

Gelbe Seiten als TikTok-Pionier

Nach einem Jahr der Präsenz beim Videoportal TikTok zieht das Branchenverzeichnis Gelbe Seiten eine äußerst positive Bilanz. Neben Followern und neuen Zielgruppen hat das Unternehmen aber auch Erfahrungen gewonnen – und kann andere Firmen ermutigen, sich neuen Medien zu öffnen.

Frankfurt, 16. September 2021. Über 48.000 Follower in nur einem Jahr: Das Interesse am Branchenverzeichnis Gelbe Seiten auf dem Videoportal TikTok hat sich gleich im ersten Jahr rasant entwickelt. Seit dem Launch der Präsenz des Unternehmens im Herbst 2020 wurden über TikTok mehrere Millionen Menschen erreicht, insgesamt sammelten die dort veröffentlichten Videos über 270.000 Likes ein. Damit war und ist Gelbe Seiten ein Pionier unter den Unternehmen, die auf TikTok vertreten sind: Zum Start war das Branchenverzeichnis eine der ersten großen deutschen Firmen dort, mittlerweile sind Hunderte weitere hinzugekommen.

„Gelbe Seiten hatte den Mut, die Plattform früh zu bespielen und dort vieles auszuprobieren. Das hat sich für die Wahrnehmung der Marke ausgezahlt“, sagte Lukas Heining, Geschäftsführer von Vibrand Media. Die frühe Entscheidung, TikTok für die eigene Kommunikation zu nutzen, hat zu einer hohen organischen Reichweite geführt: Regelmäßig erzielten Videos fünf- und teilweise sechsstelligen Klickzahlen.

Zusammenarbeit mit Influencern

Bei dem Auftritt von Gelbe Seiten auf TikTok setzt das Unternehmen unter anderem auf die Zusammenarbeit mit bekannten Influencern. Die Idee: Ausgewählte, etablierte TikTok-Creator mit großer Community erzählen eine spannende oder witzige Story, die auf zwei Videos aufgeteilt wird und auf die vielfältigen Möglichkeiten des beliebten Branchenverzeichnisses abzielt. Indem der erste Teil der Story auf dem Kanal der Influencer gepostet wird, profitiert die Plattform von deren Reichweite. Durch die Fortsetzung der Geschichte auf dem Kanal von Gelbe Seiten konnte das Unternehmen Tausende Menschen für die eigenen Angebote begeistern und viele Follower gewinnen. Bisher sind so 91 reichweitenstarke Clips mit vollkommen unterschiedlichen Persönlichkeiten und Storys entstanden – 49 Videos auf dem Kanal von Gelbe Seiten und 42 Videos, die auf den eigenen Kanälen der Creator veröffentlicht wurden.

„Gelbe Seiten hat durch den TikTok-Auftritt an Markenbekanntheit gewonnen und neue Zielgruppen erreicht. Diese nachhaltig zu begeistern ist die Herausforderung für zukünftige Projekte“, so Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing GmbH. Darüber hinaus möchte Gelbe Seiten seine Erfahrungen und Wissen auf TikTok auch mit Unternehmen teilen. So stellte das Branchenverzeichnis zum Beispiel fest, dass nach dem großen Erfolg der ersten Wochen mit unterschiedlichen Influencern die Wachstumskurve flacher wurde. Nach intensiver Analyse des Contents und der Strategie kam das Unternehmen zu dem Ergebnis, dass sich nur ein Posting pro Woche negativ auf den Algorithmus auswirkt, der entscheidet, welche Videos den Besuchern von TikTok angezeigt werden.

Wie Unternehmen von TikTok profitieren können

„Wir haben wahnsinnig große Erfolge auf TikTok erzielt, aber auch sehr viel gelernt“, sagt Dirk Schulte weiter. Unternehmen sollten auf dem Portal feste Formate etablieren und eine klare Content-Strategie entwickeln, um auf diesem Weg eine Community aufzubauen, die mit den Videos immer wieder interagiert, also Inhalte teilt und kommentiert.

Nach dem erfolgreichen Aufbau einer großen Zielgruppe setzt Gelbe Seiten nun auf wiederkehrende Personen und Elemente. In den Postings informiert inzwischen eine feste Moderatorin über Orte, die auch mithilfe von Gelbe Seiten gefunden werden können. Um dabei unterhaltsam zu bleiben, werden Orte präsentiert, die mit Superlativen oder außergewöhnlichen Geschichten in Zusammenhang stehen.

Zudem lenkt Gelbe Seiten durch die Beiträge auf der Plattform die Aufmerksamkeit auf verschiedene Fokusbranchen und den regionalen Handel sowie die Gastronomie, die unter den Corona-Einschränkungen stark gelitten haben.

„TikTok ist für uns alles andere als nur ein Experimentierfeld. Unser Engagement auf dem Portal ist inzwischen Teil unserer Markenbildung geworden. Dass wir es geschafft haben, mit jüngeren Zielgruppen in Kontakt zu kommen, beweist, dass sich mehr Unternehmen zutrauen sollten, neue Medien für sich zu entdecken und zu nutzen“, sagte Schulte abschließend.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 16 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 2020 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 700 Mio. Nutzungen*. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch als sprachbasierter Alexa Skill verfügbar und kann mit „Alexa, öffne Gelbe Seiten“ aufgerufen werden. 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 2020; repräsentative Befragung von 15.974 Personen ab 16 Jahren, Oktober 2020, 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 Mülhens
Tel.: 069 2731696 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de