

# RoadStars powered by Mercedes-Benz Trucks



## Kunde

**Daimler AG**

Verantwortlich

Tim Haußmann, Manager New Media

## Agentur

**mensemedia Gesellschaft für Neue Medien mbH**

www.mensemedia.net

Verantwortlich

Marc Herholz, Key Account Manager

## Partneragentur

**PRit Hamburg Kommunikation GmbH**

www.prhamburg.com

Verantwortlich

Stefan Heinzl, Senior Executive



## AUFGABENSTELLUNG

### Start your engines!

Am Anfang war die Frage, wie wir es schaffen, Fahrer und Fans von Mercedes-Benz Trucks miteinander zu einer großen – insbesondere auf Deutschland ausgerichteten – Trucker-Community zusammenzuschließen, die sich untereinander austauscht und gemeinsame Erfahrungen sammelt. Und zwar losgelöst von Facebook und den dort bereits bestehenden privaten Lkw-Gruppen.

Als Antwort darauf entstand RoadStars, eine Marke, die im Social Web zur ersten Anlaufstelle für alle Trucker, Truck-Liebhaber und Entscheidungsträger im Bereich Logistik, Transport und Baugewerbe werden sollte. Vom Hersteller geführt und organisiert, soll RoadStars die Lücke zwischen klassischer Kundenpflege, Vertrieb und Markenerlebnis schließen.

### RoadStars – unser Social Network.

Erreicht haben wir dies, indem wir für RoadStars eine eigene, unabhängige Community-Plattform im Stile eines Trucker-Magazins mit exklusiven Inhalten und Aktionen entwickelt haben.

Diese Mischung aus perfekt aufeinander abgestimmten Online- und Offline-Maßnahmen, regelmäßigen Content-Auslieferungen, speziellen Events sowie engagiertem Community Management soll die Fans zur kontinuierlichen Interaktion mit der Marke motivieren und den Aufbau einer langfristigen Kundenbindung ermöglichen.

Aufregendes Storytelling und der Dialog auf Augenhöhe sollen aus Mitgliedern potenzielle Markenbotschafter und aktive Mitentscheider machen und die Kaufentscheidung positiv beeinflussen.

## ZIELSETZUNG

- Mit RoadStars den größten Trucker-Club Deutschlands gründen
- Neue Mitglieder und aktive Markenbotschafter gewinnen
- Bekanntheit und Reichweite in den sozialen Medien ausbauen
- Plattform-Besuche und Seitenaufrufe kontinuierlich steigern
- Mercedes-Benz Trucks als Marke hinter RoadStars positiv positionieren

## STRATEGIE

### Content, der unsere Fahrer auf Touren bringt!

Um die unterschiedlichen Interessen unserer Zielgruppe anzusprechen, setzt sich unser Trucker-Magazin zusammen aus ausgewählten Fahrerinterviews und abwechslungsreichen Steckbriefen unserer Kilometermillionäre, exklusivem Content wie Oldtimer-Portraits oder längeren Artikelspecials bis hin zu Produkt-Highlights und anderen wissenswerten Neuigkeiten aus der Welt von Mercedes-Benz Trucks.

Virtuelle Pinnwände erlauben zudem unseren Mitgliedern, ihre eigenen Truckbilder hochzuladen, diese mit der Community zu teilen und untereinander zu kommentieren. Parallel dazu kümmert sich unser RoadStars-Team aktiv um ein ganzheitliches, länderübergreifendes Community-Gefühl und tritt öffentlich in den Kommentaren oder privat über die Postbox-Funktion mit unseren Fans in Dialog.

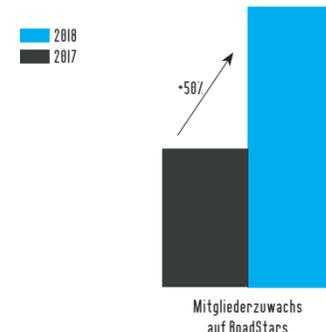
## Ready, set, go!

