



Kochstrasse™

Agentur für Marken



To GIF or not to GIF? Das ist längst nicht mehr die Frage. GIFs schaffen Kontext und machen Marke.

- Relevanz des Marken-Touch-Points „GIF-Search“ wird für große und kleine Marken immer wichtiger. GIF-Marketing ist heute Pflicht. Animierte GIFs steigern die Customer-Awareness spielerisch.
- Kochstrasse™ Agentur für Marken ist seit 2019 Vorreiter für GIF-Marketing in Deutschland. Motto: GIF Marketing – Genial. Intelligent. Furore. Machen.
- Der „Hidden Champion“ aus Hannover hat bereits über 16 Milliarden Views bei GIPHY und Tenor mit den eigenen GIFs generiert und war damit quasi auf jedem Smartphone der Welt präsent.

Hannover, 29. Oktober 2021: Sie sind witzig, bunt, schreiend schrill, erzählen eine klitzekleine, aber bedeutende Geschichte. Animierte GIFs, generiert und inszeniert für Kunden und in eigener Sache von Kochstrasse™, Agentur für Marken.

Ob als reichweitenstarkes Upgrade für Social Media, als leistungsfähigeres Tool für das Employer Branding, aus Design- und Konsistenzgründen, oder um schlichtweg vorne mit dabei zu sein, gute Gründe für GIFs gibt es genug.

„GIF-Marketing mit Branded- bzw. Corporate-GIFs ist heute fast Pflicht“, sagt Markus Kreykenbohm, einer von fünf Geschäftsführer:innen und Inhaber:innen bei der hannoverschen Agentur. „Menschen suchen nach Emotionen und finden passende GIFs für ihre Storys und Chats. Meist besser als ein Emoji, einfach, witzig und universell verständlich. GIFs schaffen Kontext und können so auch Marke machen. Ein immer noch unterschätzter Marken-Touch-Point.“

Die Kochstrasse™ hat eine extra Landingpage mit allen Informationen zum Thema GIF-Marketing veröffentlicht > <https://kochstrasse.agency/gif-marketing/>

Kreykenbohms Rat an Marketingverantwortliche in Unternehmen ist, einen Selbsttest zu wagen, und im GIF-Search auf <https://giphy.com> nach der eigenen Marke zu suchen. So wie es Kund*innen weltweit tatsächlich jeden Tag tun, auf Instagram und vielen anderen Kanälen. „Bei vielen Marken, auch bei Top-Performern, finde ich oft zwei Möglichkeiten. Entweder keine Treffer, also auch kein Touch Point, keine Awareness. Die Marke findet dann in einem sehr relevanten Kanal, der über 700 Millionen Suchanfragen pro Tag aufweist, einfach nicht statt. Oder fremdgesteuerte Treffer, da hat irgendwer ein Produkt der Marke zum GIF gemacht, das ist aber fast noch schlimmer als kein Treffer, denn so hat die Marke keinen Einfluss auf Positionierung, Corporate Design, Botschaften und Markenkonsistenz. Dann erzählt die Geschichte der Marke wer anderes – und im schlimmsten Fall falsch.“

Die Corona-Pandemie hat den weltweiten Trend zu GIFs noch verstärkt. Die hannoversche GIF-Schmiede Kochstrasse™ hat fleißig mit dazu beigetragen. Bislang generierten die GIFs aus Hannover auf den beiden größten Plattformen der Welt – GIPHY und Tenor – bereits mehr als 16 Milliarden Views. Ein GIF der Kochstrasse hat es auf Platz 11 der meistgesehenen GIFs weltweit 2020 auf GIPHY mit über 500 Millionen Views geschafft. Kreykenbohm: „Wir sind sehr stolz, so etwas wie der Hidden Champion für Branded GIFs aus Deutschland zu sein.“

Für Marken wie Volkswagen, Sennheiser, Manuka Health, AOK Niedersachsen, enercity und viele andere Unternehmen ist Kochstrasse bereits sehr erfolgreich und reichweitenstark den Schritt ins GIF-Marketing gegangen.

Zum Beispiel: Corporate GIFs für die Volkswagen Financial Services. Als Social Media Sidekick und als Content für B2B und B2C. Und schon über 100 Millionen mal betrachtet. Für diese neuen Wege der Produkt-, Service- und Mobilitätskommunikation für Präsentationen und Landingpages von Handelspartnern und Autohäusern der Finanztochter des Volkswagen Konzerns erhielt die hannoversche Agentur einen der begehrten 2021-ABC-Awards des Rats für Formgebung. Mehr hier: <https://kochstrasse.agency/works/case/automotive-giphy-tenor-channel/>

Über Kochstrasse™ Agentur für Marken

1995 auf einem Dachboden in der Kochstrasse in Hannover-Linden gegründet, ist die Agentur auf derzeit mehr als 60 Kolleg:innen gewachsen, knapp die Hälfte davon sind Frauen. Die Agentur gilt



www.kochstrasse.agency





Kochstrasse™

Agentur für Marken



unter anderem als hannoversche Talentschmiede, Kunden sind u.a. AOK Niedersachsen, Continental, Daimler, TUI, Volkswagen, Komatsu, Sennheiser sowie junge Start-ups in Hannover. Zum Spektrum der „Kochstrasse“ gehören die Corporate Design Entwicklung, Foto- und Filmproduktion, Verpackungsdesign, Social Media- und GIF-Marketing sowie Consulting zu Digitalisierungs- und Changeprozessen. Und Neuromarketing: Es misst mit neurowissenschaftlichen Methoden wie Produkte, Dienstleistungen und Image Verbraucher auf der Gefühlsebene ansprechen und gibt Empfehlungen, wie Marken ihre Wahrnehmung verbessern können. Gesa Lischka, eine der Geschäftsführer:innen und Inhaber:innen der Kreativ- und Neurostrategieagentur „Kochstrasse™ Agentur für Marken“ wurde 2020 mit dem STADT-HANNOVER-PREIS ‚Frauen machen Standort‘ für „ihr innovatives Unternehmensmodell und ihren Einsatz für ein solidarisches Arbeitsumfeld“ (Jury) ausgezeichnet.

Weiterführende Informationen:

<https://www.abc-award.de/die-gewinner/galerie/detail/37739-corporate-automotive-mobility-gifs-fuer-vwfs.html>

<https://kochstrasse.agency/works/case/automotive-giphy-tenor-channel/>

Pressekontakt für Kochstrasse™ Agentur für Marken:

Volker Seitz

Mob: 0157 5262 3923

volker.seitz@kochstrasse.de

www.kochstrasse.agency



www.kochstrasse.agency

