einfach TASTY®

VOM SOCIAL MEDIA EXPERIMENT
ZUM ANALOGEN KASSENSCHLAGER

INNERHALB VON 2 JAHREN WURDE TASTY DIE GLOBAL STÄRKSTE KOCH-COMMUNITY

539M

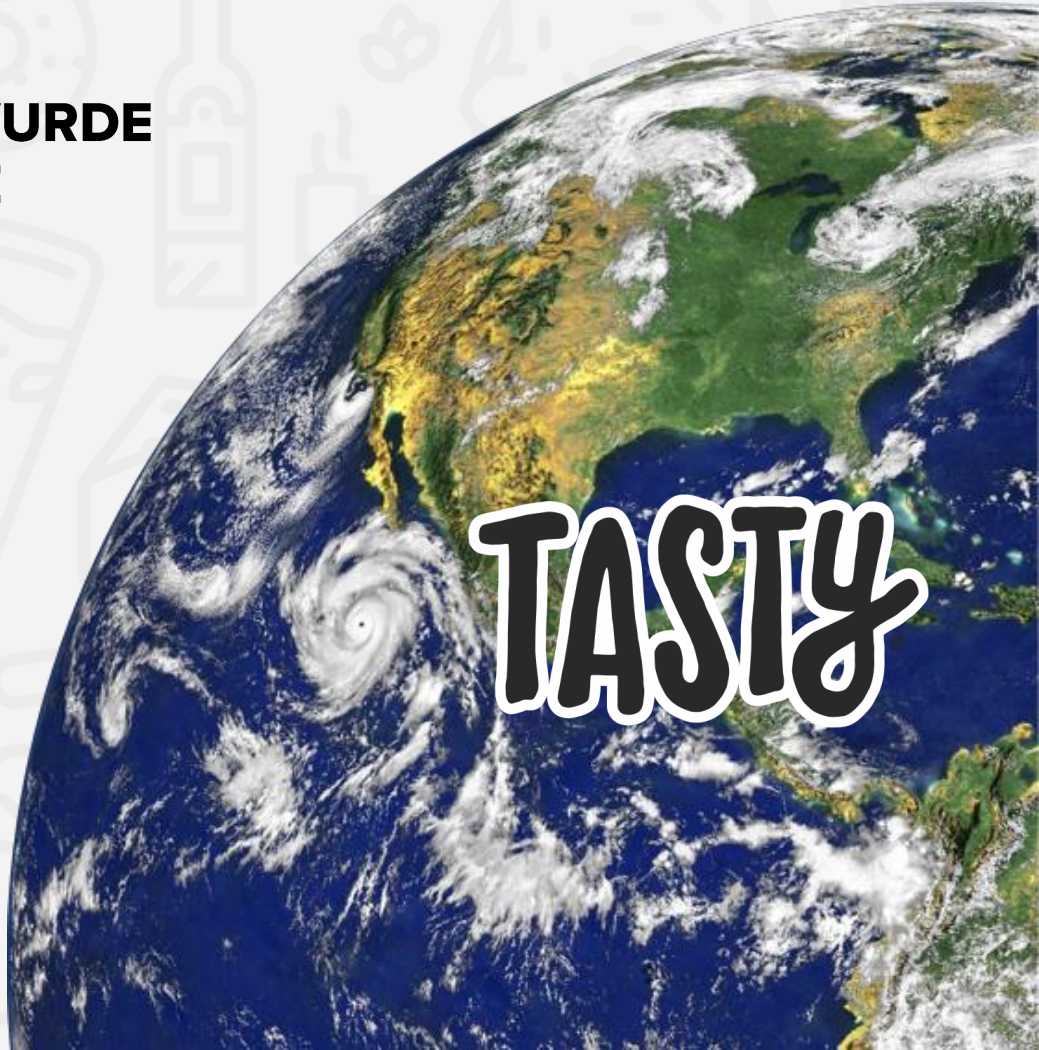
Monatliche Nutzer

2,1 Mrd

Monatliche Video Views

#1

Publisher auf Facebook



Source: Facebook Audience Insights, Nielsen Digital Ratings (Aug 2017 Tagged)

UM TASTY ZU ERSCHAFFEN, HABEN WIR DAS INTERNET ALS VORKOSTER BENUTZT.

