

## Pressemitteilung

### Backen auf eigene Gefahr

DECOCINO launcht Online-Video-Kampagne



**Mal was anderes, als die klassischen Küchen-Videos. Decocino startet Imagekampagne mit provokativem Spot zum Thema Backen und setzt damit weiterhin auf den Social Media Dialog mit den Kunden.**

Reichartshausen, 14.09.2017. Im Sandkasten, am Fußballfeld, auf dem Schulhof – wenn es um die Leistungen der Kinder geht, hört bei vielen Eltern der Spaß auf. Sie feuern ihre Kinder beim Fußballspiel frenetisch an, den Ball endlich rein zu machen ins Tor. Sie prahlen mit schulischen Leistungen, als hätten sie selbst die Eins im Diktat geschrieben. Sie platzen vor Stolz anlässlich der kreativen Ergüsse ihrer Sprösslinge. Egal, wie schräg die Klaviersonate klingt und wie schief der gebaute Turm geworden ist – Eltern begleiten, kommentieren und dokumentieren heutzutage alles, was ihre Kinder Tolles machen, und sie behalten das nicht für sich.

DEKOBACK GmbH  
 Neue Industriestraße 8  
 D-74934 Reichartshausen  
 (Germany)

Phone +49 (0) 62 62 / 926 930  
 Fax +49 (0) 62 62 / 926 931  
 E-Mail info@dekoback.com  
 E-Order order@dekoback.com  
 Web www.dekoback.com

Geschäftsführer /  
 Managing Directors  
 Sascha Hohl, Ceyhan Serbest,  
 Rüdiger Settelmeier

Registergericht /  
 Registration Court  
 Amtsgericht Mannheim  
 Handelsregister-Nr. /  
 Commercial Register No.  
 HRB 706 248  
 USt.-ID-Nr. / VAT No.  
 DE 263 799 183

Bank Inland /  
 Bank Details  
 Sparkasse Heidelberg  
 IBAN:  
 DE 25 6725 0020 0009 1275 50  
 BIC (SWIFT-Code):  
 SOLADE31HDB

Der Decocino Spot „Backen auf eigene Gefahr“ nimmt dieses weitverbreitete Elterngebaren auf die Schippe. Zum Plot: An einem schönen Herbstnachmittag sitzen zwei Mütter mit ihren Töchtern am Sandkasten. Die Kinder backen Sandkuchen, die Mütter hocken überflüssig herum. Bis eines der Mädchen eine kunstvoll dekorierte und obendrein dreistöckige Sandtorte gebacken hat. Sofort zückt die Mutter des Mädchens das Handy, um ein Foto zu machen. Die andere Mutter hält das nicht aus. Sie sprintet zur Torte und macht sie kaputt. Das harmlose Backe-backe-Kuchen-Szenario gerät zum Spielplatz-Desaster.

*„90 Prozent unserer Mitarbeiter sind Eltern. Ich selbst habe zwei Kinder. Wir kennen typisches Elternverhalten aus dem Alltag, und wollen uns selbst gar nicht herausnehmen. Wir verhalten uns ja genauso. Wobei wir die Situation im Spot natürlich bewusst überspitzt haben. Keine Mutter würde die Sandtorte eines Kindes zertrampeln“,* so Rüdiger Settelmeier, einer der Inhaber des Backdeko-Herstellers. *„Wir wollten ganz bewusst provozieren und dazu eine Situation aus dem Alltag als Grundidee heranziehen, die außerdem mit Backen zu tun hat. Aber eben nicht mit dem klassischen Backen in der Küche oder im Backstudio vor der Kamera. Leicht provokant und jenseits des Mainstreams – das passt zu uns!“*

Das Video ist der erste Spot einer Online-Video-Kampagne von Decocino und wird vom 20. September bis 03. Oktober 2017 auf Youtube und anderen Social Media Kanälen ausgestrahlt.

Mit der Kampagne setzt Decocino seine Social Media Strategie fort. Bereits 2013 startete das Unternehmen die Kooperation mit dem Youtube-Kanal „Sallys Welt“. Der Kanal war damals noch recht unbekannt. Heute ist Sally Deutschlands Top-Influencerin im Bereich Food und Europas Nummer Zwei mit monatlich rund 12 Millionen Zuschauern alleine auf Youtube. Sally verwendet zum Dekorieren ihrer Backwerke ausschließlich Decocino Produkte. Seit 2017 gibt es eine gemeinsame Produktlinie für Backzutaten. Mittlerweile investiert das Unternehmen mit weiteren digitalen Aktionen, wie z.B. der Online-Video-Kampagne, überwiegend in den direkten Dialog mit den Kunden via Social Media, und geht damit der Branche voraus. Laut DigitasLBI-Studie „Connected Commerce“ aus dem Jahre 2015 haben sich 32 Prozent der Social-Media-Nutzer schon einmal aufgrund einer Empfehlung auf Social-Media-Plattformen für ein Produkt oder eine Dienstleistung entschieden. Dem online-repräsentativen „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna zufolge, trafen

mehr als 27 Prozent der befragten Konsumenten bereits Kaufentscheidungen aufgrund von Werbung in den Social Media.

### **Über DEKOBACK und DECOCINO**

Das deutsche Unternehmen DEKOBACK GmbH ist auf die Entwicklung und den Vertrieb essbarer und nicht essbarer Dekorationsartikel für Backwaren spezialisiert. Ein Markenzeichen sind Lizenzprodukte mit Figuren aus Star Wars und anderen beliebten Disney-/Pixar-, Dreamworks, Mattel- und Marvel-Filmproduktionen. Rollfondants, Lebensmittelfarben, Zuckerglasuren, Streudekore und ausgefallene Dekorationsideen aus Zucker und Oblaten erweitern das breite Sortiment. Das Unternehmen ist mit mehr als 500 Vertriebspartnern und rund 30.000 Verkaufsstellen in über 10 Ländern aktiv. DEKOBACK verfolgt das Ziel, mit Trendthemen und leicht zu verarbeitenden Produkten, Laien und Backfans gleichermaßen zu begeistern und ihnen für die Umsetzung ihrer kreativen Ideen die passenden Produkte zu bieten. Im Zuge der fortschreitenden Internationalisierung und Sortimentserweiterung wurde Anfang 2015 für alle Backprodukte der Markenname DECOCINO eingeführt.

**Video und Standbilder auf Anfrage, ab 20.09.2017 auf youtube**

**Belegexemplar erbeten**

### **Weitere Informationen**

[www.decocino.com](http://www.decocino.com)

[www.dekoback.com](http://www.dekoback.com)

[www.facebook.com/dekobackgmbh](https://www.facebook.com/dekobackgmbh)

[www.instagram.com/dekoback\\_gmbh](https://www.instagram.com/dekoback_gmbh)

### **Pressekontakt**

Dr. Lydia Hilberer

Tel. +49 (0) 6262 92693 55

DEKOBACK GmbH

Fax +49 (0) 6262 92693 01

Neue Industriestraße 8

E-mail: [l.hilberer@dekoback.com](mailto:l.hilberer@dekoback.com)

74934 Reichartshausen