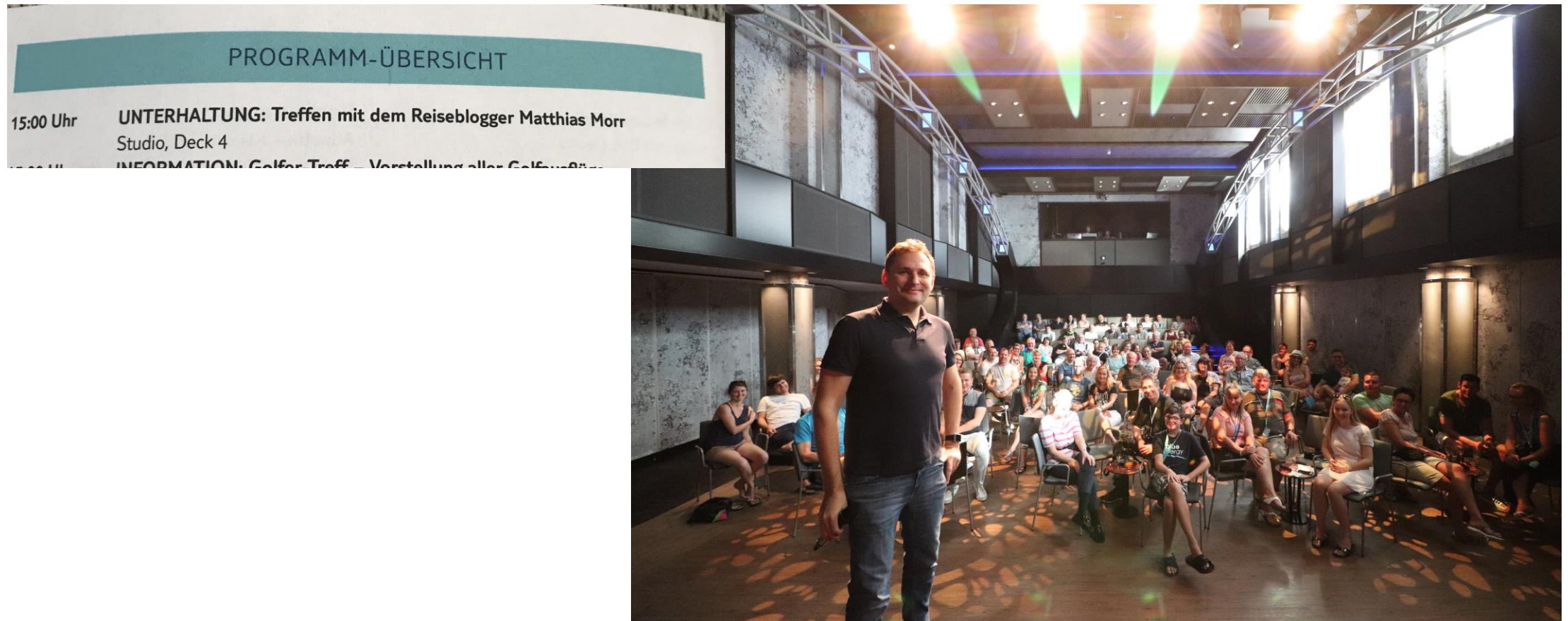
Meinungsführerschaft der Befragten in Bezug auf Kreuzfahrten



Quelle: Schiffstester-Befragung 2017. Basis: n = 3.039. Frage: „Wie oft wirst Du in Deinem Freundes- und Bekanntenkreis um Informationen und Ratschläge zum Thema Kreuzfahrten gebeten?“

Schiffstester Matthias Morr

Case: Aktivierung von Kreuzfahrern auch an Bord





Kompetent, vertrauenswürdig, unterhaltsam

Der Schiffstester im Urteil der Follower

Schiffstester Matthias Morr

überzeugt als vertrauenswürdiger, authentischer und unterhaltender Experte



journalistisch professionell

„Er ist vertrauenswürdig“ (94%)

