

HORSCH

WIE **HORSCH** ERFOLGREICH
LANDMASCHINEN FÜR DEN
MODERNEN ACKERBAU AUF
SOCIAL MEDIA VERMARKTET

*„Facelift Cloud setzt all diese Herausforderungen für
die HORSCH Maschinen GmbH um und passt sich
an die Bedürfnisse an.“*



Cordelia Dienstbier

Verantwortlich für Facelift Cloud
bei HORSCH

facelift



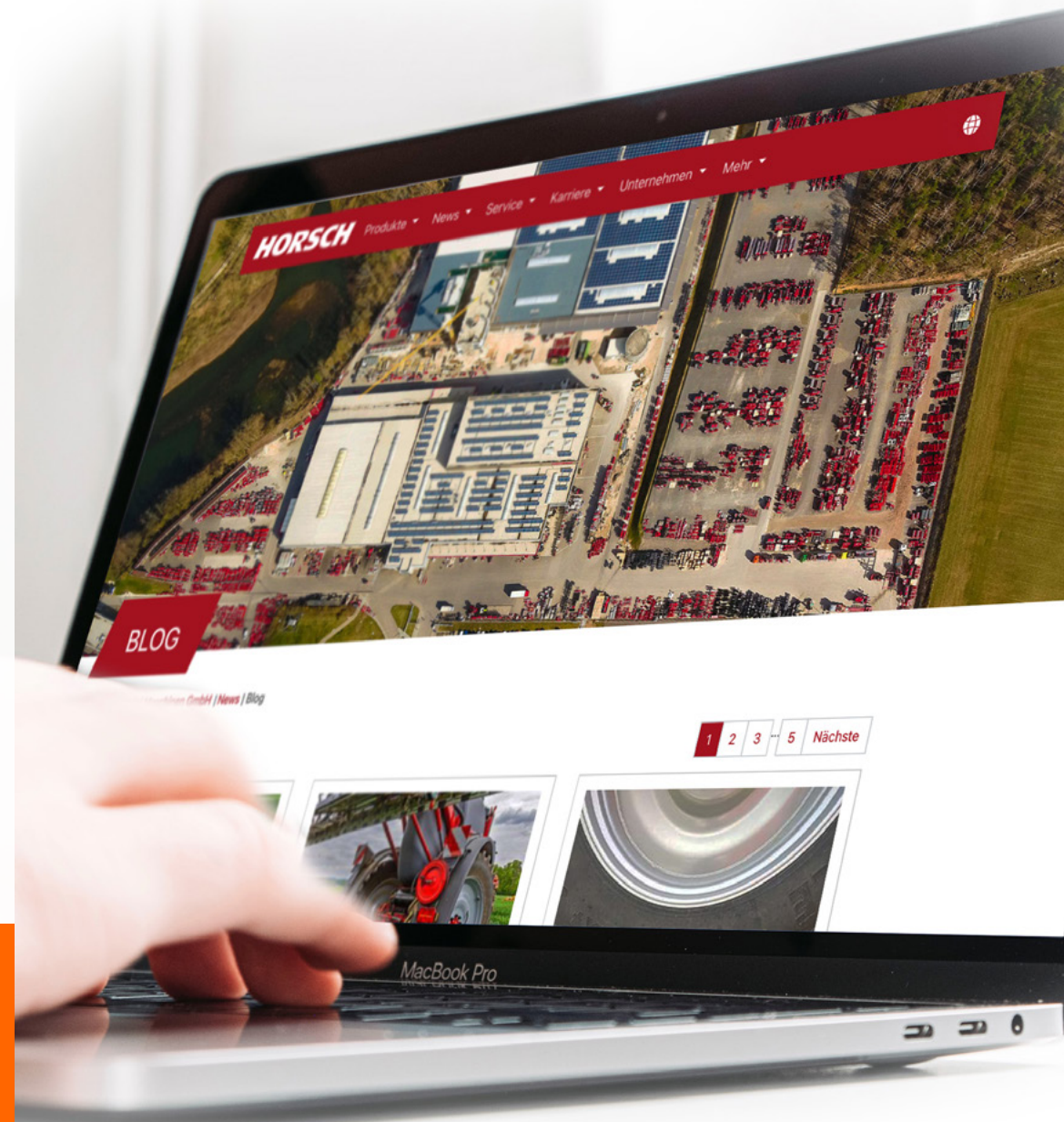
AGRARTECHNIK 2.0: HORSCH UND SOCIAL MEDIA, EIN ERFOLGREICHES GESPANN

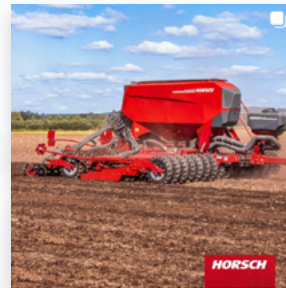
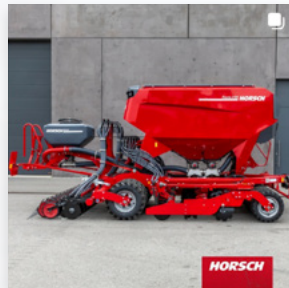
HORSCH ist ein weltweit agierender Landmaschinenhersteller für Anbaugeräte. Schwerpunkt sind Maschinen im gezogenen Bereich – d. h. die durch einen Schlepper gezogen werden. Ausnahmen bilden bestimmte Pflanzenschutzspritzen. Fokus der Produkte sind der moderne Ackerbau, um den Ackerboden langfristig und gesund zu bewirtschaften. Die Geschäftsführung besteht nach wie vor aus dem Ideengeber Michael Horsch, der die HORSCH Maschinen GmbH 1984 gründete, als auch seine Frau Cornelia Horsch, sein Bruder Philipp Horsch und Theo Leeb.

Das Unternehmen ist international ausgerichtet und bespielt insgesamt 42 Kanäle. Zu den wichtigsten Kanälen gehören vor allem Instagram und Facebook. Allerdings werden auch andere Plattformen wie Twitter, YouTube, LinkedIn und XING genutzt.



