

# COUNTERPART GROUP

Pressemitteilung

## **Counterpart Group realisiert Influencer-Kampagnen für Steinhaus**

Der Hersteller von frischer Pasta, Braten- und Wurstwaren vertraut auf Influencer- und Social Media-Expertise der Kölner Kommunikationsagentur.

**Köln, 18. Juni 2018. Die Counterpart Group setzt die Markenkommunikation auf [Facebook](#) und das Influencer Marketing für Steinhaus um. Die Steinhaus GmbH blickt auf eine über 175-jährige Firmengeschichte zurück und gilt heute nicht nur als Bratenspezialist und Frische-Pasta-Pionier in Deutschland, sondern ist auch Experte für Themen rund um Rezepte und Zutaten. Um das Wissen und die Vielfalt des Sortiments direkt mit den Konsumenten zu teilen, setzt das Unternehmen auf das Social Media-Know-how der Kölner Kommunikationsagentur. Mit einem zielgruppenrelevanten Konzept und kreativen und unterhaltsamen Kampagnen präsentiert sich Steinhaus seiner Facebook-Community als zeitgemäße und interessante Marke. Dank gezielter Influencer-Kooperationen ist das umfangreiche Sortiment von frischer Pasta, Fleisch- und Wurstwaren auch auf zahlreichen deutschen Food-Blogs präsent.**

Liebe zum Detail, Alltagstauglichkeit und konstante Qualität auf höchstem Niveau – dafür steht die Marke Steinhaus. „Die Herausforderung bei der Social Media-Kommunikation liegt darin, Nutzern einen echten Mehrwert zu bieten und so aus der Masse an Fanseiten hervorstechen und sich klar zu positionieren“, sagt Judith Dobner, Geschäftsführerin der Counterpart Group. „Dies erreichen wir bei Steinhaus, indem wir uns auf die Stärken des Unternehmens fokussieren und Content mit einem starken Wiedererkennungswert schaffen. Auch der direkten Interaktion mit der Community und einem fortwährenden Austausch mit den Fans messen wir großen Wert bei.“

## **Content mit Mehrwert: Rezeptideen, Wissenstests und Themenwochen**

Wenn es um leckere Zutaten und kreative Rezeptideen geht, sind die Facebook-Nutzer bei Steinhaus an der richtigen Adresse: Mit den von der Counterpart Group erstellten Content-Kategorien „Wir klären auf“ und #SteinhausRezeptidee erhält die Community Hintergrundinformationen und Tipps zu einzelnen Zutaten, wie z.B. dem Kürbis, und bekommt am nächsten Tag die passende Rezeptidee dazu – natürlich schnell und einfach zubereitet mit einem Produkt von Steinhaus. Regelmäßige Wissenstests und Themenwochen wie die #SteinhausKräuterwoche bieten den Facebook-Nutzern echten Mehrwert, während die Kategorie „Küchenpannen aus dem Netz“ auf lustige Art und Weise unterhält. Darüber hinaus stellt Steinhaus Bezug zu aktuellen Themen und Ereignissen wie dem Eurovision Song Contest oder den Olympischen Spielen her und bleibt so immer im Gespräch. Im Zentrum der Kommunikation steht zudem das Familienunternehmen mit seiner 175-jährigen Tradition. Geplant ist außerdem eine Video- und Bild-Rubrik, in der Mitarbeiter Fragen beantworten und so der Marke Steinhaus ein Gesicht verleihen.

# COUNTERPART GROUP

„Wir möchten unseren Kunden das Rundum-Paket bieten und ihnen zeigen, wie sie unsere Produkte kreativ und abwechslungsreich zubereiten können. Deshalb setzen wir zusätzlich auf ein digitales Markenerlebnis - mit Tipps und Tricks für die Küche, ein bisschen Unterhaltung und allem was dazu gehört“, sagt Oliver Frielingsdorf, Marketingleiter der Steinhaus GmbH. „Mit der Counterpart Group als professionellem Partner für die Social Media-Kommunikation können wir unsere Zielgruppen mit den richtigen Inhalten erreichen, unsere Leidenschaft für Lebensmittel mit ihnen teilen. Unsere Steinhaus Qualitätsgarantie gilt ab sofort auch für unsere Social Media-Kommunikation.“

Neben Facebook setzt die Counterpart Group für Steinhaus auch auf Influencer Marketing, um die digitale Reichweite zu maximieren. Als Experten aus Leidenschaft erreichen Food-Influencer mit ihren Rezeptideen und Ernährungstipps tausende Fans und Follower und sind daher ideale Botschafter für die Marke Steinhaus. Die Counterpart Group wählt regelmäßig neue Influencer aus, deren Content besonders gut zur Markenphilosophie von Steinhaus passt. Der Rahmen der Zusammenarbeit wird definiert und festgehalten: Die Influencer kreieren ein eigenes Gericht rund um ein ausgewähltes Steinhaus-Produkt und inspirieren damit die Fans auf ihren Social Media-Kanälen. Die frische Pasta von Steinhaus verwandelt sich auf den Blogs *Emmi kocht einfach*, *Kochkarussell*, *Ayses Kochblog* und *Maltes Kitchen* zur Frittata, Lasagne oder einem sommerlichen Nudelsalat. *Bigmeatlove* nutzte die Kooperation mit Steinhaus, um endlich sein liebstes Pastarezept mit seinen Followern zu teilen. Die Steinhaus Tomaten-Mozzarella-Tortelli serviert er mit selbstgemachtem grünen Pesto, Cherrytomaten, Rucola, Pinienkernen und Garnelen. Die kreativen Rezeptideen der Influencer werden auch von der Steinhaus Facebook-Community begeistert aufgenommen. So erreicht die Counterpart Group für Steinhaus eine enge Verknüpfung der Online-Inhalte und nutzt Synergien.

Mehr zu Steinhaus erfahren Sie [hier](#).

## Über die Counterpart Group

Die Counterpart Group mit Sitz in Köln wurde 1991 mit dem Anspruch gegründet, alle Kommunikationsleistungen mit einer strategischen, medienübergreifenden Beratung zu verknüpfen: Zur Agenturgruppe gehören Units aus den Bereichen Brands, Digital, Content Marketing und Public Relations. Damit vereint die Unternehmensgruppe alle kommunikativen Disziplinen unter einem Dach und ist seit 27 Jahren für ihre Kunden ein kompetenter und kreativer Sparringspartner, eben ein echter Counterpart. Die Arbeitsweise ist effizient, messbar und unabhängig – den Blick immer auf den „Return on Investment“ gerichtet. Auf das Know-how der Kommunikationsprofis aus der Domstadt vertrauen Kunden z.B. aus den Bereichen Handel, Fashion & Lifestyle, Kind & Jugend, Food & Beverages, Home & Living sowie Technik.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.counterpart.de](http://www.counterpart.de).

## Pressekontakt Counterpart Group:

Marc Pfeil / Britta Schöpfer  
Kamekestr. 21  
50672 Köln  
Telefon 0221 / 951 441-49 / -901  
Fax 0221 / 951 441-50  
E-Mail: [marc.pfeil@counterpart.de](mailto:marc.pfeil@counterpart.de)  
[britta.schoepfer@counterpart.de](mailto:britta.schoepfer@counterpart.de)  
[www.counterpart.de](http://www.counterpart.de)