

KEY TAKEAWAYS UND AUSBLICK

SOCIAL MEDIA, INFLUENCER- & CREATOR- MARKETING 2025/26

2026 wird zum Jahr der Integration: Social Media, Influencer- & Creator-Marketing, Media, Commerce und Unternehmen wachsen zu einem zusammenhängenden Wachstumsmodell. Für Unternehmen bedeutet das weniger Silodenken und mehr End-to-End-Steuerung.

www.luckyshareman.com

Von Output zu Impact: Aktuelle Entwicklungen im Social-, Influencer- & Creator-Marketing

Viele „Trend-Reports“ wirken austauschbar: reißerische Titel, alte Themen im neuen Gewand. Dieser Beitrag geht bewusst einen anderen Weg. Statt Buzzwords stehen die relevanten Entwicklungen im Fokus, die Unternehmen in den nächsten 12 bis 24 Monaten tatsächlich bewegen, ob strategisch, operativ und finanziell.

2026 wird zum Jahr der Integration: Social Media, Influencer- & Creator-Marketing, Media, Commerce und Unternehmen wachsen zu einem zusammenhängenden Wachstumsmodell. Für Unternehmen bedeutet das weniger Silodenken und mehr End-to-End-Steuerung.

Im Folgenden die wichtigsten Entwicklungen kompakt, strategisch, umsetzungsorientiert zusammengefasst.

1 Influencer:innen & Creator:innen als integrierter Bestandteil der Markenstrategie

Die Rolle der Influencer:innen bzw. Creator:innen entwickelt sich weiter. Sie werden zunehmend zu strategischen Businesspartner:innen für Marken, die entlang aller Funnel-Stufen Impact erzeugen.

Was das für Unternehmen bedeutet:

- **Weg von Einzelkampagnen, hin zu Portfolio-Strategien.** Marken professionalisieren ihre Influencer bzw. Creator-Zusammenarbeit: nicht unzählige Einzelkooperationen, sondern ein kuratiertes Portfolio mit klarer Rollenlogik.
- **Influencer:innen und Creator:innen als Brand Assets.** Sie wirken in Awareness, Consideration, Conversion und Loyalty und zunehmend auch in CRM und Retention.
- **Co-Innovator:innen statt reine Content-Lieferant:innen.** Influencer:innen und Creator:innen liefern frühzeitig Produkt-Insights, beeinflussen Positionierungen und sind wertvolle Testmärkte.
- **Langfristiger Brand Fit. Glaubwürdigkeit bleibt weiterhin das strategische Differenzierungsmerkmal.** Haltung, Konsistenz und Authentizität schlagen kurzfristige Reichweite.

Nutzen für Unternehmen: mehr Planbarkeit, höhere Effizienz in Media, stärkere Markenwerte, verbesserte Conversion-Pfade.

2 Social Commerce wird zum Umsatzmotor

Angetrieben durch TikTok Shop, Instagram Checkout und YouTube Shopping durchläuft Social Commerce 2025/2026 einen Professionalisierungsschub.

Was jetzt zählt:

- In-App-Checkout wird wichtiger denn je. Reibungslose, schnelle Kaufprozesse sind der größte Hebel im Funnel.
- Creator:innen werden zu „Retail Demand Drivern“. Sie ersetzen in vielen Kategorien klassische Produktpräsentationen.
- Messbarkeit erreicht ein neues Niveau.
- Affiliate 2.0, Promo-Code-Clustering und Retail-Attribution machen Social Commerce planbar.

Nutzen für Unternehmen: Social ist nicht nur Awareness- und Consideration-Kanal, sondern belastbarer Umsatztreiber.

3 Effizienz- und Performance-Druck wächst weiter

2026 steht stärker denn je im Zeichen von Effizienz und Vergleichbarkeit. Unternehmen erwarten belastbare Daten, klare Zieldefinitionen und kontinuierliche Optimierung. Damit Social Media, Influencer- und Creator-Marketing seinen Beitrag leisten kann, braucht es eine eindeutige Zielarchitektur und die richtigen KPIs – von Awareness bis Revenue sowie ein rollierendes, datenbasiertes Monitoring.

Was das konkret bedeutet:

- **Ziele & KPIs vorab definieren:** Ohne klare Zielbilder (z. B. Traffic, Conversion, Engagement-Qualität etc.) bleiben Aktivierungen nicht steuer- und vergleichbar.
- **Rollierende Auswertung & Optimierungs-Loops:** Kontinuierliche Performance-Checks ermöglichen schnelle Anpassungen von Influencer:innen und Creator:innen, Formaten und Budgets.
- **Always-on plus Peak-Kampagnen:** Zusätzlich zum Kampagnen-Flighting etablieren sich parallel integrierte, planbare Always-on-Setups, die kanalübergreifend wirken und zusätzliche Erkenntnisse liefern.

Nutzen für Unternehmen: konsistente Markenpräsenz, bessere Vergleichbarkeit von Kanälen, höhere Agilität durch kontinuierliches Lernen.

4 Creator:innen Content wird zur zentralen Content Engine

Creator:innen Content wird 2026 zum wichtigsten Performance-Hebel im Social Funnel – weit über Organic hinaus.

Warum?

- Schneller, kosteneffizienter und relevanter als klassische Produktionen
- Nutzbar für Paid, CRM, E-Commerce, Retail Media, HR und POS
- Höhere Relevanz durch Creator-Expertise und plattformnatives Storytelling
- Unternehmen professionalisieren zunehmend ihre Creator-Content-Pipelines und integrieren diese im gesamten Marketing-Mix.

Nutzen für Unternehmen: niedrigere Kosten pro Asset, höhere Ad-Relevanz, bessere Performance in Paid Social.