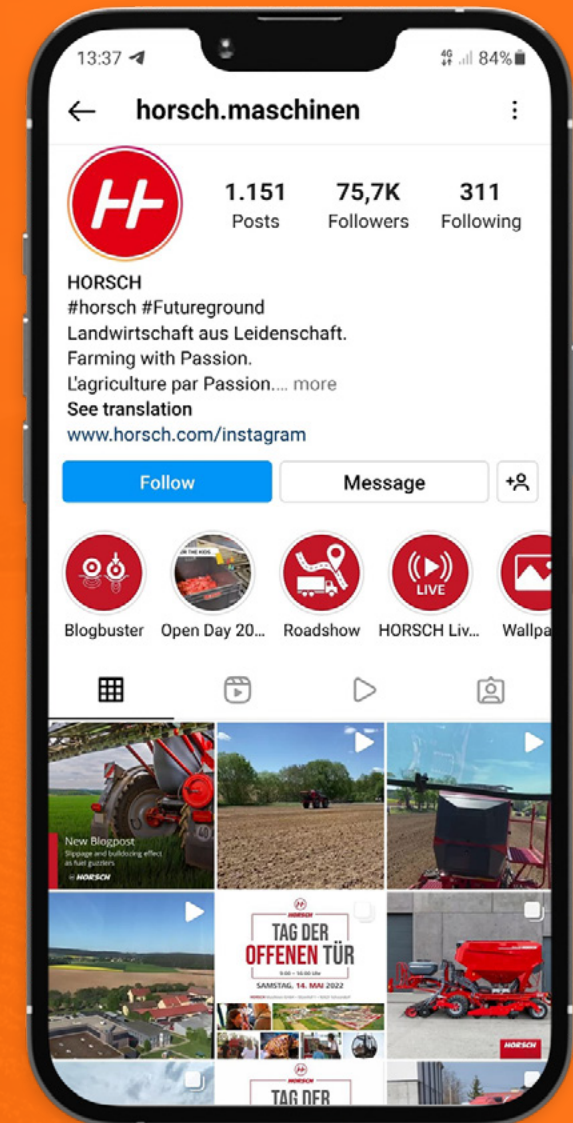
Die wichtigsten Plattformen für HORSCH





HORSCH VERMITTELT WISSEN AUF SOCIAL MEDIA UND STÄRKT SO DIE MARKE

Die HORSCH Maschinen GmbH möchte mit ihrem Social-Media-Management Gedankengut und Expertenwissen weitergeben. Zu der Strategie gehört es, einen Mehrwert zu schaffen und weniger mit bloßen Bildern zu arbeiten. Es wird neben den Maschinen und Ackerbau-Content, auch aufklärendes Wissen vermittelt. Fragen wie *“Wie bewirtschafte ich meinen Boden?”* oder *“Wie muss ich bei einem trockenen Sommer mit meinem Boden umgehen?”*, soll die Zielgruppe mit Informationen versorgt werden. Der Kern der Social-Media-Strategie stellt die Markenbildung in den Vordergrund.

