

CASE STUDY

# Content-Strategie für Bauerfeind

Ein Strategie-Projekt für die systematische Optimierung der Customer Journeys und des internen Content Marketings



## Die Aufgabe: Entwicklung einer Content Strategie

Die Bauerfeind AG ist im digitalen Marketing sehr gut aufgestellt. Vor dem Hintergrund des organischen Wachstums und der digitalen Transformation sieht sich das Unternehmen vor allem im Hinblick auf das strategische Content Marketing strukturellen Herausforderungen gegenüber.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, wurde eine Strategie für systematisches Content Marketing entwickelt, die darauf abzielt, bestehende Prozesse zu überdenken, zu optimieren und somit ein effizienteres und kundenorientierteres Content Marketing zu schaffen.

Die Aufgabe bestand darin, auf Grundlage einer fundierten Analyse, abgestimmte Ziele und Maßnahmen zu entwickeln, die das Marketing, interne Marketingprozesse und folglich die Nutzererfahrung für die verschiedenen Zielgruppen optimieren.



## Die Herausforderungen

Die wichtigsten Herausforderungen für das Projekt zur Optimierung des systematischen Content Marketing waren:

- **Prozess-Organisation für die übergreifende Zusammenarbeit** mit Schwerpunkt auf der internationalen Content-Erstellung und -Distribution

---

- Übergreifende Ressourcen- und Budgetplanung sowie Priorisierung und Erfolgsmessung der Marketing-Maßnahmen

---

- Wissenstransfer und Content-Management

---

- Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse

---

Ein zentrales Handlungsfeld war die Integration der Customer Journeys in die internen Content Marketing Prozesse von Bauerfeind. Es soll erreicht werden, dass der erstellte Content sowohl effizient produziert, als auch zielgerichtet und relevant für die jeweiligen Zielgruppen ist. Hier wurden folgende Handlungsfelder priorisiert:

- **Optimierung der User Experience für die verschiedenen Zielgruppen** mit Schwerpunkt Nutzerführung und Plattform-Inhalte

---

- Wahrnehmung und Botschaft der Marke Bauerfeind

---

- Präsentation und Verknüpfung des Portfolios auf den Plattformen

---

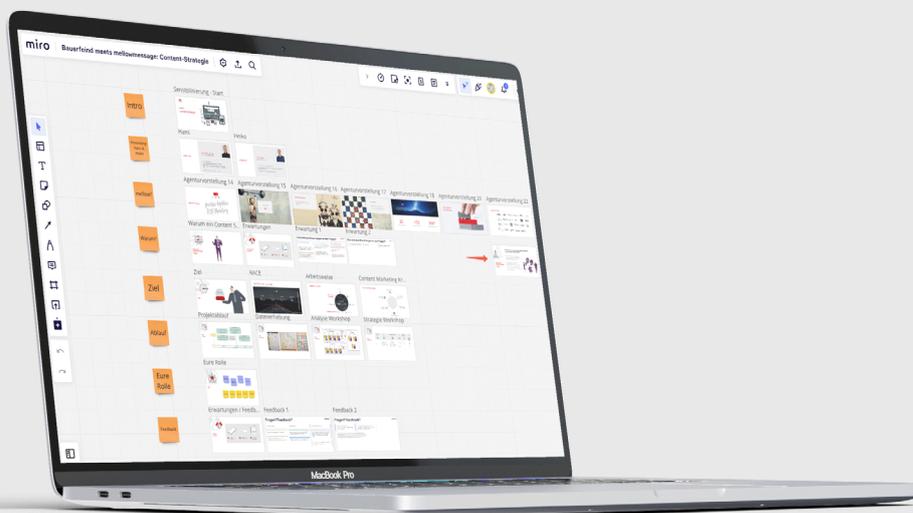



## Die Lösung

Der Weg zu einer wirksamen Content Strategie bei Bauerfeind umfasste folgende Bausteine:

- Workshop zur **Erhebung des IST-Standes für das Content Marketing** unter Einbeziehung der strukturellen und strategischen Gegebenheiten (z.B. Unternehmensziele und -Strategie, Organigramm, Zielgruppen-Definition, vorhandene Analysen usw.)
- **Externe Content Marketing Analyse**, inkl. Wettbewerbsbetrachtung, Customer Journey Analyse + Handlungsempfehlungen
- **Analyse-Workshop** mit Stakeholdern aus den relevanten Unternehmensbereichen für Prozesse, Mitarbeiter, Finanzen einerseits und die Customer Journeys andererseits sowie Priorisierung der Ergebnisse
- Strategie-Workshop für die Definition der strategischen Projekte aus der Analyse, inkl. Ziele, konkrete Maßnahmen, Verantwortlichkeiten sowie ggf. Timings und Budgets.
- Entwicklung eines Management-Instrumentes zur Steuerung der Strategie
- Einbeziehung des Unternehmens für das Strategie-Commitment

Die Termine wurden schwerpunktmäßig vor Ort bei Bauerfeind durchgeführt. Kommunikationsmittel, wie Präsentationen und Aufzeichnungen, ermöglichen den Wissenstransfer im Unternehmen.





