

**Case Study**

**CONTENT IST ROYAL: DIE  
NEUE CONTENT-MARKETING-  
STRATEGIE FÜR CAFÉ ROYAL  
SORGT FÜR MEHR  
REICHWEITE UND USER  
ENGAGEMENT**

**Belebend wie eine Tasse Kaffee! Webrepublic und Wirz Storyline bieten exzellente Inhalte, die es Café Royal ermöglichen, mit ihrer Zielgruppe auf messbare Weise in Kontakt zu treten.**

## AUSGANGSLAGE

Café Royal (Delica / Migros Industries) bietet hochwertige Kaffeeprodukte an, die online, in der Migros und über Einzelhandelspartner in Frankreich, Deutschland und in den Niederlanden erhältlich sind. In den vergangenen Jahren positionierte sich die Marke als schmackhafte und stilvolle Kaffeeauswahl zu erschwinglichen Preisen.

Im Jahr 2022 begann die Marke Café Royal, den «Path to Green» einzuschlagen: Sie setzt verstärkt auf langfristige Nachhaltigkeitsinitiativen wie die Kompensation von CO2-Emissionen von der Bohne bis zur Tasse und auf Impact-Projekte mit Bauern in Peru und Honduras. Um sicherzustellen, dass sich diese Werte auch in der Markenkommunikation widerspiegeln und bei der Hauptzielgruppe der bewussten Verbraucher:innen ankommen, musste die Café-Royal-Content-Strategie aktualisiert werden.

## ZIELE

- ★ Nutzung der Social-Media-Präsenz von Café Royal, um die neue Markenpositionierung zum Leben zu erwecken und Storys zu erzählen, die bei den bewussten Verbraucher:innen Anklang finden
- ★ Etablierung eines effizienten Prozesses für die laufende Planung, Produktion und Verteilung von modernen Social-Media-Inhalten
- ★ Sicherstellung, dass alle Content-Marketing-Initiativen zu messbaren Zielen entlang der Customer Journey von Café Royal beitragen

## MASSNAHMEN

Webrepublic und Wirz Storyline unterstützen das Café-Royal-Team dabei, einen neuen, geeigneten Content-Marketing-Rahmen und fortlaufend ansprechende Social-Media-Inhalte zu erstellen.

Die neue Content-Marketing-Strategie umfasst messbare Ziele entlang der Customer Journey, die es dem Projektteam ermöglichen, den Erfolg aller Content-Marketing-Massnahmen zu bewerten. Diese Erkenntnisse werden in den monatlichen Ideation Meetings diskutiert und fließen in den laufenden kreativen Prozess und in die Zuweisung von Ressourcen ein. Bis Ende des Jahres liegt der Fokus auf Awareness (KPI: Reichweite / CPM) und Attraction (KPI: Engagement Rate).



In einem gemeinsamen Workshop mit Café Royal und Wirz Storyline setzten wir uns intensiv mit der Zielgruppe, den Nutzerbedürfnissen und den Kaffeetrinkgewohnheiten auseinander. Datengestützte Personas repräsentieren die Schlüsselsegmente in den verschiedenen Märkten, z. B. die bewussten Konsument:innen in der Schweiz, wo Café Royal als «Migros-Marke» gut etabliert ist, Frankreich mit seiner einzigartigen Kaffeekultur sowie die Niederlande und Deutschland, wo die Menschen aromatisierten Kaffee wie Caramel oder Amaretti lieben. Die Personas wurden als Grundlage für die neuen Inhaltskategorien und Tonalitätsrichtlinien sowie für ein effektives Social Media Targeting verwendet.

Seit April 2022 arbeiten Content-Expertinnen und Kanalspezialisten von Webrepublic und Wirz mit dem Café-Royal-Markenteam in einem laufenden Mandat zusammen: Sie planen, erstellen und verbreiten alle redaktionellen Inhalte auf Facebook und Instagram. Monatliche Ideation Meetings stellen sicher, dass die Inhalte mit anderen Marketingaktivitäten wie Produkteinführungen oder Performance-Kampagnen und den Bedürfnissen der verschiedenen Märkte abgestimmt werden – z. B. die Kommunikation an nationalen Feiertagen wie dem niederländischen Königstag. Die Kombination aus emotionalen Markengeschichten, einem klaren Fokus auf Video- und interaktive Formate sowie unserem datenbasierten Test- und Lernansatz ermöglicht es uns, die Wirkung der Content-Marketing-Initiativen kontinuierlich zu maximieren.

## **ERGEBNISSE**

- ★ Es wurden eine ganzheitliche Content-Marketing-Strategie und umsetzbare Richtlinien für den kreativen Prozess definiert.
- ★ 5x höheres User Engagement auf Instagram (CH) im Vergleich zum Vorjahr.
- ★ CPM konnte kanalübergreifend und in allen Märkten stark reduziert werden, was zu höherer Reichweite und Budget-Effizienz führt. Der CPM für Deutschland lag z.B. bei CHF 6.66 (Content Kampagnen Mai - Juli 2021) und ist jetzt bei CHF 1.71 (Content Kampagnen Mai - Juli 2022).



**«Smartes Content Marketing ist ein effektiver Weg, um eine emotionale Bindung mit der Zielgruppe auf dem hart umkämpften Kaffeemarkt aufzubauen. Es ist toll, zu sehen, wie unsere Strategie auf den Facebook- und Instagram-Kanälen von Café Royal zum Leben erweckt wird. Kaffee und ein fantastisches Team – what else?»**

**Judith Creutz, Strategist Content Marketing, Webrepublic AG**

**«Webrepublic ist der ideale Sparringspartner um unsere neue Markenpositionierung im digitalen Bereich – insbesondere Social Media – strategisch zu begleiten und zu implementieren. Wir sind dadurch in der Lage, unsere Zielgruppe der Conscious Consumers noch direkter anzusprechen und für unsere Marke zu begeistern.»**

**Maria Wetzel, Marketing Manager Digital & Content für Café Royal, Delica**

