

Beruf: Reisebloggerin, Instagrammerin, Fotografin und vieles mehr.

„Man ist sein eigenes Medium.“

*Alexandra Bröckl
im Gespräch mit*

Marion Vicenta Payr

Blog: [THETRAVELBLOG.at](https://thetravelblog.at)

Instagram: [@ladyvenom](https://www.instagram.com/ladyvenom)



Marion Vicenta Payr ist als @ladyvenom seit 2011 auf Instagram aktiv und betreibt den Reiseblog THETRAVELBLOG.at. Mit rund 270.000 Followern und einer breiten Leser/innenschaft ist die Instagrammerin, Bloggerin, Fotografin aber noch einiges mehr: seit 2016 lebt sie von ihren Reiseberichten, produziert Fotos und Content für ihre eigenen Kanäle sowie für Unternehmen, Destinationen und Medien und hält Workshops oder berät in Social-Media-Fragen. Für den **NEWSletter Berufsinformation** spricht sie über ihr Berufsleben, ihren Werdegang, warum sie sich im Social-Media-Business lieber auf mehrere Standbeine verlässt und welche Trends sie für die Berufe Blogger/in bzw. Instagrammer/in sieht.

NEWSletter Berufsinformation: Frau Payr, wie würden Sie Ihren Beruf bezeichnen?

Marion Vicenta Payr: Grundsätzlich habe ich das Berufsfotografengewerbe, denn ich bin auch Reisefotografin. Aber letztlich bin ich Reisebloggerin. Ich fotografiere auch für Unternehmen, sei es für Social-Media aber auch für Printprodukte und das ist dann nicht nur Reise-, sondern auch Produktfotografie z. B. Auto-Modelle für Autounternehmen.

NEWSletter Berufsinformation: Sind Sie damit einverstanden, wenn Sie jemand als Influencerin bezeichnet?

Marion Vicenta Payr: Eher nicht, da es in den Medien oft negativ dargestellt wird. Also nicht als jemand, der Fotos und Texte zur Verfügung stellt und Leute inspiriert, sondern als jemand, der Menschen beeinflusst.

NEWSletter Berufsinformation: Wenn wir den Fokus auf das Bloggen und auf Instagram legen, können Sie einen typischen Arbeitstag beschreiben? Gibt es das überhaupt?

Marion Vicenta Payr: Es gibt einen bestimmten Rhythmus: erst kommt die Vorbereitung und Planung, dann die Reise an sich und danach das Aufarbeiten und die Produktion des Blog-Posts, die Bearbeitung der Fotos usw. Es ist eine 50/50-Mischung aus Unterwegssein und Bürozeiten.



NEWSletter Berufsinformation: Wie sieht dann ein typischer Auftrag oder eine Kooperation aus?

Marion Vicenta Payr: Ich versuche im Vorfeld ein möglichst klares Bild von den Bedürfnissen der Kunden zu bekommen: was stellt sich der Kunde vor, welche Kanäle sollen bedient werden, wer ist die Zielgruppe, wen will er überhaupt erreichen, wie hoch ist das Budget. Das ist viel Abstimmungsaufwand und nicht immer einfach, da oft Agenturen dazwischen geschaltet sind.

NEWSletter Berufsinformation: Kommen auch Anfragen wie: Wir interessieren uns für die vielen Follower, die Sie als @ladyvenom haben, machen Sie einfach Werbung für unser Produkt und wir zahlen.

Marion Vicenta Payr: Sowas kommt natürlich vor, das ist allerdings nicht besonders professionell. Bei professionellen Anfragen hat sich jemand wirklich mit meiner Zielgruppe und meinen Inhalten beschäftigt. Z. B. „Wir sind Destination XY und wir haben nächstes Jahr im April einen Schwerpunkt zum Thema

Nebensaison, wir würden gerne mit Ihnen zusammenarbeiten. Ist das terminlich möglich? Welche Themen würden Sie interessieren?“ Die Anfragen sind im besten Fall möglichst konkret, aber offen genug, sodass ich noch Einfluss nehmen kann. Inhaltliche und terminliche Gestaltungsmöglichkeit ist das Wunschscenario, das spart auch wertvolle Zeit.

