

Mundpropaganda auf die digitale Art

Unternehmen setzen mehr denn je auf Influencer

Von unserer Mitarbeiterin
Nina Setzler

Karlsruhe. Die Fotos und Videos einflussreicher Social-Media-Nutzer sind aus dem Online-Marketing vieler Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Denn diese Influencer mit ihrer reichweitenstarken Community schaffen Vertrauen bei vielen potenziellen Käufern. „Die Mehrzahl der Konsumenten vertraut den Empfehlungen anderer Personen im Internet, selbst wenn sie diese nicht kennen“, erklärt die Karlsruher Werbeagentur Martes auf ihrer Website.

Sehr viele Menschen sind etwa von Fitness-Model Pamela Reif begeistert, die mit Bildern ihres perfekt trainierten Körpers zum Instagram-Star geworden ist. Wenn die gebürtige Karlsruherin über ihr tägliches Fitness-Workout spricht, nehmen ihr viele ab, wie sehr sie dafür brennt: „Ich trainiere vier- bis fünfmal die Woche und überlege mir immer vorher meinen Trainingsplan. Da steht dann zum Beispiel „Squats Langhantel, vier Sätze mit acht bis zehn Wiederholungen“ und das benutzt Gewicht“, sagt die 22-Jährige im Interview mit fitbook.de.

Solche Authentizität ist der Hauptgrund, warum Menschen einem Markenbotschafter glauben, hat die Marketing-Plattform Olapic in einer Umfrage herausgefunden.

Die Influencer-Plattform indaHash, die Kontakte zwischen Werbekunden und Influencern vermittelt, rät daher all jenen, die Social-Media-Meinungsmacher werden wollen: „Nimm nur Angebote von Marken an, die mit deinen Überzeugungen übereinstimmen und zu deiner eigenen Marke als Influencer passen.“

So bekannt zu werden, dass Firmen sie für Postings mit ihren Produkten bezahlen, davon träumen viele Social-Media-Nutzer. Bei Pamela Reif läuft dieses Geschäftsmodell höchst erfolgreich, sie lässt sich mittlerweile von Auto- und Sportklamotten-Herstellern sponsern und trifft Stars wie Selena Gomez – 3,9 Millionen Menschen schauen ihr dabei auf Instagram zu.

Die junge Zielgruppe ist am besten über die sozialen Netzwerke zu erreichen, deshalb raten viele Marketingprofessoren zum Invest in Influencer-Marketing. Jedoch gilt nicht unbedingt der Account mit der größten Reichweite als Mittel der Wahl. „Bemerkenswert ist, dass gerade kleine Influencer viel attraktiver und interessanter für Marken sind. Die haben zwar weniger Follower, aber eine bessere Wirksamkeit als die prominenten Influencer“, heißt es im Sieben-Punkte-Plan für Influencer von indaHash. Das Unternehmen hat sich mit seiner App auf Kleinkampagnen spezialisiert, ab 700 Instagram-Fans

Maximale Reichweite ist nicht allein entscheidend



AUF DIE GEBÜRTIGE KARLSRUHERIN SCHAUEN VIELE: Pamela Reif kann von ihrem Job als Influencerin gut leben. Anderen reicht als nicht so großer Social-Media-Star auch ein monatliches Nebeneinkommen, das sie erzielen. Foto: dpa

kann man dort mitmischen. „Man muss sich allerdings die Produkte, die man bewirbt, selbst kaufen“, weiß Kristina Kraemer aus Karlsruhe. Sie nutzt selbst diverse Influencer-Apps, um Werbung auf ihrem Mode-Account „Moodforstyle“ zu schalten. Mit ihren fast 45 000 Followern auf Instagram springen dabei

rund 500 Euro an monatlichen Einnahmen heraus. „Um davon leben zu können, müsste ich noch stärker mit der Community interagieren und mehr Werbung schalten. Dafür fehlt mir momentan aber die Zeit“, so die 40-Jährige. Als hauptberufliche Architektin und zweifache Mutter ist ihr Terminkalender oh-

nehin schon voll, dennoch postet sie seit vier Jahren beinahe täglich ein Bild von sich in einem ihrer klassisch-eleganten Outfits. Der Aufwand lohnt sich, gerade hat ein großer Modehändler für eine Kooperation angefragt. Vielleicht entscheidet sie sich ja doch irgendwann, die Influencer-Rolle in Vollzeit auszuüben.