## Fazit

Das Projekt zur Erarbeitung einer Content Strategie ist Beleg für die systematische Weiterentwicklung des Marketings der Marke Bauerfeind sowie des zunehmenden Fokus auf die Kundenperspektive bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen. Die Analyse berücksichtigte sowohl die Zielgruppen der Marke als auch den Blick auf die unternehmensinternen Prozesse. Die identifizierten Handlungsfelder wurden priorisiert und waren direkte Eingabe für die Strategie-Entwicklung. Die Content-Strategie ist nun konkretes Arbeitsmittel mit Zielen, Maßnahmen und Kennzahlen für die Erfolgsmessung.

Die Umsetzung der Strategie erfolgt direkt in einem agilen Folgeprojekt.

## Leistungen und Features



Konzeption und Durchführung eines Strategie-Workshops für die Definition der strategischen Projekte aus der Analyse inkl. Ziele, konkrete Maßnahmen, Verantwortlichkeiten und Timings



**Erarbeitung und Durchführung einer externen Content Marketing Analyse**  
inkl. Wettbewerbsbetrachtung und Customer Journey Analyse



Konzeption und Durchführung eines Analyse-Workshops mit Stakeholdern aus den relevanten Unternehmensbereichen



Entwicklung eines Management-Instruments zur Steuerung der Strategie



Einbeziehung des Unternehmens für das **Strategie-Commitment**



Beratung

## Unternehmens-Steckbrief



Bauerfeind ist einer der führenden Hersteller medizinischer Hilfsmittel wie Bandagen, Orthesen, Kompressionsstrümpfe und orthopädische Einlagen. Die Qualitäts-Produkte leisten einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit.

Das Unternehmen wurde 1929 gegründet und erwirtschaftet heute einen Umsatz von über 300 Millionen Euro mit weltweit über 2100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Zeulenroda-Triebes, Deutschland. [www.bauerfeind.de](http://www.bauerfeind.de)

## Das sagt Bauerfeind zum "Projekt Content Strategie"



"Besonders empfand ich das deutliche Interesse, Bauerfeind zu verstehen. Das Vorgehen und die Termine waren effektiv und individuell auf uns zugeschnitten. Die Methodik war super, ihr habt uns dazu gebracht, die Ergebnisse selbst zu erarbeiten. Sehr hands-on, die Mitarbeit ist gut gelungen. Es ist ein offener, abteilungsübergreifender Austausch entstanden."

Beatrice Jähne | Teamleiterin Digital Content & Data



"Es waren für uns sehr wichtige Schritte, die wir in diesem Projekt gegangen sind. Wir haben ein gutes, anwendbares Ergebnis, das die Dinge auf den Punkt bringt. Ein persönliches Highlight war die externe Content Marketing Analyse für den Blick von außen."

Markus Gerlich | Leiter Brand, Research & Concepts

## Ihre Ansprechpartner



### Hans-Christian Brandt

Senior Consultant Digital Marketing

Tel: +49 341 140 655 85

E-Mail: [hans.brandt@mellowmessage.de](mailto:hans.brandt@mellowmessage.de)



### Heiko Paulick

User Experience Strategist

Tel: +49 341 140 655 34

E-Mail: [heiko.paulick@mellowmessage.de](mailto:heiko.paulick@mellowmessage.de)

## Kontakt

Benötigen Sie Unterstützung bei Ihrem Einstieg in den Bereichen digitale Transformation oder Content-Strategie? Dann rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Wir beraten Sie gern.

mellowmessage GmbH

Härtelstraße 27

04107 Leipzig

Tel: +49 341 140 655 0

E-Mail: [kontakt@mellowmessage.de](mailto:kontakt@mellowmessage.de)

Web: [www.mellowmessage.de](http://www.mellowmessage.de)

## Newsletter

Kennen Sie schon unseren Newsletter? Brandaktuell und frei Haus erhalten Sie jeden Monat – sorgfältig ausgewählt und zusammengestellt – das Wichtigste aus der Branche, aus unserem Unternehmen, Tipps & Tricks sowie Berichte und Studien, die Ihre Arbeit bereichern werden. [Hier können Sie unseren kostenlosen Newsletter abonnieren.](#)



[www.mellowmessage.de](http://www.mellowmessage.de)

© 2023 mellowmessage GmbH