NEWSletter Berufsinformation: *Sie überlegen sich also lieber selbst, wie die Zusammenarbeit aussehen könnte?*

Marion Vicenta Payr: Das wäre der Best Case. So kann ich mir überlegen, wie das zu mir und zu meiner Zielgruppe passt, wie ich das in eine gute Geschichte verpacken kann und dann komme ich mit einem kurzen Konzept und einem Angebot auf die Kunden zurück.

NEWSletter Berufsinformation: *Wenn das Angebot angenommen wird, wie geht's weiter?*

Marion Vicenta Payr: Dann wird noch geklärt, ob der Kunde einen Teil der Reiseorganisation übernimmt oder ich auch etwas organisiere und es wird eine schriftliche Leistungsvereinbarung getroffen. Dann kommt die Reise. Das ist meist ein sehr dichtes Programm, da die Destination möglichst viel von ihrem Angebot zeigen möchte. Ich produziere Fotos und sammle Inhalte. Es ist sehr schön, ich sehe sehr viel von der Welt, was ich sonst vielleicht nicht gesehen hätte – aber eben in einem anderen Rhythmus als normal Reisende.

NEWSletter Berufsinformation: *Wie sieht das dann im Detail aus?*

Marion Vicenta Payr: Zunächst geht es um die Reisevorbereitung und -planung. Je nach Projekt und Kooperation organisiere ich alles selbst oder bekomme Unterstützung von den Partnern, mit denen ich arbeite. Die Vor-

bereitung ist immer aufwändig. In der Vorbereitungszeit kann auch klassische Reiseorganisation gefragt sein, z. B. Flüge buchen. Manche Reisen plane ich bereits Monate im Voraus. Und selbst wenn ich mit einer Destination kooperiere, die mir das Programm für den Aufenthalt zusammenstellt, muss ich es natürlich gegenchecken und gegebenenfalls nach meinen Wünschen adaptieren. Bei anderen Projekten ist wiederum die Nachbereitungszeit sehr groß, vor allem wenn ich sehr viele Fotos gemacht habe. Auf der Reise macht man vor allem Recherchearbeit. Man ist nicht im Urlaub, sondern produziert und fotografiert den ganzen Tag. Je nach Programm, mache ich zwischen 2.000 und 5.000 Fotos am Tag.



Die Reisedauer ist immer relativ kurz und ich versuche, so viele Informationen wie möglich einzuholen. Man hat viele Termine, z. B. bei lokalen Produzenten und bei Restaurants. Ich muss oft jede Nacht die Unterkunft wechseln weil die Destinationen mir mehrere Hotels zeigen wollen. Am Ende des Tages wird dann im Hotelzimmer der Tag aufgearbeitet, die Daten gesichert, die Fotos bearbeitet, E-Mails beantwortet, Kamera-Akkus geladen usw. Am nächsten Tag geht es weiter und das meistens sehr früh zu Sonnenaufgang, denn da gibt es das beste Licht zum Fotografieren. Die Tage sind lang und intensiv. Deshalb ist es wichtig, dass man danach Ruhezeit einplant, zu Hause sein wird zum Urlaub.

NEWSletter Berufsinformation: Was kommt am Ende des Auftrags, also nachdem Sie den Content entweder in den Medien Ihrer Auftraggeber/innen und/oder in den eigenen Kanälen abgeliefert haben?

Marion Vicenta Payr: Dann kommt das Reporting. Das ist dann oft ein Kompendium von hunderten Screenshots von allem, was ich so gepostet habe: von Screenshots der Instagram-Statistiken, Reichweite-Zahlen und Daten von Google-Analytics, was den Blog betrifft, sowie Facebook-Statistiken etc.

NEWSletter Berufsinformation: Was sind Ihre wichtigsten Arbeitsmittel?