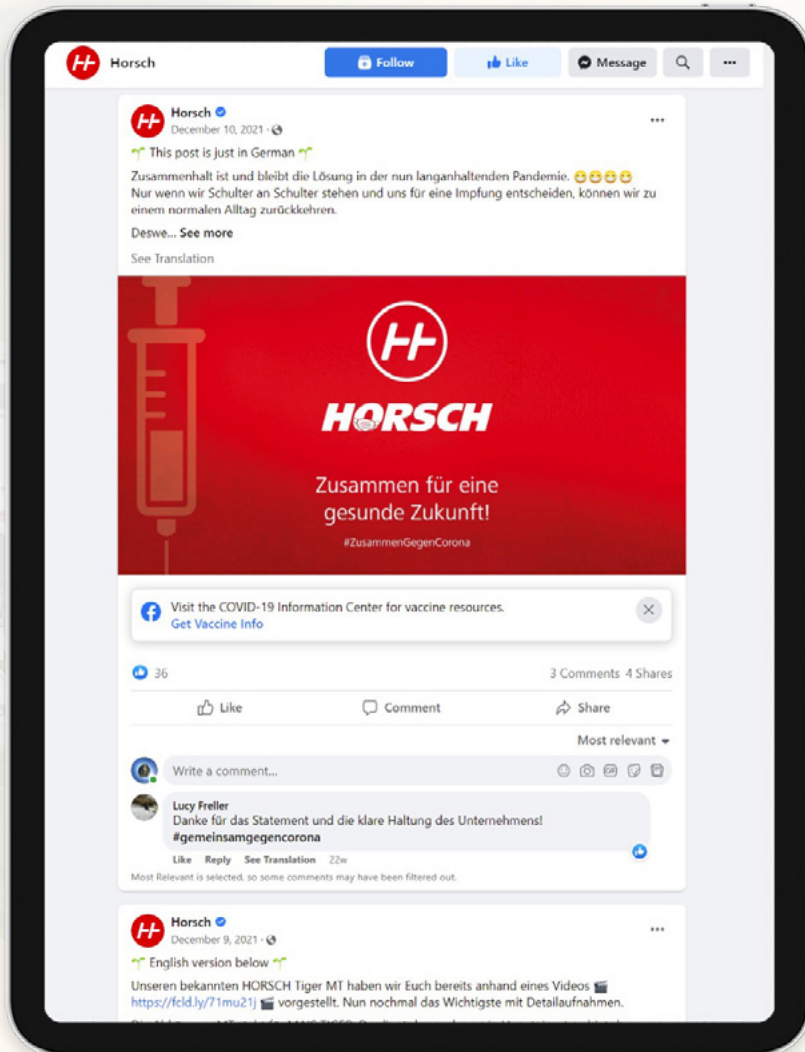


Der Onlineauftritt auf Instagram

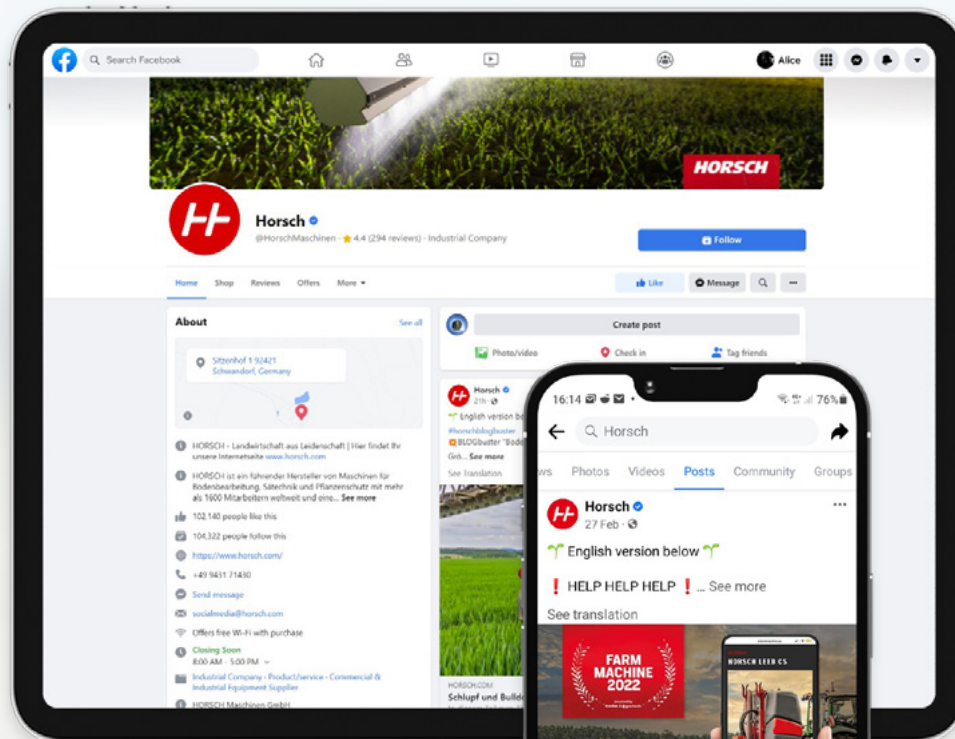
KÜNFTIGE KÄUFER IN VERSCHIEDENEN LÄNDERN ERREICHEN

Die Kernzielgruppen der HORSCH Maschinen GmbH befinden sich im mittleren Alter, wenngleich auf den Plattformen das jüngere Semester bespielt wird. **Es werden dabei hauptsächlich zukünftige Kunden und Nachfolger der Betriebe angesprochen.** Natürlich unterscheiden sich die Zielgruppen auf den verschiedenen Plattformen. Auf Instagram und Facebook wird eine direkte Kundenansprache erzielt, wohingegen XING und LinkedIn vor allem für das Employer Branding genutzt werden. Twitter wird länderspezifisch unterschiedlich genutzt, da dort viele Investoren tätig sind, die große Betriebe haben und sich über Arbeitsweisen und Arbeitsergebnisse der Maschinen informieren.

Als deutsches Unternehmen ist DACH sehr stark im Fokus. Darüber hinaus hat die Familie Horsch Wurzeln in Frankreich, weshalb auch dieses Land stark im Umsatz ist. Die skandinavischen Länder wachsen derzeit auch sehr stark, ebenso wie Brasilien und Osteuropa.