5 Plattform-Diversifizierung wird Pflicht

Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit wird härter. Jede Plattform übernimmt eine klarere Rolle im Medienmix, z.B.:

INSTAGRAM



Brand Building, Community, Social Proof

TIKTOK



Entertainment, Discovery, Commerce

YOUTUBE



Education, Experteninhalte & tiefe Produktvergleiche

TWITCH



Live-Interaktion, Community-Bindung, Longform-Storytelling

"One platform only" ist 2026 nicht mehr wettbewerbsfähig. Marken benötigen eine integrierte, differenzierte Plattformstrategie.

Nutzen für Unternehmen: geringere Abhängigkeiten, bessere Risikoabsicherung, breitere Zielgruppenansprache.

6 Governance wird wettbewerbsentscheidend

Regulatorik, Brand Safety und Trust nehmen massiv zu.

Worauf Unternehmen vorbereitet sein müssen:

- Strengere Kennzeichnungspflichten
- Jugendschutz und klare Richtlinien für sensible Branchen (Health, Finance, Kids)
- KI-Transparenz und Umgang mit synthetischem Content
- Aufbau oder Erweiterung eines Creator-Governance-Frameworks
- Markenwerte werden wichtiger als Reichweite und definieren zunehmend, mit welchen Influencer:innen & Creator:innen Marken überhaupt arbeiten.

Nutzen für Unternehmen: Risikoreduzierung, Reputationsschutz, professionellere Steuerungsmodelle.

7 KI wird zum Co-Piloten

KI beschleunigt Workflows. Sie unterstützt bei Research, Ideation, Text- und Varianten-Generierung, Asset-Produktion im Mid- und Lower Funnel und Performance-Optimierung und Testing. Risiko: Deepfakes und manipulierter Content benötigen neue Safety-Frameworks.

Synthetische Influencer:innen bleiben ein Nischenthema. Der Kern des Influencer- und Creator-Marketings wird auch weiterhin von glaubwürdigen, menschlichen Influencer:innen und Creator:innen getragen. Sie schaffen Relevanz, Vertrauen und echte Anschlussfähigkeit entlang aller Funnel-Stufen.

Nutzen für Unternehmen: Effizienzgewinne in Prozessen, aber ohne Verlust an Authentizität durch reale Influencer:innen & Creator:innen in der Zusammenarbeit.

Zum Schluss – Was die Key Takeaways für 2026 bedeuten

2026 wird das Jahr der Integration. Social Media, Influencer- & Creator-Marketing verschmelzen mit Media, Commerce und CRM zu einem durchgängigen Wachstumsmodell. Unternehmen, die bereits aktiv im Influencer- & Creator-Marketing sind, werden 2026 ihren Fokus verschieben: von Output zu Impact. Von Reichweite zu Wirkung. Von Content zu Commerce. Von Einmalaktionen zu Portfolio-Strategien.

Unternehmen, die frühzeitig integrierte Systeme, Influencer- & Creator-Portfolios und Social-Commerce-Mechaniken aufbauen, sichern sich echte Wettbewerbsvorteile – nicht nur für 2026, sondern nachhaltig.

WIR SIND LUCKY

EXPERT:INNEN IM SOCIAL MEDIA UND INFLUENCER-MARKETING

Gegründet 2015 in Hamburg gehören wir deutschlandweit zu den führenden Expert:innen im Social-Media- und Influencer-Marketing. Mit unserer langjährigen Erfahrung und Expertise ist es unsere Mission, Marken über alle sozialen Plattformen direkt mit ihrer Zielgruppe zu verbinden. Unsere Transparenz, Effektivität und Unabhängigkeit machen uns dabei zum verlässlichen Partner für Unternehmen und Agenturen. Seit April 2025 sind wir Teil der ManyMinds Group, einer Gruppe von Agenturen, die sich auf Social Performance spezialisiert hat.



10
JAHRE
EXPERTISE



**LUCKY
OFFICE**



+300
ZUFRIEDENE
KUND:INNEN



+3.000
ERFOLGREICHE
KAMPAGNEN

STRATEGIE & KONZEPTION



Entwicklung nachhaltiger Social-Media-Strategien – kreativ, datenbasiert und mit klarem Fokus auf Wirkung.

SOCIAL-MEDIA-MANAGEMENT



Planung, Erstellung und Umsetzung von Social-Media-Inhalten zur Steigerung der Sichtbarkeit, Engagement und Ergebnisse.

INFLUENCER- & CREATOR-MARKETING



Full-Service für eine authentische Produktplatzierung und Stärkung der Marke.

CONTENT CREATION



Erstellung kreativer, zielgruppenrelevanter Inhalte (Fotos, Videos, Texte), die auf die Markenidentität zugeschnitten sind.

PERFORMANCE ADVERTISING



Zielgerichtete Performance-Maßnahmen auf allen Social-Media-Plattformen zur Maximierung relevanter KPIs.

TECHNOLOGIE UND DATEN



Einsatz modernster Social-Media-Tools und fortschrittlicher Datenanalyse zur Optimierung von Social-Media- und Influencer:innen-Kampagnen und zur Messung des Return on Investments (ROI).



Peek Cloppenburg



Bundesagentur für Arbeit



Scalable Capital

BRITA



**JETZT UNVERBINDLICH MIT
KATHARINA UND JEAN-PAUL
AUSTAUSCHEN**



**DU HAST LUST NOCH MEHR
ÜBER UNS ZU ERFAHREN?
MELDE DICH!**

luckyshareman.com

OFFICE

Lucky Shareman GmbH
Völckersstraße 14-20
22765 Hamburg

E-MAIL

info@luckyshareman.com

SOCIAL MEDIA