Es begann mit einem Experiment auf Facebook

BuzzFeed wollte ursprünglich Küchentipps für die User erstellen und entdeckte dabei den Erfolg von Top-Down-Videos

BuzzFeed nimmt “Kochen & “Taste Tests” in den Fokus

Nach einigen viralen Erfolgen, baut BuzzFeed den Bereich “Food” mit Tests und Rezepten aus.

TASTY entsteht

Der Tasty Facebook Channel wird 2015 erschaffen und erreicht bereits im ersten Monat über 1,2 Mio Likes

Internationalisierung & Wachstum

Tasty hat schnell verstanden seine Marke an die jeweiligen Länder und Esskultur anzupassen ohne den ursprünglichen Stil aufzugeben

Aus dem Internet in die reale Welt

Der Erfolg von Tasty hat auch den Weg in die reale Welt geebnet und sich zu einem absoluten Bestseller im Bereich der Kochbücher entwickelt.

ES FING ALLES MIT KOCHTIPPS AN, ABER WACHSEN KONNTEN WIR NUR DURCH UNSERE NUTZER.

EMOTIONALE VERBINDUNG

"Schau dir das an!"

9 von 10
Kommentaren taggen einen anderen Nutzer

NUTZEN

"So einfach!"

"Vielleicht für heute zum Abendessen?"

BINDUNG

NOSTALGIE

"So hat Mama das auch immer gemacht."

"Das hier ist mein Favorit!"

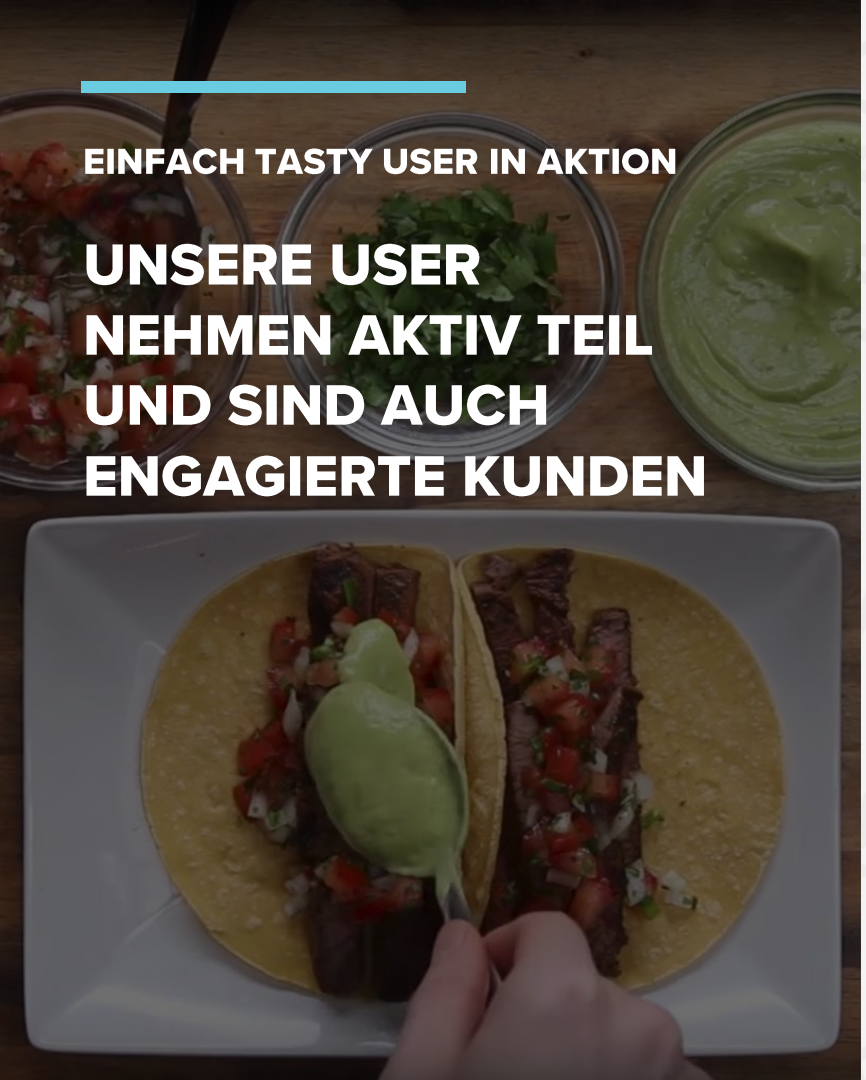
IDENTITÄT

EINE MASSIVE MARKE

Die in Deutschland immer noch wächst

MONETARISIERUNG DIGITAL & ANALOG

einfach TASTY®



EINFACH TASTY USER IN AKTION

UNSERE USER NEHMEN AKTIV TEIL UND SIND AUCH ENGAGIERTE KUNDEN

MARKENBOTSCHAFTER

81%

würden “Einfach Tasty” Freunden und Familie weiter empfehlen

2.9x

So aktiv im Austausch via Social Media zum Thema “Kochen” wie der durchschnittliche Deutsche

