

# Presseschau 2018

Medium: Pforzheimer Zeitung  
Datum: 17.07.2018

Medium: Pforzheimer Kurier  
Datum: 20.07.2018

Medium: Pforzheimer Kurier  
Datum: 14.07.2018

DIENSTAG, 17. JULI 2018 | 9

24.7.2018

Artikelsicht ePaper - Sympathieträger mit viel Ehrgeiz

19.7.2018

Artikelsicht ePaper - Perfekt im täglichen Leben

Badische Neueste Nachrichten | Pforzheimer Kurier | WIRTSCHAFTSREGION | 20.07.2018 Seite 24

Badische Neueste Nachrichten | Pforzheimer Kurier | WIRTSCHAFTSREGION | 14.07.2018 Seite 28

## JOURNAL

### Soziale Medien als Werbefaktor

**PFORZHEIM.** Social Media-Kanäle sind voll von Bildern am Strand, auf Partys, mit perfekten Outfits oder den neuesten Produkten – die Rede ist von Youtubern, Bloggern oder Instagram-Stars, die ihre Follower an ihrem täglichen Leben teilhaben lassen. Diesen Einfluss machen sich mittlerweile auch Firmen zunutze: Die sogenannten „Influencer“ werden von Firmen dafür bezahlt, auf ihren Kanälen über deren Produkte zu sprechen und sie ihrer Zielgruppe zu empfehlen. Wie dieses Influencer-Marketing funktioniert und welche Influencer geeignet sind erörterten vier Experten beim dem Netzwerktreffen der Pforzheimer Kreativwirtschaft. Moderiert wurde mit 80 Besuchern gut besuchte Veranstaltung, von EMMA-Leiterin Almut Benkert.

Nach einer Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) und Infury von 2017 hat jeder sechste Online-Nutzer im Alter von 14 bis 29 bereits ein Produkt gekauft, das von Influencern beworben wurde. Besonders bei Beauty und Mode verlassen sich die Nutzer häufig auf Empfehlungen von Social Media Stars. „Echte Personen vertraut man mehr als Werbung“, sagt dazu Christian Benkner, Der Kommunikationselektroniker ist seit 20 Jahren im Marketing tätig und hat sich auf Online-Marketing, Fundamententwicklung und Vertrieb sowie Influencer Marketing spezialisiert.

Mehr Infos im Internet unter:  
[www.emma-pf.de](http://www.emma-pf.de)

## Sympathieträger mit viel Ehrgeiz

### Bei Creativ Afterwork im EMMA wird Marketing mit Influencern erörtert

Von unserer Mitarbeiterin  
Ina Zantow

**Pforzheim.** Trotz großer Werbekampagnen fallen Kaufentscheidungen oft aufgrund einer persönlichen Empfehlung von Freunden. Auf genau diesen Effekt zielt das Influencer-Marketing, das jetzt bei einem Creativ Afterwork im EMMA Kreativzentrum im Mittelpunkt stand: In sozialen Medien werden Szene-Bekannte Youtuber, Blogger oder Instagram-Stars, also sogenannte Influencer, von Firmen dafür bezahlt, auf ihren Kanälen über deren Produkte zu sprechen und sie ihrer Zielgruppe zu empfehlen.

Wie dieses Influencer-Marketing funktioniert und welche Influencer geeignet sind erörterten vier Experten beim dem Netzwerktreffen der Pforzheimer Kreativwirtschaft. Moderiert wurde mit 80 Besuchern gut besuchte Veranstaltung, von EMMA-Leiterin Almut Benkert.

Nach einer Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) und Infury

von 2017 hat jeder sechste Online-Nutzer im Alter von 14 bis 29 bereits ein Produkt gekauft, das von Influencern beworben wurde. Besonders bei Beauty und Mode verlassen sich die Nutzer häufig auf Empfehlungen von Social Media Stars.

„Ein Influencer (Beeinflusser) ist ein Sympathieträger, er ist vertrauenswürdig und hat Ahnung von seinem Fach und schlägt vor, was zum Zeitpunkt passt.“ Ein weiterer Faktor für Erfolg ist das Gefühl, dass man nicht allein da steht, wenn man seiner Empfehlung folgt, beschrieb Benkner. Ein echter Influencer strebe nach mehr Bekanntheit, mehr Besuchern, wolle eine Marke aufbauen, mehr Vertrauen schaffen, langfristige und loyale Kundenbeziehungen pflegen.

