Gelbe Seiten fährt erfolgreiche Testkampagnen auf TikTok

Mit über 5,2 Millionen Videoaufrufen und knapp 32.000 Followern hat Deutschlands größtes Branchenverzeichnis die Gen Z für sich gewonnen. Der Account von Gelbe Seiten zählt zu den erfolgreichsten in Deutschland auf der Plattform.

Frankfurt, 28. Oktober 2020 – [Gelbe Seiten](#) zählt zu den wenigen mittelständischen Unternehmen, die schon jetzt sehr erfolgreich auf TikTok aktiv sind. In Zusammenarbeit mit der Agentur Vibrand Media hat das Branchenverzeichnis im Herbst 2020 zwei Testkampagnen auf der beliebten Plattform gestartet. Der Ablauf: Ausgewählte TikTok-Creator erzählen eine Story, die auf zwei Videos aufgeteilt wird mit Produktplatzierungen von Gelbe Seiten. Der erste Teil, der Beginn der Story, wird auf dem eigenen Kanal gepostet. Die Fortsetzung der Story findet der Nutzer in einem zweiten Video, das auf dem [Kanal von Gelbe Seiten](#) veröffentlicht wird. Bisher sind so 46 reichweitenstarke Clips mit vollkommen unterschiedlichen Storys entstanden.

Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, erklärt: „Als vertrauensvolle Marke mit Tradition kennen uns laut aktueller GfK-Studie 92 Prozent der Menschen in Deutschland. Besonders wichtig ist es uns aber, auch jüngere Menschen gezielt anzusprechen und mit Gelbe Seiten in Kontakt zu bringen. Mit unseren Testkampagnen auf TikTok haben wir nicht nur Follower aufgebaut, sondern es zugleich geschafft, dass die Zielgruppe Gen Z mit der Marke interagiert. Allein für die 23 Posts auf [unserem Kanal](#) konnten wir 181.000 Likes, 2.917 Kommentare und 301 Shares verzeichnen. Pro Video wurden durchschnittlich knapp 57.000 Views und 7.900 Likes erzielt. Das ist ein tolles Ergebnis und zeigt, dass wir mit unseren Aktivitäten auf TikTok genau richtig liegen.“ Auch Sven Oechler, Co-Founder und CGO der [Agentur Vibrand Media](#), bestätigt: „Gelbe Seiten hat es eindrucksvoll geschafft, die Gen Z zu erreichen. Viel besser schneiden nur Start-ups wie Cookie Bros. oder Lifestyle-Marken wie Mercedes-Benz und Red Bull ab.“

Neben der Verjüngung der Marke verfolgt Gelbe Seiten aber noch ein anderes Ziel: „Wir sind langjähriger Partner des deutschen Mittelstands und wissen um die Herausforderungen kleiner und mittelständischer Betriebe. Mit unseren erfolgreichen Testkampagnen auf TikTok möchten wir den Unternehmen Mut machen, neue Wege auszuprobieren, stets offen für neue Möglichkeiten zu sein und damit für junge Mitarbeiter und Kunden interessant zu bleiben“, so Dr. Uwe Breier.

Wichtigste Voraussetzung für eine gelungene Zusammenarbeit mit authentischen Ergebnissen ist die Bereitschaft, sich auf neue Ideen einzulassen und den jungen Künstlern den nötigen Freiraum zu geben. Sven Oechler erklärt: „Wenn Creator eine Brand-Collaboration eingehen, sollte das Ziel sein, dass die Brand den Content des Creators

aufwertet. Das haben wir im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit Gelbe Seiten geschafft. Zahlreiche Videos unserer Creator haben überdurchschnittlich performt.“ So wurden mit den 23 Posts auf den Accounts der TikTok-Künstler insgesamt 960.000 Likes, 5.881 Kommentare und 2.136 Shares erzielt. Ein Video wurde im Durchschnitt über 186.000 Mal angesehen und erhielt knapp 47.000 Likes.

Content-Creator [Onkel Banjou](#), verantwortlich für 6 Creator-Videos, über die Testkampagnen: „An Gelbe Seiten schätze ich vor allem das Vertrauen in mich und meine Kreativität. Meine Ideen konnte ich ohne langwierige Briefings und Einschränkungen umsetzen. Künstlerische Freiheit ist für mich als Creator das A und O. Auch die Videos der anderen Creator sind unglaublich unterhaltsam und die Marke Gelbe Seiten ist in meinen Augen sehr authentisch untergebracht worden. Für mich ist das Best Practice für erfolgreiche Brand Awareness.“ Niko Kappe, Lehrer und als TikTok-Creator [NicoTheC](#) bekannt, ergänzt: „Die TV-Spots von Gelbe Seiten sind legendär und haben mich in den 90er-Jahren immer zum Lachen gebracht. Dass mir selbst irgendwann weit mehr als eine Million junger Menschen dabei zusehen, wie ich in einem Video die Website von Gelbe Seiten aufrufe, hätte ich damals nicht gedacht. Und die Spots der 90er haben durchaus etwas gemeinsam mit meinen Placements auf TikTok: Im Mittelpunkt steht nicht das Produkt, sondern die Story. Debranding und durchdachtes Storytelling machen Kooperationen auf TikTok erfolgreich und die Videos interessant für die Generation Z. Daher ist Gelbe Seiten in meinen Posts stets Teil der Story und dadurch Teil meines Erfolgs.“

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 15 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2019 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 637 Mio. Nutzungen*. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht u. a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

*Quelle: "GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2019"; repräsentative Befragung von 16 Tsd. Personen ab 16 Jahren, In Auftrag gegeben von: Gelbe Seiten Marketing GmbH, Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH.

Pressekontakt

Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH
Nina Mühlens
Tel.: 069 2731696 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de