

Das unterschätzte GIF

Eine Million Sichtkontakte in 6 Tagen um 0 Euro: Das Einhorn der Werbeindustrie ist Realität – und nennt sich Giphy.

WIEN. GIFs sind aus dem Social Media-Alltag nicht mehr wegzudenken. Mehr als 100 Mio. Personen nutzen dafür den Marktführer Giphy täglich und versenden jeden Tag mehr als eine Mrd. GIFs. Populäre Dienste, wie Facebook Messenger, Slack, Snapchat, Twitter oder Tinder sind mit der Giphy Library verbunden. Seit Anfang dieses Jahres wird auch Instagram Stories unterstützt. Vor allem bei der Instagram-Community sind die Sujets extrem beliebt.

Was viele nicht wissen: Theoretisch kann *jeder* GIFs erstellen und damit weltweit allen Usern zur Verfügung stellen (vorausgesetzt, sie werden von der Hostplattform Giphy zugelassen).

„Uns gefiel der Gedanke, Giphy als Marketingtool für unsere Kunden zu verwenden. Nach dem ersten Testballon waren wir komplett überrascht von dem Impact, den unsere GIFs hatten“, so Matthias Neumayer, Managing Partner von beatframes.

Massive Reichweite

Instagram Stories ermöglicht den Zugang und die Einbindung aller GIFs, die beim US-Unternehmen Giphy gehostet werden. Über das Menü in den Stories lassen sich Suchbegriffe eingeben, denen die GIFs zugeordnet sind. Über gezieltes Besetzen



© beatframes

Co-Gründer
Matthias Neumayer ist Managing Partner von beatframes und gründete gemeinsam mit Maximilian Hecke die Agentur.

von Suchbegriffen und die Erstellung von Creatives, die Nutzer gern in ihren eigenen Stories verwenden, wird eine massive Brand Awareness geschaffen.

„Mittlerweile sind fast alle unsere Kunden mit individuellen GIF-Stickern ausgestattet. Begonnen haben wir mit Juice Factory, eine fantastische Brand für Giphy, wie sich später herausstellen sollte. Wir haben zunächst Produktfotos mit integriertem Logo animiert, passende Keywords ausgewählt und bei Giphy eingereicht. In nur sechs Tagen verzeichneten die GIFs der Juice Factory über eine Mio. Aufrufe“, so Neumayer.

Brand Awareness

„Man muss sich vorstellen, dass weltweit alle Menschen, die gerade ihre Juices (welcher Art auch immer) in ihrer Story teilen, bei Keywords Juice,

Smoothies und Co auf die Juice Factory stoßen – eine Million Sichtkontakte in sechs Tagen, de facto kostenlos.“

„Unterm Strich bringt das der Juice Factory (und mittlerweile auch allen anderen Kunden) massive Brand Awareness zu minimalen Kosten.“ Natürlich würden die Kunden beginnen, selbst in ihren Stories jedes mal

”

Mittlerweile sind fast alle unsere Kunden mit individuellen GIF-Stickern ausgestattet.

Matthias Neumayer
beatframes

“

die GIFs zu verwenden, was wiederum die Fans anregt, das Gleiche zu tun. Somit ergebe sich hier ein weiterer Multiplikator, der weit über die eigentlichen Sichtkontakte hinausgeht – ein visuelles Brandingtool, das von den meisten Unternehmen und Agenturen bis dato komplett unterschätzt wurde, wie Neumayer weiter erklärt. (gs)

GIFs

Fast alle beatframes-Kunden sind mit individuellen GIF-Stickern ausgestattet – wie beispielsweise die Juice Factory.



© beatframes/Juice Factory

beatframes

Die Agentur

Die Werbeagentur beatframes wurde von Maximilian Hecke, Komponist und Musikproduzent, und Matthias Neumayer, Regisseur, gegründet. Gemeinsam haben die beiden ein markenfokussiertes Agenturmodell entwickelt, das Unternehmen trotz schlanker Struktur die gesamte Palette – von Idee über Kreation bis Distribution – bieten soll. Weitere Informationen finden sich online unter:

www.beatframes.at