Eine visuelle Initiative des Unternehmens auf Facebook zur Eindämmung der Coronapandemie



Der Feed von HORSCH auf Facebook

LÄNDERÜBERGREIFENDES STORYTELLING UND STARKE COMMUNITY

In einer crossmedialen Strategie werden der Blog, die Webseite und Social Media durch gegenseitige Verlinkungen miteinander verknüpft. Das birgt viele Chancen und ermöglicht, dass Synergien effektiv genutzt werden. **Storytelling wird länderübergreifend gestaltet, wobei der zentrale Content in Deutschland entwickelt wird.**

Bei Facebook wurde eine **starke Community mit 100.000 Followern** geschaffen, weshalb diese Plattform neben Instagram im Fokus steht. Ziel ist es, noch mehr Reichweite zu generieren und den Content weiter auszubauen. Instagram zieht mit dem Fokus nach, da dies die Plattform ist, auf der man vor allem mit emotionalen Formaten weiterkommt.



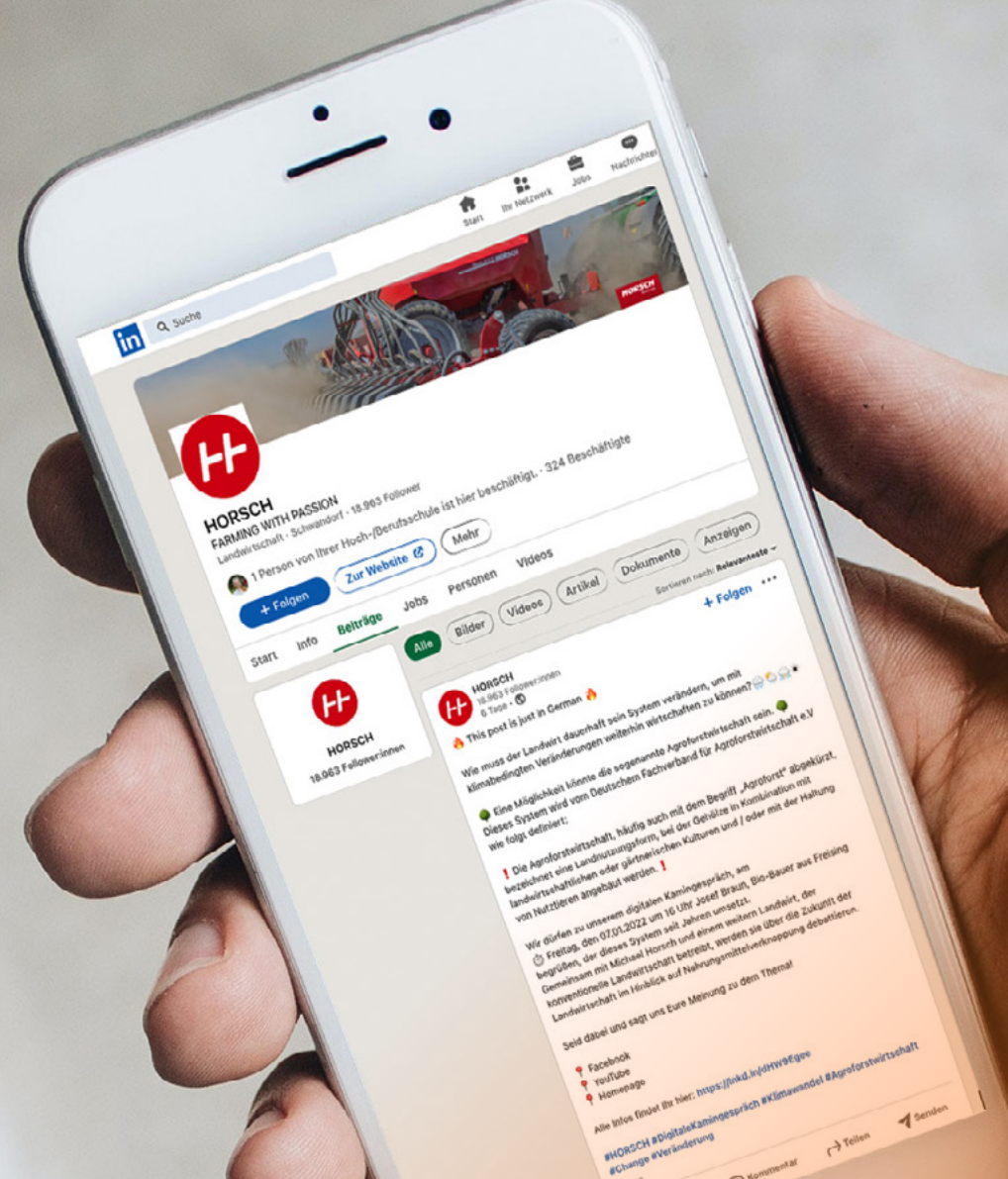
**100.000
FOLLOWER**

DIE HERAUSFORDERUNG: KOMMUNIKATION ÜBER MÄRKTE HINWEG MEISTERN

Das **Kernproblem** ist die **internationale Struktur** und die **diversen Wissensstände und Expertisen im Bereich Social Media**. Es gibt nur eine Social Media-Managerin, die den Überblick über alle Themen hat und auch die Rechte verwalten kann. HORSCH beschäftigt allerdings mehrere Mitarbeiter:Innen im (internationalen) Marketing. Diese fokussieren sich hauptsächlich auf klassisches