„Er kritisiert und lobt die Schiffe und Angebote gleichermaßen“ (88%)

„Seine Videos sind professionell“ (83%)

Experte mit relevanten Infos

„Seine Aussagen haben im Kreuzfahrt-Bereich große Bedeutung“ (70%)

„Er ist wichtige Quelle, bevor ich eine Kreuzfahrt buche“ (68%)

„Bei ihm bekomme ich alle Infos, die ich suche bzw. benötige“ (68%)

auf Augenhöhe mit Nutzern

„Er ist authentisch“ (94%)

„Er ist humorvoll“ (83%)

„Er gibt mir das Gefühl, einer von uns zu sein“ (77%)

ansprech- und erreichbar

„Er geht gut auf Kommentare und Fragen seiner Follower ein“ (84%)

„Es ist leicht, mit ihm in Kontakt zu treten“ (72%)



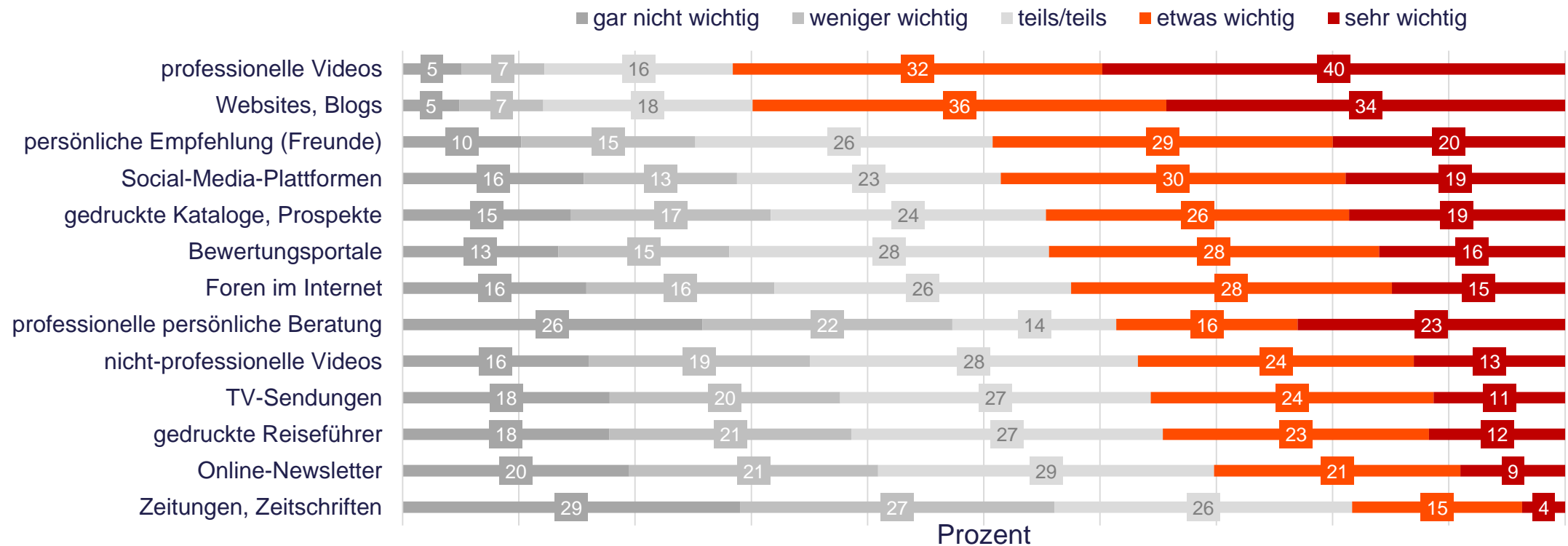
Quelle: Schiffstester-Befragung 2017 (Studiendesign in Anlage). Basis: n = mind. 1.600 (beim Item „Es ist leicht, mit ihm in Kontakt zu treten“ wegen vieler Weiß-nicht-Angaben. Sonst n = mind. 2.188). Frage: „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf den Schiffstester Matthias Morr zu?“, Top2-Nennungen; Auswahl; Faktorenanalyse