Iran-Sanktionen machen den Sprit teurer

Auch die Euro-Schwäche wirkt sich aus / Günstigste Zeit zum Tanken am Nachmittag und Abend

Karlsruhe (BNN). Angesichts der drohenden US-Sanktionen gegenüber dem Iran stieg der Ölpreis der Sorte Brent im Wochenverlauf an und lag am Freitagmorgen im Bereich der 85-Dollar-Marke. Damit war das Barrel Brentöl so teuer wie zuletzt vor vier Jahren. Zudem schwächelte der Euro und rutschte auf den Wert von 1,15 Dollar. Wie der ADAC Nordbaden e.V. ermittelte, wurden die Kraftstoffpreise in der Region erhöht. Am teuersten war die Tankfüllung am Freitagmorgen in Baden-Baden, wo mit 1,589 Euro für Super E10-Benzin und 1,449 Euro für Dieselkraftstoff neue Jahreshöchstwerte erreicht wurden. Ähnlich hohe Kraftstoffpreise notierte der ADAC Nordbaden zuletzt im Jahr

2013 in der Region. Gegenüber der Vorwoche verteuerte sich der Benzinpreis in Karlsruhe bis zu acht, in Pforzheim mehrheitlich drei und in Baden-Baden bis elf Cent. Der Preis für Dieselkraft-



stoff stieg in Karlsruhe bis zehn, in Pforzheim meist vier und in Baden-Baden bis zu dreizehn Cent.

Ein Liter Super E10 kostete im Durchschnitt an den Markentankstellen in Karlsruhe 1,530, in Pforzheim 1,564 und

in Baden-Baden 1,577 Euro. Für einen Liter Dieseldieselkraftstoff bezahlte man im Durchschnitt an den Markentankstellen in Karlsruhe 1,390, in Pforzheim 1,409 und in Baden-Baden 1,432 Euro.

Preisbewusste Autofahrer sollten auch die Tageszeit im Blick behalten. Nach einer aktuellen Auswertung des ADAC haben sich die Preisschwankungen im Tagesverlauf vermehrt. Die mit Abstand teuerste Zeit zum Tanken im 24-Stunden-Verlauf ist nach wie vor morgens zwischen 6 und 9 Uhr. Danach prägen mehrere unterschiedlich große Preispitzen den Tagesverlauf. Laut Auswertung des ADAC liegen die günstigsten Zeiten zwischen 15 und 17 Uhr sowie 19 und 22 Uhr.

Unter der Telefonnummer (07 21) 8 10 40 informiert der ADAC Nordbaden über Kraftstoffpreise einzelner Tankstellen in Karlsruhe, Pforzheim und Baden-Baden. Hier die am Freitagmorgen ermittelten Höchst- und Tiefstpreise:

Super E10 wurde in Karlsruhe für 1,489 bis 1,579 Euro, in Baden-Baden für 1,549 bis 1,589 Euro, in Pforzheim für 1,539 bis 1,579 Euro angeboten.

Super E5 kostete in Karlsruhe 1,509 bis 1,599 Euro, in Baden-Baden 1,569 bis 1,609 Euro, in Pforzheim 1,559 bis 1,599 Euro.

Diesel kostete in Karlsruhe 1,349 bis 1,429 Euro, in Baden-Baden 1,399 bis 1,449 Euro, in Pforzheim 1,379 bis 1,419 Euro.