Marketing und nicht auf Social Media. Viele verschiedene Mitarbeiter bringen **unterschiedliche Wissensstände, Kapazitäten und Motivationen im Social-Media-Management mit, was teilweise zu sehr unterschiedlichen Arbeitsweisen führt**. Diese verschiedenen Parameter müssen gut organisiert und analysiert werden. Grundsätzlich ist HORSCH eine gleichmäßige Bespielung der Kanäle und ein abteilungsübergreifendes Arbeiten sehr wichtig.

Ein **wichtiger Lösungsansatz für HORSCH** bietet das **Rechte-Management von Facelift Cloud**. Durch schwierige Umstände und einen Hacker-Angriff in der Vergangenheit, wurde HORSCH die eigene Verwundbarkeit und auch die Kostbarkeit der verschiedenen Netzwerk-Accounts nochmal ganz deutlich.

Eine **weitere Herausforderung** ist das **unterschiedliche Maschinen-Sortiment in den verschiedenen Ländern**. Hier gilt es entsprechend den Überblick aller Abteilungen und Länderstandorte zu erhalten und mehr Transparenz zu ermöglichen. Auf diese **Weise kann der Wissenstand aller Teams weitergeben und Updates schneller kommuniziert werden**. Diese Herausforderung wird mit Facelift Cloud und den Produktmanagern der einzelnen Länder bewältigt. Entsprechend stehen Kommunikation und Effizienz an erster Stelle.



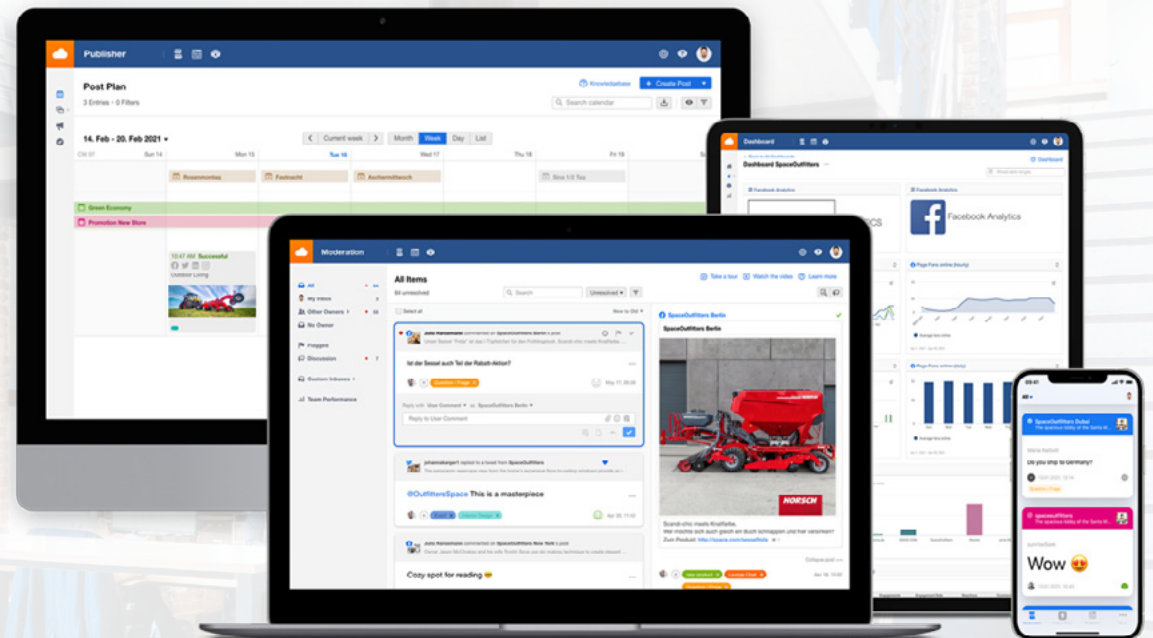
1. Internationale Struktur
2. Unterschiedliches Sortiment
3. Unterschiedlicher Wissensstand