Marion Vicenta Payr: Ich habe eine professionelle Kamera, da ich mittlerweile auch Bilder an Print-Medien verkaufe. Ansonsten bin ich recht schlank aufgestellt. Ich arbeite zu Hause und habe dort einen iMac, für unterwegs ein MacBook und die Adobe Creative Cloud mit den wichtigsten Programmen (Photoshop, InDesign, Lightroom). Für die Reisen sind extra Akkus, Festplatten und Speicherkarten wichtig. Und das Smartphone natürlich, das ist die Basis von allem.

NEWSletter Berufsinformation: Gibt's sowas wie fixe oder regelmäßige Arbeitszeiten?

Marion Vicenta Payr: Das ist eine persönliche Sache. Es gibt durchaus Blogger, die sich ein Büro anmieten, in das sie zu normalen Arbeitszeiten gehen, und anschließend ihren Feierabend genießen. Ich liebe meine Freiheit und mag keine fixen Arbeitszeiten. So lange es Internet gibt, kann ich von überall aus arbeiten.

NEWSletter Berufsinformation: Wenn Sie zu einer Reise eingeladen werden, ist die Reise dann schon für Sie organisiert?

Marion Vicenta Payr: Das kommt darauf an, wie man es sich einrichtet. Es gibt die Möglichkeit, klassische Presse-Reisen zu machen. Das sind meistens Gruppen-Reisen, auf die man eingeladen wird und wo wirklich alles von A bis Z organisiert ist. Ich mache lieber Individual-Reisen, weil ich da die Inhalte produzieren kann, die mir mehr liegen und ich es in meinem eigenen Rhythmus machen kann.



NEWSletter Berufsinformation: Wie kann man sich so eine Presse-Reise vorstellen?

Marion Vicenta Payr: Manchmal werden Blogger mit Journalisten gemischt, es gibt aber auch dezidierte Blogger-Reisen. Die PR-Agenturen haben schon erkannt, dass es besser ist, das zu trennen, da die Bedürfnisse unterschiedlich sind. Journalisten machen in den meisten Fällen keine Fotos, sondern bekommen sie von der Destination oder bringen eigene Fotografen mit, die sich aber aus dem Programm ausklinken und selbst fotografieren gehen. Bei Bloggern ist das anders. Wir brauchen Zeit, um die Fotos zu produzieren und haben somit andere Bedürfnisse als Journalisten.

NEWSletter Berufsinformation: Würden Sie Ihre Tätigkeit vom klassischen Reise-journalismus abgrenzen? Und wenn ja, wie?

Marion Vicenta Payr: Es gehört einfach mehr dazu. Man ist nicht der klassische Journalist, sondern mehrere Berufe in Personalunion. Am Ende ist man sein eigenes Medium, sein eigener Anzeigenverkäufer, Fotoredakteur und Chefredakteur. Auf meinem Instagram-Account oder meinem Blog stehen mein eigener Name und meine eigenen Fotos dabei, ich stehe mit meiner Person hinter den Inhalten und das ist beim klassischen Journalismus nicht immer so. Kooperationen mit Partnern sind der Grundpfeiler, wenn es um Umsatzgenerierung bzw. ein Einkommen geht. Das ist auch ein großer Unterschied zum Journalismus. Man ist nicht angestellt oder hat von vornherein schon fixe Abnehmer für die Inhalte, sondern muss schauen, wie man seine Inhalte vermarktet und da gehört letztlich dazu, Kooperationen anzubahnen und Verträge zu schließen.

NEWSletter Berufsinformation: Werden Sie meistens zu einer Reise eingeladen, wie bei einer Presse-Reise, oder gibt's ein Honorar?

Marion Vicenta Payr: Die Unternehmen lernen erst, wie man mit Bloggern umzugehen hat, im Gegensatz zur schon Jahrzehnte gelernten Pressearbeit. Es entsteht auch langsam ein Verständnis dafür, dass Honorare gezahlt werden. Das wird dann ganz unterschiedlich gestaltet, etwa im Rahmen von Tagessätzen oder Pauschalvereinbarungen. Es gibt viele Möglichkeiten: man kann als Blogger auf dem eigenen Kanal berichten und/oder direkt für die Destination oder das Hotel produzieren und dann Foto-Rechte für dessen Website oder Social-Media-Kanäle verkaufen.

