

---

## Diese Influencerinnen sind 2HOT2PAY

09.03.2020, 09:33 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: 2HOT2PAY

Presseagentur: 2HOT2PAY

---



2HOT2PAY App Preview

Über die 2HOT2PAY App erhalten Unternehmen die Chance, mit wenig Aufwand unvergleichlich authentische und überaus effektive Fürsprecherinnen zu gewinnen.

-----

Social Media und Influencer sind heute in allen Business-Bereichen höchst wichtige Marketing-Kanäle. Insbesondere Unternehmen, die sich vorwiegend an ein jüngeres Publikum wenden, bei denen Faktoren, wie "Society", "Trends" und "Lifestyle", im Mittelpunkt der Geschäftsausrichtung stehen, dürfen eine hinreichende Darstellung auf Facebook, Instagram, Snapchat und Co. keinesfalls versäumen.

Die Düsseldorfer Firma 2H2P UG bietet diesbezüglich eine ganz besonders pfiffige und dabei potenziell höchst zielführende Lösung. Mit ihrer Dienstleistung bzw. der 2HOT2PAY App für iOS und Android spricht das Startup junge, trendbewusste, fashionorientierte und entdeckungslustige Frauen an. Jenen wird die Möglichkeit geboten, Influencer für Locations, Events oder Webangebote in ihrer näheren Umgebung zu werden. Der Clou: Die Frauen können in einem großen Portfolio an lifestyle- und trendorientierten Angeboten, sprich Restaurants, Bars, Fitnessstudios, Beauty-Salons oder exklusiven Partys und mehr, wählen. Sie erhalten dort zum Beispiel verschiedene Gratisleistungen, Vergünstigungen oder einen festen Eintrag in der Gästeliste. Entsprechende Orte, Veranstalter, Betreiber etc. bekommen von den Frauen im Gegenzug Erwähnungen in sozialen Netzwerken. "Diese App hat das Zeug, das trendspezifische Influencer-Marketing zu revolutionieren - hier profitieren Unternehmen von sehr viel authentischeren und zielgruppengenaueeren Anreizen, als sie professionelle, oft teure Meinungsmacherinnen je verschaffen könnten", so Michael Huss, Geschäftsführer der 2H2P UG.

Für Huss ist "Micro-Influencer" das Erfolgs-Stichwort. Fest steht, klassische Influencer haben zwar mitunter eine enorme Reichweite mit zum Teil tausenden von Followern im In- und Ausland. Das nützt einer Diskothek oder einem Restaurant im Raum Düsseldorf oder ähnlichen (vorwiegend) regional tätigen Unternehmen jedoch nur wenig. Micro-Influencer sind dagegen lokal ansässig, bestens vernetzt, wissen genau wovon sie in ihrer Stadt sprechen und wie sie ihre Statements am besten an das hiesige Publikum bringen. Sie sind damit absolut authentisch - und tatsächlich zählt der Aspekt "Echtheit" auch im Marketing mehr und mehr. Michael Huss weiß: "Die jungen Menschen von heute sind durch die Digitalisierung mit einer immer größer werdenden Flut von Werbeeinflüssen aufgewachsen und haben es ein für alle Mal satt, als Futter für diese gesehen zu werden. Reale Kommentare, Bewertungen usw. haben längst in den meisten Kontexten eine weitaus größere Wirkung als jede offensichtlich von einem Unternehmen veranlasste Kommunikation." So können die Aktivitäten der über die 2HOT2PAY App vermittelten Influencerinnen maßgeblich mitentscheiden, welcher Laden "Hip" ist und welcher nicht und damit die Besucherzahlen erheblich beeinflussen. "Es mag oberflächlich klingen, aber es ist Fakt: Vor allem junge Frauen locken zahlungskräftige Kundschaft an und bestimmen, ob eine Bar oder ein Club zur Szene-Location wird", so Huss. Für entsprechende Posts in Social-Media erwarten die Frauen keine Bezahlung, sondern besondere Goodies von Gratisgetränken über kostenlosen Beauty-Anwendungen bis hin zu Einladungen zu exklusiven Events. Dabei agieren sie vollkommen unabhängig. Sollten sie sich beispielsweise nach 30

Minuten entscheiden, eine andere Veranstaltung besuchen wollen, ist das kein Problem.

Frauen, die mitmachen möchten, müssen unter anderem ein gutes Verständnis für Vorgänge in sozialen Medien mitbringen. Sie wissen, was gerade angesagt ist und haben ein großes Eigeninteresse den generierten Content möglichst prominent im Social-Web zu platzieren. Unternehmen, Eventmanager, Websitebetreiber etc. können die Social-Media-Arbeit damit also weitgehend ihren Gästen oder Testerinnen, nämlich den Influencerinnen von 2HOT2PAY, überlassen. Der generierte Content kann dann auch für die eigenen Social-Media-Feeds genutzt werden.

Die Kosten sind dabei vergleichsweise überschaubar. Michael Huss erklärt: "Für ein Restaurant oder einen Club kostet die 2HOT2PAY-Mitgliedschaft ca. 100 Euro pro Monat. Facebook verlangt für ein beworbenes Foto zwischen 10 und 20 Euro, um eine Reichweite von ca. 1.000 bis 1.500 Personen zu generieren. In diesem Fall profitiert ein Unternehmen nur von einem einzelnen Bild und nutzt auch nur die eigenen Follower. Nehmen wir dagegen an, zwei bis fünf Frauen erstellen jeweils ein Foto und haben je zwischen 1.000 und 15.000 Followern. Im Prinzip habe ich dann mit zwei oder drei Posts bereits den Return on Investment und erreiche zudem deutlich bessere Social-Media-Kanäle als das herkömmliche Foto im unternehmenseigenen Feed." Übrigens stellt der Entwickler spezifische Vergünstigungen in Aussicht, solange sich die App in der Entwicklungsphase befindet - bis zum 01. Juni 2020 ist das monatliche Listing sogar kostenfrei. Zurzeit sind die 2HOT2PAY-Dienste ausschließlich in Düsseldorf verwendbar. Es ist jedoch geplant, diese in naher Zukunft national und sogar international anzubieten.

-----  
Pressekontakt:

2HOT2PAY  
Herr Michael Huss  
Marienstrasse 10  
40212 Düsseldorf

fon ..: +4915117551937  
web ..: <http://www.2HOT2PAY.de>  
email : [info@2hot2pay.de](mailto:info@2hot2pay.de)

## **Portrait**

Lokales Influencer Marketing für alle.

Wir verbinden Unternehmen mit den richtigen Influencerinnen - und helfen bei einer authentischen Marketing Strategie.

Sie können diese Pressemitteilung - auch in geänderter oder gekürzter Form - mit Quelllink auf unsere Homepage auf Ihrer Webseite kostenlos verwenden.

News-ID: 1079584 • Views: 2949 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1079584/Diese-Influencerinnen-sind-2HOT2PAY.html>