

23.06. 2025

Vier Jahre White Claw in der Schweiz: Wie sich ihre lokalen Influencer-Kampagnen seit 2021 verändert haben

Von House of Influence



Bild Rechte

House of Influence GmbH

(Zürich)(PPS) **Bereits seit vier Jahren begleitet die Influencer-Marketing-Agentur House of Influence die Marke White Claw in der Schweiz und setzt kreative Kampagnen auf Instagram und TikTok um. Auch diesen Frühling verantwortet die Agentur die Kommunikation rund um die neue Geschmacksrichtung White Claw Peach sowie den Launch bei Denner mit einer Kampagne, die zeigt, wie sich Influencer-Marketing in den letzten Jahren gewandelt hat. Während zu Beginn der Zusammenarbeit klassische Bild-Posts, Instagram Storys und organische Reichweite im Vordergrund standen, dominieren heute vor allem Reels, TikToks und Paid Ads die Kampagnenstrategie.**

Ob am See, auf dem Festival oder als Apéro nach dem Sport, White Claw Peach positioniert sich als erfrischendes Must-have Getränk für den Sommer. Genau diese Botschaft präsentierten zehn ausgewählte Influencer:innen aus der Deutsch- und Westschweiz auf Instagram und TikTok. Zum Start in die warme Jahreszeit teilten die Creator:innen aus den Bereichen Musik, Lifestyle und Sport ihre persönlichen

Sommermomente mit White Claw und generierten dabei insgesamt über 378'000 Videoaufrufe.

Konzipiert und umgesetzt wurde die Kampagne von der Influencer-Marketing Agentur House of Influence, die mit einem kreativen Storytelling-Ansatz Markenbotschaft und Lifestyle miteinander verbindet. Seit dem Schweizer Markteintritt von White Claw im Jahr 2021 ist die Agentur für die Influencer-Aktivierungen verantwortlich. In dieser Zeit hat sich das Influencer-Marketing verändert: Während früher auf eine Kombination verschiedener Formate wie Instagram Storys, Reels und klassische Bild-Posts gesetzt wurde, stehen heute vor allem Reels und TikToks im Fokus.

Insbesondere Instagram Storys haben stark an Reichweite und somit an Relevanz verloren. Auch klassische Bild-Posts kommen bei White Claw-Kampagnen kaum noch zum Einsatz. «Wir empfehlen, Budgets anstatt in Instagram Storys gezielt in die Bewerbung von Reels zu investieren, um zusätzliche Sichtbarkeit für die Marke zu generieren. Zudem setzen wir bei White Claw nicht mehr auf Bild-Posts sondern auf Videobeiträge, da sich diese ideal eignen, um die Werte der Marke und das gewünschte Lebensgefühl zu transportieren», erklärt Leila Schmid, Head of Campaigning bei House of Influence.

Trotz aller Veränderungen in der Social-Media-Landschaft bleibt ein Erfolgsfaktor konstant: die Auswahl passender Creator:innen, die mit kreativen Ideen, einem hohen Zielgruppenfit und persönlicher Ansprache punkten. Auch bei der diesjährigen Kampagne spielten diese Aspekte eine zentrale Rolle. Seit dem ersten Jahr dabei ist unter anderem der Westschweizer Action-Sportler @benjfriantofficial, der seine neuesten Tricks auf dem Foilscooter zeigte, gefolgt von einer entspannten Auszeit am See mit White Claw Peach. Ein besonderes Highlight der diesjährigen Aktivierung war die Zusammenarbeit mit Musiker @yannick.muller. Im Zuge der zunehmenden Positionierung von White Claw in der Musikszene komponierte Yannick einen eigenen Song: «Peach», inspiriert vom Sound einer White Claw Dose. Der Song wird im Sommer 2025 offiziell veröffentlicht.

«Wir haben von Anfang an auf echte Inhalte gesetzt. Mit echten Momenten, echten Menschen und ohne viel Chichi. Was sich verändert hat, sind die Formate: Heute funktioniert ein Reel oder TikTok einfach besser als ein klassischer Bild-Post. Aber unser Anspruch ist gleichgeblieben: Relevant zu sein, nahbar zu bleiben und den Vibe von White Claw authentisch rüberzubringen», erklärt Jonas Heinrich, Verantwortlicher

bei der DIWISA AG, dem Distributor von White Claw in der Schweiz.

Alle Inhalte wurden zusätzlich als Ads ausgespielt, um die Reichweite weiter zu steigern. Die Kampagne erzielte über 378'000 Videoaufrufe (organisch & paid), erreichte mehr als 287'000 Personen und generierte eine durchschnittliche Wiedergabedauer von 8 Sekunden, was deutlich über dem Branchenstandard liegt.

Der Launch von White Claw Peach zeigt: Trotz sich wandelnder Plattformen bleibt Influencer-Marketing ein wirksames Instrument, um mit relevanten Inhalten hohe Sichtbarkeit zu erzielen und Zielgruppen authentisch anzusprechen. White Claw richtet sich an eine erwachsene Zielgruppe ab 18 Jahren und steht für bewussten, verantwortungsvollen Genuss.

Links zu ausgewählten Beiträgen:

@benjfriantofficial: <https://www.instagram.com/reel/DJEj0U9IjzE/>

@mengisch: https://www.instagram.com/reel/DI_IVteNwVJ/

@yannick.muller: <https://www.instagram.com/reel/DJTv1aVNHnV/>

Credits

Verantwortlich bei House of Influence: Leila Schmid (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie), Elvira Diez (Projektunterstützung)

Verantwortlich bei DIWISA AG (White Claw Distributor) Jonas Heinrich (Gesamtverantwortung), Inga Dziergas (Paid & Content Strategie)

Über die Organisation:

Über House of Influence

Die 2017 gegründete Schweizer Influencer Marketing Beratungsagentur hat ihren Sitz im Zürcher Seefeld. Das mehrsprachige Team berät Kund:innen bei ihren Influencer-Projekten und baut für sie eigene Pools an Content Creators passend zur Branche, Sprache und den gesetzten Zielen auf. Von der Strategie, zur Konzeption über die Selektion, Gagen- und Vertragsverhandlungen, dem Kampagnenmanagement hin zu individuell aufbereiteten Reportings und Workshops bietet die Agentur alle Influencer-

Marketing Services aus einer Hand.

Neben den Kampagnen, die House of Influence für Kunden wie Migros, Helvetia, SWISS oder Mercedes-Benz umsetzt, ist House of Influence auch Veranstalterin der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: dem Social Media Summit, welcher am 5. und 6. November 2025 erneut in Engelberg stattfindet. Zudem veranstaltet House of Influence die AI in Marketing Konferenz, welche dieses Jahr zum ersten Mal stattfand und nächstes Jahr am 29. April 2026 im The Circle am Flughafen Zürich stattfinden wird.

Pressekontakt:

Tanja Herrmann, *Geschäftsführerin*

House of Influence GmbH - Bellerivestrasse 20 - 8008 Zürich

+41 79 820 58 06 | tanja @ houseofinfluence.ch

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/vier-jahre-white-claw-der-schweiz-wie-sich-ihre-lokalen-influencer-kampagnen-seit>