



Medieninformation

GOsnap startet Influencer- und Social Media-Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz

- **Skandinavischer Marktführer bringt sein Erfolgskonzept in die DACH-Region**
- **Potenzial-Kanäle Instagram, YouTube und Twitter, um mit Influencern erfolgreich zu werben**
- **innocent, Smoothie-Marktführer in Europa, ist einer der ersten Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz**

München, 23. Juni 2015 _ Social Influencer sind „always on“ – in den sozialen Netzwerken YouTube, Twitter und auch Instagram lassen sie ihre Follower, Freunde und Fans an ihrem Leben teilhaben: was sie erlebt haben, was sie unternehmen werden, welche Produkte sie besonders mögen und deshalb weiterempfehlen. Aufgrund ihrer enormen Reichweite und des Vertrauens, das Multiplikatoren innerhalb ihrer Community genießen, entdecken auch immer mehr Unternehmen die virtuellen Meinungsmacher für sich. Vor allem die Nordics erweisen sich aktuell als Vorreiter in Sachen Influencer-Marketing: Dort zeigt GOsnap bereits seit 2012, wie erfolgreiches Social Media-Marketing mit Influencern funktioniert. Insgesamt können Kunden über GOsnap mit mehr als 420 Influencern zusammen arbeiten und erreichen so eine Bruttoreichweite von über 43 Millionen Usern; Marken wie Unilever, McDonald's, 20th Century Fox, Canon und L'Oréal nutzen das Social Media Marketing-Angebot regelmäßig.

Das schwedische Erfolgsmodell startet nun auch in der DACH-Region: Ab sofort können Werbetreibende die einzigartige Plattform für ihr Influencer- und Social-Media-Marketing nutzen und ihre eigene Kampagne aufsetzen. Die professionelle Zusammenarbeit mit Influencern lohnt sich: Laut einer Studie der Hochschule Macromedia hat jeder dritte Deutsche in den vergangenen sechs Monaten mindestens eine Empfehlung über soziale Netzwerke gepostet, und vertraut auch in der Entscheidungsfindung auf Aussagen ihrer Meinungsführer.*

„Hier setzen wir bei GOsnap an und bringen Marken und Social Media-Influencer aus YouTube, Twitter und Instagram zusammen. Vor allem Instagram eignet sich besonders gut für das visuelle Storytelling – zum einen aufgrund der einfachen Nutzung durch Bilder und Hashtags, zum anderen aufgrund der unglaublich großen und attraktiven Zielgruppen, die

* Hochschule Macromedia für die Agentur webguerillas [Markenempfehlungen in sozialen Medien](#)

erreicht werden können“, erklärt Johanna Heller, VP Sales Europe für GOsnap. „Damit öffnen sich für werbetreibende Unternehmen völlig neue Optionen, auf einer persönlichen Ebene mit ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten – und vor allem die junge und weibliche Zielgruppe zu erreichen, an der traditionelle Werbeformen wie TV oder Print einfach vorbei gehen.“

Bei GOsnap sind alle Stars „handverlesen“ und „brandsafe“. Mit den Targeting Solutions können je nach Produkt und Marke die passenden Influencer für eine Kampagne ausgewählt werden. Aufgrund der hohen Reichweite können Werbetreibende Kampagnen in kürzester Zeit planen und quasi auf Knopfdruck ausliefern.

Und das Erstellen einer Kampagne ist kinderleicht: Hashtag benennen, Zeitraum der Kampagne bestimmen, Zielgruppen definieren und abschließend die gewünschte Reichweite buchen. Der Erfolg der laufenden Kampagne ist jederzeit transparent nachvollziehbar; abgerechnet wird wahlweise über Cost-per-Thousand-Follower oder Cost-per-Engagement.

innocent und 77Onlineshop erste Kunden in DACH

In DACH arbeitet GOsnap bereits mit mehr als 110 Influencern zusammen. Ein erster Kunde im deutschsprachigen Markt ist innocent, die für ihre Smoothies und Fruchtsäfte bekannte Marke. In der aktuellen Kampagne werden Instagram-Follower aufgerufen, unter dem Hashtag #LetsLovestorm ihre Erlebnisse rund um die Themen Nächstenliebe, Freude, Lebensfreude zu posten, um einen „Lovestorm“ loszutreten. Für jeden Hashtag spendet innocent 10 Cent an SOS-Kinderdorf.

77Onlineshop ist ein weiterer Launch-Kunde, der in Deutschland auf die Kompetenz von GOsnap setzt. Der Streetwear-Shop lässt Instagram-Stars mit dem Hashtag #Strandoutfit für die neue Sommermode werben.

„Wir freuen uns sehr, unser Konzept nun auch potenziellen Werbekunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz präsentieren zu können. Ich bin davon überzeugt, dass Influencer-Marketing auch hier nach und nach an Bedeutung gewinnen wird, und wir als Marktführer Skandinaviens mit unserem Knowhow beratend zur Seite stehen können“, so Heller.

Über GOsnap

GOsnap ist die führende Plattform für Marken, die mit den einflussreichsten Social Media-Stars zusammenarbeiten wollen. Mit GOsnap können Werbetreibende über die eigens entwickelte Plattform in nur wenigen Schritten ihre eigenen Influencer-Kampagnen aufsetzen und in Sekundenschnelle ganz einfach Millionen von Follower mit Hilfe der populärsten Stars auf YouTube, Instagram und Twitter erreichen. Neben Deutschland ist GOsnap auch in vier weiteren Märkten (Schweden, Norwegen, Dänemark und Finnland) aktiv.

Mehr Informationen unter www.gosnap.de

Pressekontakt

Christoph Hausel, Geschäftsführer

ELEMENT C GmbH

T: +49 89 720 137 – 20

E: c.hausel@elementc.de