Wie das aussehen kann und welche Influencer-Marketing-Strategien erfolgreich sind, erläuterten Sara El Raddaf und Jasmina Jovy. Julian Gutjahr berichtete über seinen Alltag als Influencer und seine Kooperation mit verschiedenen Firmen.

„Wir wollen unsere Philosophie und Produkte verkaufen“, sagte El Raddaf, die bei der Pforzheimer Firma La Bios-

thétique für Großveranstaltungen, Incentives und Public Relations zuständig ist. Die Public Relations Senior Managerin setzt dabei beispielsweise auf Instagram, wo 88 Prozent Influencer als Blogger aktiv seien.

Auf Instagram ist auch Designerin Jasmina Jovy unterwegs, die 2013 ihr Label Jasmina Jovy Jewellery gründete. „Ich nutze den Account, um meine Produkte vorzustellen und die Besucher mit in meine Welt zu nehmen.“ Überdies schaue sie sich Jovy Influencer genau an. „Der Stil ist wichtig und ich vertraue meine Marke nur noch sympathischen Bloggern an.“

Einer davon könnte Julian Gutjahr sein. Dem Influencer folgen bei Instagram 115 000 User. Pro Tag habe er vier bis fünf Anfragen von Unternehmen, sagte der Mann, der ansonsten ein duales Studium der Betriebswirtschaftslehre bei La Biosthétique absolviert. „Influencer-Marketing macht mir Spaß, wenn man die Marken selbst mag“, gab er dem Publikum mit.



WAS GEHT ONLINE IN SACHEN WERBUNG UND IMAGE? Darüber sprachen Christian Benkner, Almut Benkert, Jasmina Jovy, Julian Gutjahr und Sara El Raddaf (von links) beim Treffen der Kreativwirtschaft. Foto: Wachter

## Perfekt im täglichen Leben

### Vier Experten sprechen über Influencer beim Creative Afterwork in Kreativzentrum

**Pforzheim (PK).** Ihre Social-Media-Kanäle sind voll von Bildern am Strand, auf Partys, mit perfekten Outfits oder neuesten Produkten – die Rede ist von Youtubern, Bloggern oder Instagram-Stars, die Follower an ihrem täglichen Leben teilhaben lassen. Vom Abendessen im Restaurant über das tägliche Workout bis hin zum Beziehungsstatus, immer sind die Follower live dabei. Diesen Einfluss und die enorme Reichweite machen sich auch Firmen zunutze: Die sogenannten Influencer werden dafür bezahlt, auf ihren Kanälen über deren Produkte zu sprechen und sie ihrer Zielgruppe zu empfehlen. Wie wirkungsvoll diese Art der Werbung ist, zeigt eine Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) und Infury aus dem Jahr 2017: Jeder sechste Online-Nutzer im Alter von 14 bis 29 kaufte bereits ein Produkt, das von Influencern beworben wurde. Wie das funktioniert erläutern vier Experten beim nächsten Creative Afterwork am Mittwoch, 18. Juli, im EMMA Kreativzentrum in Pforzheim. Das Netzwerktreffen beginnt um 19 Uhr. Der Eintritt ist wie immer frei.

Julian Gutjahr, der mit seiner Lebensgefährtin, der Youtuberin und Influencerin Anna-Maria Damm in Pforzheim lebt, ist als Influencer tätig neben seinem dualen Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) und bei La Biosthétique. Bei Instagram folgen ihm 115 000 User. Er arbeitet unter anderem mit Ford Deutschland zusammen und berichtet bei dem Treffen der Kreativbranche aus der Region über seinen Alltag als Influencer und seine Kooperationen mit verschiedenen Firmen.

Über die Mechanismen des Influencer-Marketings und dessen sinnvollen Einsatz spricht bei dem Abend Christian Benkner, seit 2013 Head of Customer Development bei der Stuttgarter Agentur netzgefährt. Der 1977 geborene Referent absolvierte zunächst eine Ausbildung als Kommunikationselektroniker bei der Deutschen Telekom AG. Seit 26 Jahren ist er im Marketing tätig und spezialisierte er sich auf Online-Marketing, Kundenentwicklung und Vertrieb sowie Influencer Marketing.