NEWSletter Berufsinformation: Sie haben auch mit Reiseagenturen Kooperationen. Ist das so ein Fall, wo Sie für Partner/innen Content produzieren?

Marion Vicenta Payr: Ja, genau. Ich bin z. B. Gastblogger von TUI und liefere regelmäßig Inhalte für ihre Seite.



NEWSletter Berufsinformation: Wie kommen Sie zu Ihren Aufträgen? Haben Sie da ein Netzwerk aufgebaut und kommt es vor, dass KundInnen Sie ganz unabhängig davon kontaktieren?

Marion Vicenta Payr: Es kommt immer wieder vor, dass mir Leute einfach schreiben und ich gar nicht genau weiß, wo sie mich gefunden haben. Ich bin auch bei mehreren Blogger-Agenturen unter Vertrag und dort gelistet, darüber bekomme ich also auch immer wieder Aufträge. Damit kann man seine Fühler ausstrecken und das Netzwerk ausbauen, um davon leben zu können. Ich habe keine Exklusiv-Verträge und bin bei mehreren Agenturen. Es gibt ja weltweit sehr viele Influencer- und PR-Agenturen und da ich in einigen solchen Datenbanken gelistet bin, kommen ab und zu PR-Agenturen auf diesem Weg auf mich zu. Die Blogger-Agentur bekommt dann einen Teil des Honorars oder des Jahresumsatzes der abgewickelten Aufträge. Auch die Agenturen, die mich kontaktieren, sind sehr unterschiedlich aufgestellt, mal ist es eine Multimedia-Agentur, dann eine Werbeagentur.

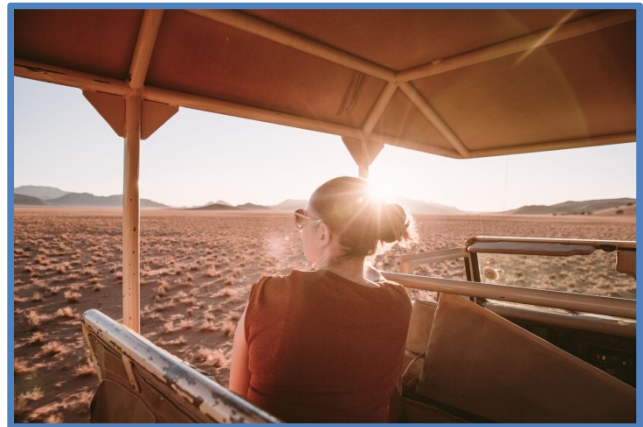
NEWSletter Berufsinformation: Wenn Sie zurückschauen, Sie haben ja 2011 mit Instagram begonnen, wie ist Ihr Online-Werdegang? Wie sind Sie z. B. zu dieser großen Anzahl an Followern¹ gekommen, die Sie jetzt auf Instagram haben?

Marion Vicenta Payr: Die Anmeldung auf Instagram war 2011 einfach als Spaß an der Freude gedacht. Ich hatte damals einen Vollzeit-Job im Marketing, war aber auf Instagram sehr aktiv und hatte 2012 dann bereits ein paar Hundert Follower. Es war ein Hobby, das ich sehr ernst genommen habe [lacht]. Und in diesem Jahr gab es auf Instagram eine „Suggested User List“². Das gibt es heute in dieser Form nicht mehr und hat damals dazu geführt, dass ich jedem, der sich neu auf Instagram angemeldet hat, vorgeschlagen wurde. Und so habe ich innerhalb einer Nacht 3.000 neue Follower dazubekommen. Das war eigentlich der Kick-Start für meine Karriere. Ich war rund zwei Jahre auf dieser Liste, was dazu geführt hat, dass ich eine große Follower-Zahl bekommen habe. 2013 hat mich dann eine Agentur aus England kontaktiert, ob ich für sie eine Instagram-Kampagne machen möchte. Da bin ich das erste Mal überhaupt auf die Idee gekommen, dass ich damit Geld verdienen könnte.

