



# **VIRTUELLE INFLUENCER**

INFLUENCER MARKETING NEXT LEVEL

**BAUER ADVANCE**

# VON PIXELN UND PERSONEN: **DER UNTERSCHIED ZWISCHEN REALEN & VIRTUELLEN INFLUENCER**



## **REALE INFLUENCER:**

- **Menschlichkeit:** Sie sind echte Personen mit authentischen Lebenserfahrungen.
- **Flexibilität:** Können spontan und flexibel auf Ereignisse oder Trends reagieren.
- **Einzigartigkeit & Authentizität:** Reale Influencer besitzt eine einzigartige Persönlichkeit und Stil, was ihre Glaubwürdigkeit/Authentizität stärkt und zum USP macht.
- **Echte Emotionen:** Echte Menschen erleben authentische Emotionen inklusive echter Lebensherausforderungen (z.B. Krankheiten), die in der virtuellen Welt so nicht möglich sind.

Marketing-Effekt: Maximale Authentizität durch echtes Leben, echte Bedürfnisse und echte Cases



## **VIRTUELLE INFLUENCER:**

- **Erstellung:** Vollständig digital (mit Hilfe von Grafiksoftware und KI) erschaffe Charaktere, die optimal zu den Themen/Idealen Ihrer Marke passen.
- **Brand-Safety:** Ihr Verhalten, Aussehen und öffentliches Auftreten sind vollständig kontrollier- und planbar.
- **Brand-Werte:** Perfekte Verkörperung eines Markencharakters oder Meta-Themas. Virtuelle Influencer können in fiktive oder lebensnahe Welten eintauchen. Marken-Storytelling at it's best.
- **Verfügbarkeit:** Keine physischen oder zeitlichen Einschränkungen.
- **Wandelbarkeit:** Ihr Aussehen und ihre Persönlichkeit können leicht der Entwicklung der Markenwerte angepasst werden.

Marketing-Effekt: Erschaffung einer perfekten Fiktion durch Marken-Storytelling, User werden Fans von Charakteren und Lebenswelten



## SYNERGIE IM SPOTLIGHT: **WIE SICH REALE & VIRTUELLE INFLUENCER ERGANZEN**

- Virtuelle und reale Influencer können **erfolgreich gemeinsamen** innerhalb einer Kampagne eingesetzt werden
- Ihre Zusammenarbeit vereint **Realität/Authentizität** mit **Storytelling/Fiktion**
- KI-Technologie, besonders in Deutschland, steckt noch in den Kinderschuhen, was für Kunden eine große Chance sein kann, **Vorreiter** zu werden und **PR-Aufmerksamkeit** zu generieren.

Gemeinsam mit HitchOn sind wir der perfekte Wegbegleiter für den Einstieg in die Welt der virtuellen Influencer.

# VIRTUELLE INFLUENCER DER SUPERLATIVE

- Best Case BMW: Weltweite „Make it Real“ Digital- und Socialkampagne mit der virtuellen Influencerin **Lil Miquela**
- Mit 3,5 Millionen Follower auf TikTok und 2,7 Millionen auf Instagram ist Lil Miquela eine der **bekanntesten und reichweitenstärksten virtuellen Influencern** weltweit.

## VIRTUELLE INFLUENCER IN MOTION

- Highlight der Kampagne: Fast **dreimenütiger Kampagnenfilm**, der einen ungewöhnlich existenziellen Ton anschlägt: Die Zuschauenden können die virtuelle Avatardin dabei beobachten, wie sie mit dem BMW iX2 in die reale Welt einbricht, Menschen beobachtet, Städte erkundigt, Emotionen erlebt und sich Schritt für Schritt in die menschliche Existenz verliebt. Es steht bei dieser Story das **echte Leben im Fokus** und Lil Miquela erinnert uns daran, wie schön es sein kann, Mensch zu sein.
- Weitere Kampagnenbausteine: Statische Posts und Reels

Zum Kampagnenfilm: <https://www.youtube.com/watch?v=MXSaZQ2aAAc>



**BAUER ADVANCE**



# VIRTUELLE INFLUENCER: THINK SMART & INNOVATIVE

- Best Case IKEA (Japan): Kampagne mit der virtuellen Influencerin **Imma**
- Imma ist Japans erstes virtuelles Model, weltweit bekannt und begeistert 388.000 Follower auf Instagram.