Sara El Raddaf, Public Relations Senior Manager und Head of Eventmana-

gement bei La Biosthétique gibt einen Einblick in ihre Social-Media-Strategien. Sie absolvierte eine Ausbildung zur Außenhandelsassistentin mit einer Zusatzqualifikation in Internationalem Marketing und Fremdsprachen. Seit 2005 ist sie bei La Biosthétique in den Bereichen Großveranstaltungen, Incentives und Public Relations zuständig. Ebenfalls über Social-Media-Strategien spricht die Pforzheimer Schmuckdesignerin Jasmina Jovy. Sie entdeckte im Laufe ihres Grafikdesignstudiums

das Potenzial der Verbindung von Grafik- und Schmuckdesign, welches sie zu einer technischen Ausbildung in Design, Schmuck und Gerät und einem Studium im Bereich Schmuckdesign an der Hochschule Pforzheim führte. 2013 gründete sie ihr Label Jasmina Jovy Jewellery. Die Designerin ist vielfach ausgezeichnet, ihre Arbeiten finden sich regelmäßig in Mode- und Fachmagazinen.

Internet  
[www.emma-pf.de](http://www.emma-pf.de)



ÜBER INFLUENCER sprechen Jasmina Jovy, Julian Gutjahr, Sara El Raddaf und Christian Benkner (im Uhrzeigersinn) beim Creative Afterwork im EMMA in Pforzheim. Fotos: PK

# Presseschau 2018

Wirtschaft 17.07.2018 Kommentare (0) Drucken

## Soziale Medien als Werbefaktor

Pforzheim. Social Media-Kanäle sind voll von Bildern am Strand, auf Partys, mit perfekten Outfits oder den neuesten Produkten – die Rede ist von Youtubern, Bloggern oder Instagram-Stars, die ihre Follower an ihrem täglichen Leben teilhaben lassen. Diesen Einfluss machen sich mittlerweile auch Firmen zunutze: Die sogenannten „Influencer“ werden von Firmen dafür bezahlt, auf ihren Kanälen über deren Produkte zu sprechen und sie ihrer Zielgruppe zu empfehlen.

Julian Gutjahr ist neben seinem dualen Studium der Betriebswirtschaftslehre als Influencer tätig, er arbeitet unter anderem mit Ford zusammen. Beim Creative After Work morgen um 19 Uhr im EMMA-Kreativzentrum Pforzheim berichtet er über seine Erfahrungen. Ausserdem gewähren Christian Benkner von der Stuttgarter Agentur netzgefährten, Sara El Raddaf von Biothétique und Schmuckdesignerin Jasmina Jovy einen Einblick in ihre Social-Media-Strategien.

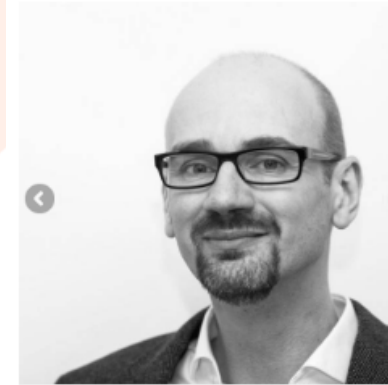
Mehr Infos im Internet unter: [www.emma-pf.de](http://www.emma-pf.de)

Autor: pm

Bitte Klicken sie auf das jeweilige Bild, um zum Original-Artikel zu gelangen.

Vier Experten geben am 18. Juli im EMMA – Kreativzentrum Pforzheim Einblicke

### Creative After Work: Wie funktioniert Influencer-Marketing?



Christian Benkner

Ihre Social Media-Kanäle sind voll von Bildern am Strand, auf Partys, mit perfekten Outfits oder den neuesten Produkten – die Rede ist von Youtubern, Bloggern oder Instagram-Stars, die ihre Follower an ihrem täglichen Leben teilhaben lassen. Vom Abendessen im Restaurant über das tägliche Workout bis hin zum Beziehungsstatus, immer sind die Follower live dabei. Diesen Einfluss und die enorme Reichweite machen sich mittlerweile auch Firmen zunutze: Die sogenannten „Influencer“ werden von Firmen dafür bezahlt, auf ihren Kanälen über deren Produkte zu sprechen und sie ihrer Zielgruppe zu empfehlen. Wie wirkungsvoll diese Art der Werbung ist, zeigt eine Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) und Influry aus dem Jahr 2017: Jeder sechste Online-Nutzer im Alter von 14 bis 29 kaufte bereits ein Produkt, das von Influencern beworben wurde.