NEWSletter Berufsinformation: Durch Instagram waren Sie ja schon mit dem Medium Fotografie vertraut. Wann und warum haben Sie sich entschieden auch einen Blog zu betreiben, wo Sie ja auch Texte schreiben?

Marion Vicenta Payr: Die Affinität zur Fotografie hat sich mit Instagram entwickelt. Es hat dann noch drei Jahre gedauert, bis ich mich komplett in die Selbständigkeit gewagt habe. Zu dem Zeitpunkt gab es sehr viel

Diskussion über Einbrüche und sinkende Reichweiten bei Instagram und dass man sich einfach nicht darauf verlassen kann. Das war für mich der Auslöser, mich nach etwas Unabhängigen umzuschauen. Ich wollte etwas, was mir gehört, was ich unter Kontrolle habe, wo ich nicht irgendeinen Algorithmus unterworfen bin, die sich täglich ändern können. Außerdem hat es natürlich auch den Mehrwert, dass ich die Inhalte, die ich auf Instagram nur in kurzen Anekdoten und mit einem Foto erzählen konnte, am Blog viel besser vermitteln kann.



NEWSletter Berufsinformation: Muss man also immer damit rechnen, dass sich in diesem Bereich viel verändern kann?

Marion Vicenta Payr: Absolut. Gerade im letzten Jahr hat etwa Youtube sehr viel umgestellt. Plötzlich haben viele Youtuber, die zuvor sehr gut über das Werbenetzwerk verdient haben, einen Gutteil ihres Einkommens verloren, da Youtube entschieden hat, dass ein Teil ihres Contents nicht mehr für das Werbenetzwerk zulässig ist. Damit hatten viele, von einem Tag auf den anderen und ohne Vorwarnung, teilweise Umsatzeinbrüche um die 50 bis 60 Prozent. Das ist das Risiko, wenn man sich nur auf einen Kanal konzentriert.

¹ rund 270.000, Stand 07/2018, Anm.

² Liste mit vorgeschlagenen Usern

NEWSletter Berufsinformation: *Gibt's noch weitere Trends, die Sie aktuell beobachten?*

Marion Vicenta Payr: Der Trend zu Videos ist sicher nicht mehr wegzudenken und man sollte sich als Blogger überlegen, wie man Videos produzieren kann und dann auf jeden Fall vertikale Formate (Hochformat) bedienen wie IGTV, Instagram-Stories etc. Auch gibt es einen Trend zur Professionalisierung der Branche und es werden auch nur jene Player überleben, die professionell arbeiten, die im Vorfeld gute Vereinbarungen treffen und sich auch an diese halten, die am Ende eines Projekts oder einer Zusammenarbeit die Reports liefern etc. Das ist aktuell nicht immer selbstverständlich.

NEWSletter Berufsinformation: *Wie lernt man was man braucht, in einem Berufsfeld, das noch in den Kinderschuhen steckt?*

Marion Vicenta Payr: Wenn man so lange auf Instagram ist wie ich, hat man natürlich seine informellen Netzwerke. Dann kennt man Instagrammer auf der ganzen Welt mit denen man sich austauschen kann, aber es gibt keinerlei formalisierte Ausbildungen oder Netzwerke. Mittlerweile gibt es zumindest einige Blogger-Konferenzen zu dem Thema, die Workshops anbieten, sowohl international als auch in Österreich. Hier kann man sich z. B. als Instagrammer Know-how über andere Plattformen aneignen, etwa einen Pinterest- oder einen Wordpress-Workshop besuchen oder lernen, wie man einen Media Kit erstellt. Es gibt langsam immer mehr Angebot, wo man sich gerade auch als junger Blogger informieren kann.