## KREATIV UND VERBLÜFFEND

- Highlight der Kampagne: **Dreitägiger Livestream auf YouTube**, bei dem Zuschauer Imma dabei zusehen konnten, wie sie in der Ikea-Wohnung lebt.
- Besondere Merkmale: Die Produktion ist durch **smarte Hacks und eine technisch einfache Umsetzung** kostengünstig und auch für unsere Kunden realistisch.

Zum Kampagnenfilm:  
<https://www.youtube.com/watch?v=s586r8PMISk>

**BAUER ADVANCE**

# VIRTUELLE INFLUENCER: THINK EASY & INNOVATIVE

- Best Case Engelhart Arzneimittel: Nationale Kampagne für das Wundgel Tyrosur CareExpert mit der virtuellen Influencerin **Virtual Malive**
- Mit 5.000 Followern auf Instagram ist Malive eine der ersten **deutschen virtuellen Influencer**. Sie verkörpert eine junge, dynamische und modebegeisterte Figur, deren Charakter, dem eines echten Menschen nachempfunden ist. Malive macht vermeintliche optische Makel unperfekt perfekt, sie lebt ihre Einzigartigkeit und steht zu ihrer Individualität.

## GUT FINANZIERBAR FÜR JEDE BRANCHE

- Bestandteile der Kampagne: **Feed-Post** mit Gewinnspiel (7.000 Likes) und **Reel mit einer Video-Animation** (75.000 Aufrufe), jeweils als Collaboration Post abgesetzt
- Diese Kampagne ist schon **für kleines Geld** erfolgreich umsetzbar und zeigt, dass virtuelle Influencern auch für vermeintlich herausfordernde Themen aus dem Pharma-Bereich, **Aufmerksamkeit** generieren können.

Post: [www.instagram.com/p/CzJha3Bsbkd/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D](https://www.instagram.com/p/CzJha3Bsbkd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D), Reel: [www.instagram.com/reel/CzLgRUGMnaT/](https://www.instagram.com/reel/CzLgRUGMnaT/)



**BAUER ADVANCE**

# WIE INDIVIDUELL UND GROß SOLL ES WERDEN?



## EINFACHER EINSTIEG

mit bestehenden virtuellen Bild-Influencern\*

Analog realer Influencer, buchen wir bereits bestehende virtuelle Influencer.

Kosten: **Je nach Größe, Reichweite & Umfang**



## INDIVIDUELL & SMART

Entwicklung eines virtuellen Bild-Influencers\*

Es wird ein virtueller Bild-Influencer unter Berücksichtigung der Kundenwünsche entwickelt und erstellt.

Kosten Initialaufwand:  
**12.000 – 16.000 €**



## INDIVIDUELL & NEXT GENERATION

Entwicklung eines animierten virtuellen Influencers

Schaffung eines virtuellen Influencers, der sich durch Animation bewegt und in der echten Welt interagiert.

Kosten Initialaufwand:  
**Ermittlung nach Kundenbriefing**

\*Bild-Influencer können für klassische Bild Postings verwendet werden, sie bewegen sich nicht und eignen sich deshalb nicht für Bewegtbild.

# CROSSMEDIALE KAMPAGNE.. MIT DEM VIRTUELLEN INFLUENCER? IDEEN ZUR VERLÄNGERUNG



Native: Integration des virtuellen Influencers im Rahmen eines Branded Articles



Print: „Interview“ mit dem virtuellen Influencer inkl. QR-Code



Social: Einbindung des virtuellen Influencers innerhalb einer Social Kampagne bei Bauer via Collab oder Interview

Achtung: Jede Verlängerung bedarf einer rechtlichen Prüfung, Buyouts können anfallen. Bitte vor dem Angebot immer mit HitchOn absprechen!

**BAUER ADVANCE**

***BAUER ADVANCE***