Der Onlineauftritt auf LinkedIn

FACELIFT CLOUD BEGEISTERT MIT KLAREM RECHTESYSTEM UND EFFIZIENTEM CONTENT-SHARING

Die HORSCH Maschinen GmbH arbeitet seit 2018 mit Facelift Cloud. Ursprünglich sind die gesamten Rechte über die Social Media Plattformen selber organisiert worden. Damals gab es die Business ID noch nicht, da der Redakteur die Rechte verteilt hat. Mittlerweile nutzen über 25 Mitarbeiter von HORSCH Facelift Cloud als Zugang.

Das Herzstück des Social-Media-Managements ist für HORSCH die **zentrale Content Creation** und das **Community Management** mittels einer **Inbox für alle Kanäle** dank **Facelift Cloud**. Vor allem das Erstellen von vielfach ähnlichen Beiträgen für unterschiedliche Kanäle und Märkte **spart eine Menge Aufwand und Zeit**. Über den integrierten Kalender im Publisher erhalten alle beteiligten Kolleginnen und Kollegen Inspiration und einen einheitlichen Überblick.



Das Facelift Cloud-Konto von HORSCH



“Der amerikanische Markt ist ein Paradebeispiel. Das Sortiment dort bietet ganz andere Schlepper-Arten und Maschinen, als wir es in Europa haben. Der osteuropäische Markt dagegen hat zum Beispiel Maschinen, die in Deutschland nicht zugelassen werden, weil andere Maße für die Straßen gelten. Das Learning daraus ist einfach: Es wird eine Software benötigt, welche alle Plattformen und Mitarbeiter bündelt. Es muss einen Ansprechpartner und eine Softwarelösung geben, die alles komprimieren. Facelift Cloud setzt all diese Herausforderungen für die HORSCH Maschinen GmbH um und passt sich an die Bedürfnisse an.”



DIE FÜHRENDE **ALL-IN-ONE-LÖSUNG** FÜR SOCIAL MEDIA MARKETING

Facelift Cloud ist eine mehrfach zertifizierte Software-Lösung mit allen Komponenten für professionelles Social Media Marketing. Das Tool ist ISO 27001 zertifiziert und entspricht damit höchsten IT-Sicherheitsstandards.

Mit über 250 Angestellten und mehr als 2.000 globalen Kunden bietet Facelift die weltweit führende Technologie für Social Media Marketing aus Europa.

Facelift ist offizieller Meta Business Partner und Teil des Instagram Partner Programms.

Mehr erfahren

Facelift brand building technologies GmbH

Gerhofstraße 19
20354 Hamburg

contact@facelift-bbt.com

 Meta Business
Partners

 Instagram
Partner

 WhatsApp Business
Solution Provider

 Pinterest
Partner

 ISO 27001
Security