Preise für Goldmünzen

Nachfolgend die Schalterpreise in Euro für Ankauf und Verkauf (Wert in Klammern) von Goldmünzen, mitgeteilt von der Sparkasse Karlsruhe mit Stand vom Freitag, 11 Uhr (unverbindlich):

Preußen 20 Mark	229,00	(259,00)
Vreneli	184,00	(206,00)
Sovereign	234,00	(264,00)
20 Franc	184,00	(204,00)
4 österr. Dukaten	442,00	(493,00)
1/1 Wiener. Phil.	1029,00	(1076,00)
1/1 Nugget	1029,00	(1079,00)
1/1 Maple Leaf	1029,00	(1075,00)
1 Krügerand	1029,00	(1077,00)
Goldbarren 100 Gr.	3315,00	(3413,00)

Fern der Küste

Urbane Meeresfischfarm aus dem Saarland will Schule machen

Völklingen. Die saarländische Stadt Völklingen liegt mehr als 400 Kilometer vom nächsten Meer entfernt. Dennoch tummeln sich hier Hunderttausende von Meeresfischen. Aus riesigen Salzwasserpools werden täglich Kingfische, Doraden und Wolfsbarsche herausgefischt und an anspruchsvolle Kunden in Deutschland, Luxemburg, Österreich, Italien und der Schweiz geliefert. Die Anlage auf dem Gelände einer früheren Kokerei ist etwas Besonderes: „Es ist die erste Fischfarm, die wirklich unabhängig vom Meer im großen Stil produzieren kann“, sagt der Geschäftsführer von „Fresh“, Peter Zeller.

Was einst als Fehlinvestition belächelt wurde, sei jetzt auf Erfolgskurs: „Unsere Kunden kaufen uns die Farm leer. Wir haben viel weniger Fisch, als nachgefragt wird“, sagt der Schweizer. Er hat die Anlage vor drei Jahren mit einer privaten Schweizer Investorengruppe gekauft. Für rund drei Millionen Euro, nachdem das Ende 2007 gestartete Projekt den Stadtwerken Völklingen deutlich mehr als 20 Millionen Euro Schulden beschert hatte.

„Wir hatten am Anfang sehr wenig Wissen und Zeit, uns darauf einzustellen“, erzählt Zeller (48). Es sei vor allem eine Vision gewesen, die sie angetrieben habe: Fischkonsum ökonomischer und ökologischer zu machen. „Effektiv eliminieren wir den Transportweg“, sagt er. In Völklingen werde Kingfisch produziert, der üblicherweise im südlichen Pazifik zu Hause ist und „um die ganze Welt“ fliegen müsse, bevor er auf unseren Tellern lande. Durch die Produktion vor Ort „reduzieren wir den CO₂-Abdruck“ um bis zu 90 Prozent. Auch die Wasserreinigungsanlage wurde optimiert. Die Produktion liege bei rund 200 Tonnen Fisch im Jahr. „Wir sind auf gutem

Weg, 500 Tonnen in den nächsten zwölf Monaten zu erreichen“, sagt der Züricher, der vorher Marketing bei der Fluglinie Swiss gemacht, Werbeagenturen geführt und Greenpeace beraten hat.

Zudem wurde der Vertrieb aufgebaut. Der Fisch wird per Lastwagen innerhalb von einem Tag ausgeliefert, unter anderem an den Delikatessengroßhändler „La Provencale“ in Luxemburg, das „Frischeparadies“ in Hamburg oder an „Bianchi“ in der Schweiz. Seit März zähle auch die Einzelhandelskette Edeka zu den Kunden. „Wir müssen jetzt lernen, das Rad schneller zu drehen“, sagt Zeller. Ab nächstem Geschäftsjahr wolle die Firma schwar-

ze Zahlen schreiben. Zeller sieht in der Anlage in Völklingen mehr als eine Farm, sondern einen Prototyp für weitere urbane Fischfarmen. „Sobald das System seine volle Kapazität erreicht, dann lässt sich das multiplizieren.“ Viele Besucher kämen, um sich zu informieren: aus Bangladesch, aus China, aus Mexiko. „Ich gehe davon aus, dass es in der Zukunft in jeder Stadt ab drei Millionen Menschen so eine Farm gibt.“

Nach Kenntnis von Ulfert Focken vom Institut für Fischereioökologie des Thünen-Instituts in Bremerhaven ist die Völklinger Zuchtanlage die einzige in Deutschland, die unabhängig vom Meer Fische produziert. Zudem gebe es

wenige kleinere Meerwasser-Aquakulturen im Binnenland, die Garnelen züchten. Der technologische Aufwand dieser Anlagen sei hoch, so dass die Produkte teuer sein müssten. „Die Völklinger bedienen einen Nischenmarkt“, sagt Focken. Bei den dort produzierten Fischen handle es sich für eine Kreislaufanlage um „schon eine ziemlich große Menge“. Gemessen an Fischzuchten etwa im Mittelmeer, die mehrere tausend Tonnen im Jahr produzierten, sei es aber „ein Klacks“.