NEWSletter Berufsinformation: *Sie waren vor Ihrer Tätigkeit als Instagrammerin und Bloggerin im Marketing tätig. Hat Sie die Ausbildung gut darauf vorbereitet?*

Marion Vicenta Payr: Ich habe Journalismus und Medienmanagement studiert. Die Ausbildung und die Arbeitserfahrung im Marketing von Medienunternehmen haben mir gezeigt, wie diese funktionieren. Ich habe immer beide Seiten verstanden, sowohl die Bedürfnisse der Anzeigenkunden (meiner Kooperationspartner) als auch der Leser. Das gleiche Dilemma, das man als normales Medienunternehmen, aber eben auch als Blogger hat, ist, dass man zwei Kunden hat, die mitunter unterschiedliche Interessen haben können.



NEWSletter Berufsinformation: *Wäre das also ein guter Ausbildungsweg? Oder geht es auch ohne?*

Marion Vicenta Payr: Es ist nicht notwendig, aber es hat mir sehr geholfen. Vor allem dabei, ein professionelleres Verständnis für den Beruf zu entwickeln. Das ist auch der Grund warum aktuell so viel Kritik an dem Business in den Medien laut wird, weil es sehr viele, vor allem junge Menschen machen, die kein Verständnis dafür haben, wie Medienunternehmen funktionieren, wie Budgets zustande kommen, wie in Marketingabteilungen gearbeitet wird.

NEWSletter Berufsinformation: Sie üben Ihren Beruf selbständig aus. Gibt es auch die Möglichkeit, als Blogger/in oder Instagrammer/in in einem Angestellten-verhältnis tätig zu sein?

Marion Vicenta Payr: Es gibt immer mehr Blogger, die ihrem Einzelunternehmen-Dasein entwachsen und sich Teams zusammensetzen. Es ist bestimmt ein Trend, dass sich Blogger Hilfe suchen, teils im Management aber auch in der Content-Produktion, weil z. B. ein persönlicher Blog zu einem Magazin ausgebaut wird und dafür werden dann Redakteure gesucht, die für den Blog schreiben oder fotografieren.

NEWSletter Berufsinformation: Welche Weiterentwicklungs- oder Zukunftsaussichten sehen Sie in diesem Beruf?

Marion Vicenta Payr: Das ist sehr schwer abschätzbar, da unklar ist, welche Kanäle in welcher Form aktiv und relevant bleiben. Nur weil Instagram jetzt gerade ein wichtiger Kanal ist, heißt das nicht, dass es in fünf Jahren auch noch so ist. Es herrscht einiges an Unsicherheit und es gibt viele Faktoren, die wir nicht beeinflussen können. Deshalb war es mir immer wichtig, dass ich mich auf mehreren Pfeilern aufstelle, also nicht nur auf Instagram oder auf meinen Blog. Bei mir persönlich entwickelt es sich gerade in Richtung Agenturleistung, z. B. Social-Media-Beratungen für Unternehmen oder Social-Media-Workshops. Ich produziere auch Content für Unternehmen, wo ich gar nicht als @ladyvenom auftrete, sondern ich erstelle Content, den ich zur Verwendung lizensiere. Mit diesen verschiedenen Bausteinen denke ich, dass ich für die Zukunft abgesichert bin, wenn etwa Instagram nicht mehr relevant sein sollte und nur noch Plattformen wie Musical.ly oder Snapchat zählen, wo ich nicht bin.

NEWSletter Berufsinformation: Ihre Empfehlung also: sich verschiedene Standbeine aufbauen?

Marion Vicenta Payr: Das ist auf jeden Fall sinnvoll und gilt sowieso generell für die Selbständigkeit. Es ist gut, nicht nur einen Kunden zu haben und nicht nur eine Sache anzubieten, sondern sich ein breiteres Portfolio aufzubauen.



NEWSletter Berufsinformation: Verspüren Sie auch manchmal Druck, immer online zu sein, regelmäßig Response und Content zu liefern?

Marion Vicenta Payr: Das ist sicher etwas, das sich durch das Blogger-Leben durchzieht. Man hat Phasen, wo man sich unter Druck setzt, weil die Follower- oder Besucherzahlen nicht nach oben gehen und dann gibt es wieder Momente, wo man diesem Druck, immer mehr zu liefern, entsagt. Ich bin mittlerweile in einem Modus, wo ich auch länger mal nichts poste und versuche, nicht zu viel Druck aufkommen zu lassen. Aber das liegt auch daran, dass ich nicht nur von meinem Blog lebe. Wenn man nur von einem Blog lebt, dann ist dieser Druck viel höher.