HOBBYKÖCHE

5 von 6

der “Einfach Tasty” User haben bereits ein Rezept nachgekocht

2 von 3

haben bereits bis zu 10 Rezepte nachgekocht

MARKENTREU

20%

kaufen EXAKT die verwendeten Marken aus den Videos

9 von 10

Kommentaren enthalten einen @Tag

Source : Facebook Analytics (Jan 20) ; Tasty Cooking Study via Lucid (Mar 19

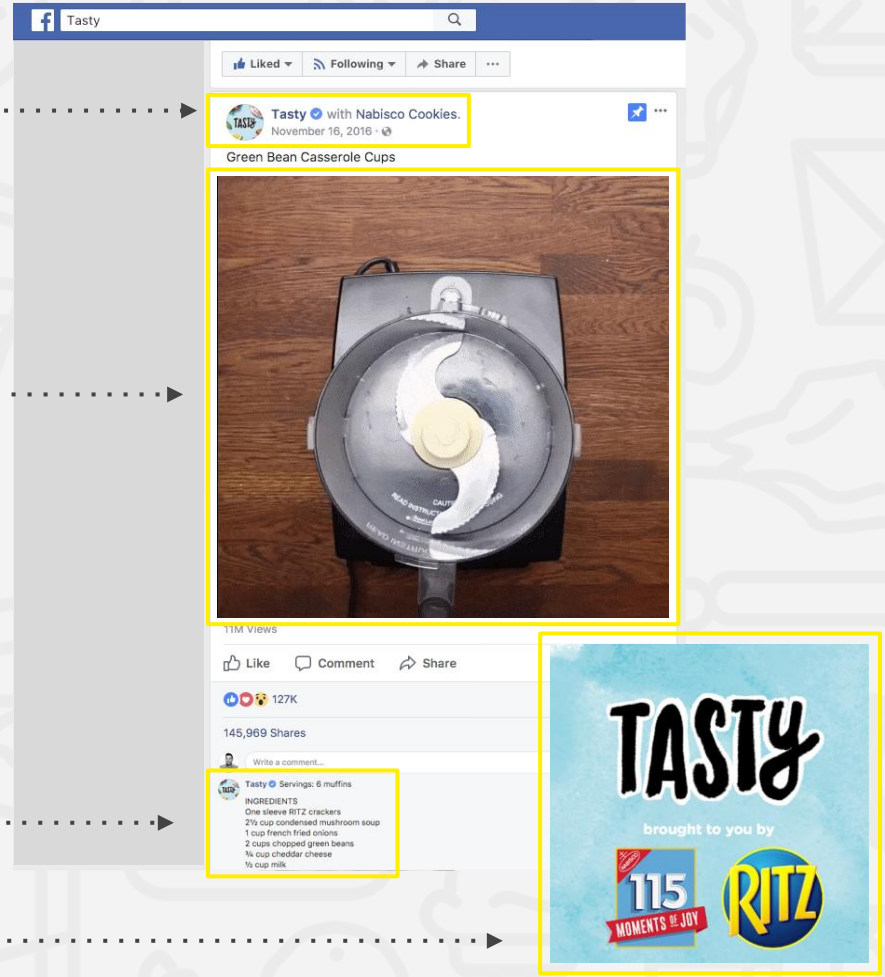
MARKEN INTEGRATION.

SOCIAL HANDSHAKE
Mit der größten Koch-Community

BRAND HERO SHOT
Innerhalb der ersten 3Sek

BRAND CALLOUT
Im Rezept in der Kommentarsektion

ENDKARTE
Für die maximale Markenwahrnehmung



Tasty x Uncle Bens

Für Uncle Bens produzieren wir regelmäßig Tasty-Videos um neue oder altbekannte Produktgruppen zu bewerben.

ABER UNSERE MÖGLICHKEITEN ENDEN NICHT IM FEED.

Wirklich Spaß macht es eine Marke auch analog zum Leben zu erwecken.
Welche Gebiete in Frage kommen hängt natürlich immer von der eigenen Positionierung ab.
Diese Ideen kamen bei unserem Brainstorming raus.