Julian Gutjahr, der mit seiner Lebensgefährtin Anna-Maria Damm in Pforzheim lebt, ist neben seinem dualen Studium der Betriebswirtschaftslehre ebenfalls als Influencer tätig, er arbeitet unter anderem mit Ford Deutschland zusammen. Beim Creative After Work am 18. Juli um 19 Uhr im EMMA-Kreativzentrum Pforzheim berichtet er über seinen Alltag als Influencer und seine Kooperationen mit verschiedenen Firmen. Über die Mechanismen des Influencer-Marketings und dessen sinnvollen Einsatz berichtet Christian Benkner, Head of Customer Development bei der Stuttgarter Agentur netzgefährten, und Sara El Raddaf, Public Relations Senior Manager und Head of Eventmanagement bei La Biothétique, und Schmuckdesignerin Jasmina Jovy gewähren einen Einblick in ihre Social-Media-Strategien.

Im Anschluss gibt es die Möglichkeit, sich bei kühlen Getränken auszutauschen. Der Eintritt ist frei.

Christian Benkner wurde 1977 in Weiden, Bayern, geboren. Er absolvierte zunächst eine Ausbildung als Kommunikationselektroniker bei der Deutschen Telekom AG. Seit 20 Jahren ist er im Bereich Marketing tätig, dabei spezialisierte er sich auf Online-Marketing, Kundenentwicklung und Vertrieb sowie Influencer Marketing. Seit 2013 ist er Head of Customer Development bei der Stuttgarter Agentur netzgefährten.

Sara El Raddaf absolvierte eine Ausbildung zur Außenhandels-Assistentin mit einer Zusatzqualifikation in Internationalem Marketing und Fremdsprachen. Seit 2005 ist sie bei La Biothétique in den Bereichen Großveranstaltungen, Incentives und Public Relations zuständig. Heute ist sie als Public Relations Senior Manager und Head of Eventmanagement tätig.

Julian Gutjahr absolviert derzeit ein duales Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) und bei La Biothétique. Nebenbei ist er als Influencer tätig, bei Instagram folgen ihm 115.000 User. Mit seiner Lebensgefährtin, der Youtuberin und Influencerin Anna-Maria Damm, und der gemeinsamen Tochter lebt er in Pforzheim.

Jasmina Jovy entdeckte im Laufe ihres Grafikdesignstudiums das Potenzial der Verbindung von Grafik- und Schmuckdesign, welches sie zu einer technischen Ausbildung in Design, Schmuck und Gerät und einem anschließenden Studium im Bereich Schmuckdesign an der Fakultät für Gestaltung nach Pforzheim führte. 2013 gründete sie ihr Label Jasmina Jovy Jewellery. Die Designerin ist vielfach ausgezeichnet, ihre Arbeiten finden sich regelmäßig in Mode- und Fachmagazinen.

Creative After Work ist ein Netzwerktreffen für die Kreativwirtschaft im EMMA - Kreativzentrum Pforzheim. Jedes Treffen hat einen thematischen Schwerpunkt. Ein Unternehmen, ein Projekt oder ein für die Kreativwirtschaft relevantes Thema, wie Trends im Interface Design, PR im Social Web oder die erfolgreiche Markteinführung eines Produkts, werden von Gastreferenten präsentiert und erläutert.

Weitere Informationen unter [www.emma-pf.de](http://www.emma-pf.de)

# Kontakt

## **Christian Benkner**

0711 231 971 – 47

[christian.benkner@netzgefahrten.de](mailto:christian.benkner@netzgefahrten.de)



## **netzgefährten GmbH**

Daimlerstraße 73

70372 Stuttgart

[www.netzgefahrten.de](http://www.netzgefahrten.de)