Schiffstester Matthias Morr

... und der digitale Wandel geht weiter



Wichtigkeit verschiedener Info-Angebote im Rahmen einer Kreuzfahrt-Buchung



Quelle: Schiffstester-Befragung 2017. Basis: n = mind. 2.768. Frage: „Wie wichtig sind Dir die verschiedenen Informationsangebote im Rahmen der Buchung einer Kreuzfahrt?“



- ✦ **Online-Video** ist eine **wichtiger werdende Informationsquelle** für eine wachsende Reise-Zielgruppe – sicher nicht nur die Kreuzfahrer bzw. Kreuzfahrtinteressierte.
- ✦ Influencer-Eigenschaften wie **Kompetenz, Unterhaltung und Kommunikation auf Augenhöhe** mit den Nutzen schaffen Vertrauen und führen zu hoher Reichweite und Interaktion auf Social-Media-Plattformen.
- ✦ Hypothese: **Influencer** wie der Schiffstester **übernehmen die Beratungsfunktion von Reisebüros**, indem sie die Entscheidungsfindung bis hin zur Buchung begleiten. Die Buchung übernehmen die Nutzer zumindest zum Teil selbst.



Vielen Dank.

Schiffstester Matthias Morr

Kontakt: Matthias Morr
matthias@schiffstester.de
+49 40 25 32 87 89

Dr. Lars Peters
mail@drlarspeters.de
+49 160 50 40 40 4

Schiffstester Matthias Morr

Studiendesign Schiffstester-Befragung 2017



Studienanlage

- ✘ Online-Befragung, Selbstausfüller, Dauer ca. 10 Minuten
- ✘ Aufruf-Video von Schiffstester Matthias Morr, veröffentlicht am 10. Juli 2017 um 13:30 Uhr im Youtube-Kanal von Schiffstester Matthias Morr sowie Verlinkung auf seiner Facebook-Seite
- ✘ Erhebungszeitraum: 10.07.17 bis 13.07.17 (Mitternacht)
- ✘ Incentive: 1x4 Plätze für eine Schiffsführung mit dem Schiffstester Matthias Morr während der Cruise Days Hamburg 2017
- ✘ 3.185 beendete Interviews, nach Datenbereinigung (u. a. Löschung von Mehrfachteilnahmen) 3.076 auswertbare Interviews
- ✘ Institut: Dr. Lars Peters Media Consulting

Fragestellungen

- ✘ Wie informieren sich Kreuzfahrt-Interessierte über das Thema und wie unterscheiden sich die Nutzer dabei nach Geschlecht, Alter, Einkommen und Kreuzfahrtaktivität?
- ✘ Wie wird professioneller Kreuzfahrt-Videocontent von unabhängigen Experten im Vergleich zu ähnlichen Inhalten der Reedereien bewertet?
- ✘ Welche Motive gibt es für die Nutzung von professionell produziertem Video-Content über Kreuzfahrten?
- ✘ Kann man im Kreuzfahrt-Bereich überhaupt von Influencern sprechen?
 - Wie regelmäßig ist die Nutzung von Influencer-Inhalten und wie stark die Bindung an ihn?
 - Welche Eigenschaften zeichnen einen erfolgreichen Video-Blogger in diesem Bereich aus?
 - Beeinflussen Persönlichkeiten wie der Schiffstester die Nutzer in ihrer Meinungsbildung, ihrem Surf- und womöglich auch dem Buchungsverhalten?
- ✘ Wie wird Werbung/Sponsoring im Umfeld von Influencer-Content bewertet?

Quelle: Schiffstester-Befragung 2017 (Studiendesign in Anlage)

DR LARS PETERS

MEDIA CONSULTING

MARKTFORSCHUNG

MODERATION

Uhlandstraße 36c
22087 Hamburg

T +49 40 22 947 880

M +49 160 50 40 404

mail@drlarspeters.de

WWW.DRLARSPETERS.DE