

# Innovation Stage



Food4Future - Brand Empowerment

Götz Nieland

**TikTok als Dosenöffner**

Die Marke Cookie Bros. hat es mit cleverem Influencermarketing, zeitgemäßem Community Management und kreativem Content zu einer organischen Reichweite von 500.000 Followern bei TikTok geschafft.

Der Kurzvortrag gibt einen Einblick in die Erfolgsstory und zeigt auf welche Wege man als Marke gehen kann und sollte, um in der heutigen Zeit als "Lovebrand" wahrgenommen zu werden.

*TikTok as the can opener*

*Due to clever Influencer Marketing, up-to-date Community Management and creative content, the brand Cookie Bros. was able to get 500.000 follower on TikTok organically.*

*The short presentation will give a look behind the curtains of its success story and gives an example on how brands can and should position themselves in the social media universe nowadays, to be perceived as a "Love Brand".*