NEWSletter Berufsinformation: Oft wird einem vermittelt, dass sich Influencer vor Angeboten und Produkten gar nicht halten können, frei nach der Logik „Geld für Foto“. Ist das bei Ihnen auch so?

Marion Vicenta Payr: So war es in den letzten 3 bis 4 Jahren. Die Unternehmen haben aber langsam erkannt, dass das nicht so zielführend ist. Es hängt auch hier wieder von der Zielgruppe ab. Bei mir versuchen sie es gar nicht mehr, weil sie wissen, dass das nicht zu meiner Zielgruppe passt und ich auch nichts machen würde, wenn man mir z. B. eine Sonnenmilch zuschickt. Da muss man schon ein Konzept haben. Samplings³ finden schon statt, vor allem bei Beauty-Bloggern. Da bin ich eher die Ausnahme.

NEWSletter Berufsinformation: *Gibt's bestimmte Social Skills oder Fachliche Kompetenzen, die für diese Tätigkeiten wichtig sind?*

Marion Vicenta Payr: Das Schöne ist, dass es ein sehr vielfältiger Beruf ist. Gerade was Social Skills betrifft, gibt es extrem unterschiedliche Blogger. Es gibt Leute, die sind sehr öffentlichkeitsscheu, halten sich persönlich im Hintergrund und lassen ihre Inhalte sprechen und man weiß gar nicht so recht wer sie sind. Und dann gibt's andere, die extrem gerne Einblicke in ihr Privatleben geben, die gerne auf der Bühne stehen oder vor der Kamera sprechen. Es ist schön, dass mittlerweile jeder Topf einen Deckel findet und dass es gar nicht so wichtig ist, ob man ein bestimmtes Bild erfüllt. Wenn man seine Nische findet, z. B. als Vollzeit-Mutter-Bloggerin oder Golf-Youtuber, dann kann man das auch zu seinem Beruf machen. Natürlich, wenn man sich jetzt die weltweit erfolgreichsten Youtuber anschaut, das sind schon sehr offene Persönlichkeiten, die gerne vor der Kamera stehen und sich präsentieren. Damit spricht man immer mehr Leute an. Je mehr man von sich persönlich hergibt, desto mehr Resonanz findet man. Aber man muss nicht, und das finde ich angenehm.

NEWSletter Berufsinformation: *Man sollte sich also bewusst sein: wenn man sein Influencer-Konzept auf seiner eigenen Person aufbaut, kann es schon sehr persönlich werden?*

Marion Vicenta Payr: Kann, muss aber nicht. Bei mir ist es so, dass ich in meinem Auftritt nicht sehr präsent bin. Ich bin selten in den Fotos und spreche auch bei den Instagram-Stories nicht mit der Kamera. Ich muss nicht so viel von meinem Privatleben preisgeben, da meine Zielgruppe das nicht interessiert. Die interessiert die Reise.

NEWSletter Berufsinformation: *Was würden Sie Personen mitgeben, die sich für Ihren Beruf interessieren?*

Marion Vicenta Payr: Das Wichtigste ist, die eigene Stimme zu finden, wer man ist, wofür man steht, dass man das wie eine Marke betrachtet, die man aufbaut. Am Anfang, wenn man gerade loslegt, ist es natürlich verlockend, die vielen Kooperationsanfragen anzunehmen, auch wenn sie vielleicht nicht zu hundert Prozent passen. Das funktioniert aber nicht nachhaltig. Das ist sicher eines der wichtigsten Dinge, dass man sich überlegt, wen man erreichen will, was man macht und was nicht, dass man sich strategisch Gedanken macht und Ziele – vielleicht sogar mit sinnstiftendem Inhalt – für sich selbst festlegt.

Vielen Dank für das Gespräch

³ Von engl. Sample: Warenprobe, Muster