TASTY KOCHBÜCHER

Für alle die gerne ein Buch statt einem Handy beim Kochen zur Hand haben

TASTY KÜCHENHELFER

Eine Kollektion der klassischen Küchenutensilien für den Hobbykoch

TASTY PRODUKTE

Custom Events to activate your campaign and bring your bring your campaign to life. We can even break this out into media extensions.

TASTY EVENTS

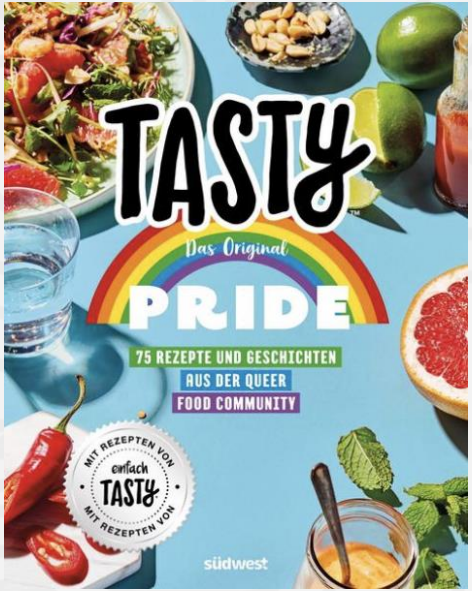
Ein niedrigschwelliges Angebot für Produktlaunches oder spezielle Aktionen, das man auch wunderbar medial begleiten kann.

Tasty x Random House/ Südwest Verlag

Mit dem Südwest Verlag geben wir in Deutschland bereits gemeinsam das 4te Kochbuch heraus.
In 2021 folgen noch weitere TASTY-Kochbücher.

NEU ERSCHIENEN

KOMMT BALD



Tasty x Fackelmann x Kaufland

Gemeinsam mit Fackelmann produzieren wir die TASTY Küchenhelfer, die seit Oktober 2020 in allen Kaufland-Filialen erhältlich sind.

BASIS SORTIMENT

SAISON ARTIKEL

WIE PROFITIEREN MARKE UND KOOPERATIONSPARTNER

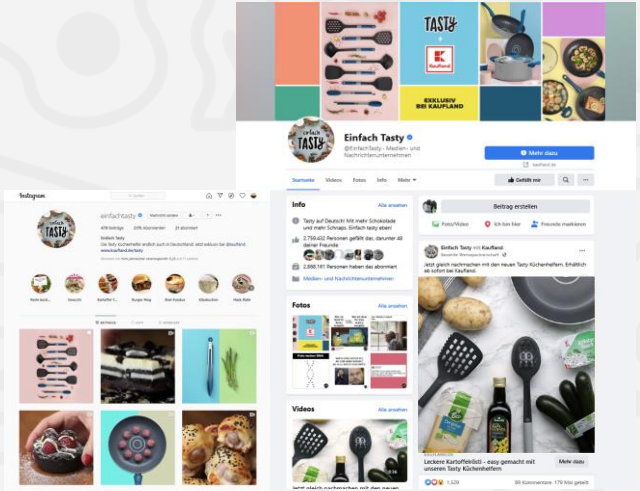
GEMEINSAM STARK

Jeder der Partner ist durch das gemeinsame Ziel maximal motiviert die gemeinsame Produktlinie werblich zu unterstützen. Dadurch profitiert jeder der Partner auch von der Bekanntheit in neuen Zielgruppen.

Kaufland

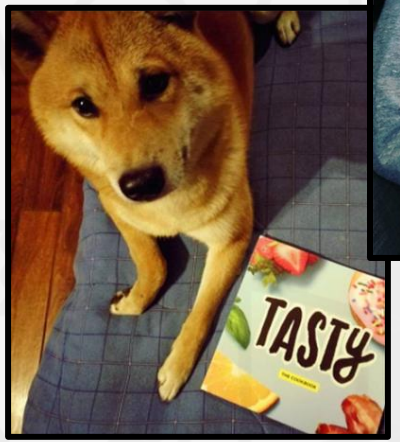
FACKELMANN

einfach TASTY



WIR NEHMEN AM REALEN LEBEN TEIL.

Wir schaffen eine tiefere Bindung zu unseren Nutzern, wenn wir auch einen Platz in ihrem Bücher- oder Küchenregal haben.



Eine Community die nicht nur im Netz funktioniert

OH YES!