Als Goodie und nachhaltigen Mehrwert bieten wir unseren registrierten Mitgliedern die Chance, an exklusiven Events wie der RoadStars Trophy, der Kippershow oder dem Fahrersicherheitstraining teilzunehmen. Damit stärken wir das Gemeinschaftsgefühl der Fahrer untereinander und greifen den ursprünglichen Gedanken eines Trucker-Treffens wieder auf.

In Verbindung mit anerkannten Markenbotschaftern wie der Country-Rock-Gruppe The BossHoss oder dem Fernsehmoderator Matthias Malmedie, die sowohl online als auch mit ihrer Präsenz auf Automobil- und Nutzfahrzeug-Messen einen wichtigen Bestandteil der RoadStars-Community ausmachen, kreieren wir nicht nur spannenden Input, sondern sorgen auch für unvergessliche Erlebnisse.

## RoadStars Mitglieder

Deutschland; in %



Quelle: Matomo

Abgerundet wird unsere Strategie durch den stetigen Ausbau der Plattform. Dazu gehören der wöchentliche Versand eines eNewsletters mit Updates zu den neusten Artikeln, Events und aktuellen Rabattaktionen, die Implementierung neuer Features wie beispielsweise der Postbox-Funktion, zahlreicher Smileys oder des Uploads von Bildergalerien. Zusätzlich wird die Markenbekanntheit von RoadStars mittels einer globalen Facebook-Fanpage und verschiedener Werbekampagnen ausgebaut.

Damit können wir mit Stolz sagen, dass wir unseren Mitgliedern stets das bestmögliche RoadStars Feeling bieten – und dafür arbeiten wir jeden Tag!

## ERGEBNISSE

### Pole Position für RoadStars.

Mit unseren strategischen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen haben wir RoadStars zu einem festen Begriff in der Fahrerwelt etablieren können.

Im Hauptmarkt von Mercedes-Benz Trucks wird dies insbesondere deutlich: Mehr als zwei Drittel der registrierten Nutzer stammen allein aus Deutschland. Ein sehr erfreuliches Ergebnis für uns, unseren Kunden und die Marke RoadStars.

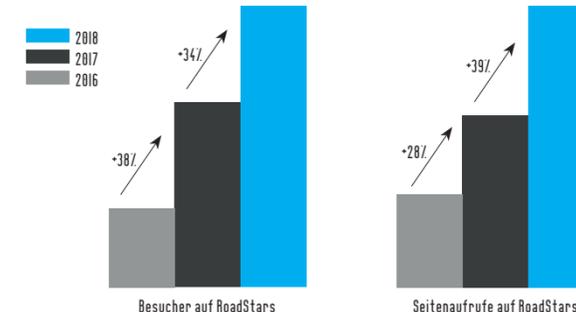
Zusätzlich wächst auch unsere Plattform weiter und kann heute bereits mehr als 1.000 Artikel für Deutschland verzeichnen. Länderübergreifend beläuft sich die Anzahl der redaktionellen Beiträge sogar auf 17.500 – und es werden monatlich rund 300 weitere Artikel eingepflegt.

Der Anstieg der Kommentarfrequenz und die erhöhte Interaktionsrate beweisen deutlich das große Interesse der User und die durchweg positive Resonanz auf unsere Inhalte.

Zusammengefasst können wir festhalten, dass die spannende Mischung aus eigener Plattform und verschiedenen Werbekampagnen, fesselndem Storytelling und packenden Offroad-Abenteuern, engagiertem Community Management und aktiver Fahrerwertschätzung genau zu dem Ergebnis geführt hat, das wir uns direkt zu Beginn vorgenommen haben: Eine dynamische Trucker-Community zu gründen, die den zentralen Fahrertreffpunkt sowohl im Netz als auch auf der Straße bildet.

## Besucher und Seitenaufrufe auf RoadStars

Deutschland



Quelle: Matomo

## CASE SUMMARY

RoadStars hat es geschafft und gehört zu Deutschlands größten Trucker-Clubs – im Netz und auf der Straße! Aufregendes Storytelling, einzigartige Aktionen und interessante Beiträge sorgen dafür, dass Mercedes-Benz Trucks Vorreiter in Sachen Kundenbindung und Fahrerkommunikation ist.



Spannender Content für unsere User immer und von überall abrufbar!

Unsere Community bei der RoadStars Trophy.