Laut der Welternährungsorganisation FAO lag die Aquakultur-Produktion 2016 weltweit bei 80 Millionen Tonnen – Tendenz steigend. „Die Aquakultur wird mehr Fisch produzieren müssen, wenn wir die Versorgung der Weltbevölkerung mit Eiweiß sicherstellen wollen“, meint Focken. Allein die Deutschen essen nach Angaben des Fischinformationszentrums in Hamburg im Schnitt gut 14 Kilo Fisch pro Jahr und Kopf.

Ob die Völklinger Anlage ein Modell für die global steigende Fischnachfrage sein könnte? Es gebe bisher keine Analyse der ökonomischen und ökologischen Kosten für Produktion und Transport, die beide Systeme – Kreislauf und Freiland – gegenüberstelle, sagt der Experte. Aber: „Wenn das jemand versucht nachzumachen, muss er berücksichtigen, dass die Anlage damals aus dem Konkurs gekauft worden ist.“ Sprich: Die Kosten bei einer Neuerstellung wären höher.

Das System in Völklingen funktioniert überall auf der Welt, meint Zeller: Es gibt geschlossene Wasserkreisläufe, die die Becken biologisch rein halten. Die Fütterung läuft automatisch über einen Futterautomaten, der über den Pools seine Bahnen zieht – Strom kommt auch aus der eigenen Solaranlage. Birgit Reichert



EINE MEERESFISCHFARM im Saarland macht positive Schlagzeilen: Die Züchter kommen mit der Produktion kaum hinterher, so groß ist die Nachfrage. Foto: Oliver Dietze

IG Metall kritisiert Leiharbeit

Frankfurt/Main (dpa). Trotz des Wirtschaftsbooms sind Leiharbeit und Werkverträge in deutschen Unternehmen nach Angaben der IG Metall weit verbreitet. Rund 80 Prozent der Betriebe in den Branchen, für die die Gewerkschaft zuständig ist, setzten Leiharbeiter ein oder vergaben Aufträge an Fremdfirmen. In manchen Fällen würden so dauerhaft Arbeitsplätze in der Stammbesetzung verdrängt. Das zeige eine bundesweite Befragung unter Betriebsräten in 3 600 Unternehmen.

Zwar habe die Politik Gesetze verschärft. Doch Betriebsräte hätten nicht genug Mitbestimmungsrechte bei der Vergabe von Aufträgen an Fremdfirmen. Der Arbeitgeberverband Gesamtmetall wies die Kritik zurück. Der Anteil der Leiharbeiter in der Metall- und Elektroindustrie liege seit Jahren bei rund fünf Prozent gemessen an den Stammarbeitsplätzen.

Bauern drängen EU zur Entscheidung

Stuttgart (dpa). Bauernpräsident Joachim Rukwied hat bei der Entscheidung über künftige EU-Agrarhilfen ein höheres Tempo angemahnt: „Wir brauchen eine zügige Entscheidung über das Budget, damit die EU stabil und handlungsfähig bleibt.“ Der Beschluss müsse im Frühjahr gefällt werden, sonst sei wegen der EU-Parlamentswahlen Ende Mai wieder alles offen.

Nach den Plänen der EU-Kommission sollen deutsche Landwirtschaftsbetriebe im kommenden Jahrzehnt erheblich weniger Geld aus dem EU-Haushalt bekommen als bisher. Die Bauern laufen gegen die Kürzungen ihrer Hilfen Sturm, denn viele von ihnen sind zu großen Teilen abhängig von diesen Zahlungen. Nach einem Vorschlag der EU-Kommission sollen für die deutschen Bauern von 2021 bis 2027 rund 41 Milliarden Euro bereit stehen.