



Hyundai Switzerland – Social Media neu gedacht: Mehr Emotion, mehr Interaktion, mehr Community



Content Marketing



SEO (Social SEO)



Social Media
Marketing



Content Production

Hyundai Switzerland – Social Media neu gedacht

Für Hyundai Switzerland haben wir eine neue Social-Media-Strategie entwickelt, die Emotionen weckt, Interaktion fördert und die Community ins Zentrum rückt. Statt klassischer Hochglanz-Kommunikation zeigen wir: Hyundai ist nahbar, kreativ und relevant. Mit einem Mix aus Lifestyle, Edutainment und interaktiven Inhalten positionieren wir die Marke als modernen Mobilitätspartner – und machen Social Media zu mehr als nur einem Verkaufskanal.

Ausgangslage

Hyundai Switzerland ist Teil von Astaro – einem modernen Mobilitätsanbieter, der verschiedene Marken und Services unter einem Dach vereint, wobei der Fokus auf kundenorientierten Lösungen liegt. Dieser Anspruch soll sich auch im Social-Media-Auftritt von Hyundai widerspiegeln.

Die Social-Media-Landschaft im Automobilssektor in der Schweiz war weitgehend homogen: Hochglanzbilder, technisch fokussierte Inhalte und ein klarer Verkaufsansatz dominierten die Feeds. Gemeinsam mit Hyundai Switzerland erarbeiteten wir eine neue, differenzierende Social Media-Strategie, um die Marke aus diesem Einheitsbild herauszulösen.

Unser Ansatz war es, Social Media nicht als reinen Verkaufskanal zu nutzen, sondern eine authentische Verbindung zur Zielgruppe zu schaffen – mit Inhalten, die unterhalten, informieren und inspirieren. Ziel war es, Hyundai Switzerland nahbarer, emotionaler und relevanter für die Community zu positionieren.

1. Strategieentwicklung

Um sich von der Konkurrenz abzuheben, wurde ein innovativer Social-Media-Ansatz entwickelt, der die Markenwerte von Hyundai spielerisch und interaktiv in den Vordergrund stellt. Statt klassischer Produktkommunikation rückte das **Erlebnis Hyundai** ins Zentrum. Die neue Strategie basierte auf vier Kernprinzipien:

- **Alltagstauglicher Content mit Mehrwert:** Die Fahrzeuge wurden nicht nur als Produkte, sondern als treue Begleiter für verschiedene Lebenssituationen dargestellt.
- **Mehr Lifestyle, weniger Verkaufsbotschaften:** Statt technischer Details standen authentische Geschichten und relatable Content im Mittelpunkt.
- **Humor und kreative Frische:** Durch spielerische Inhalte, witzige Formate und unerwartete Ideen sollte Hyundai Switzerland aus der Social-Media-Masse herausstechen und eine sympathische Tonalität etablieren.
- **Edutainment statt trockene Information:** Komplexe Themen wie Elektromobilität oder Sicherheitsfeatures wurden in unterhaltsame, leicht verständliche Formate gepackt, die Wissen vermitteln, ohne belehrend zu wirken.

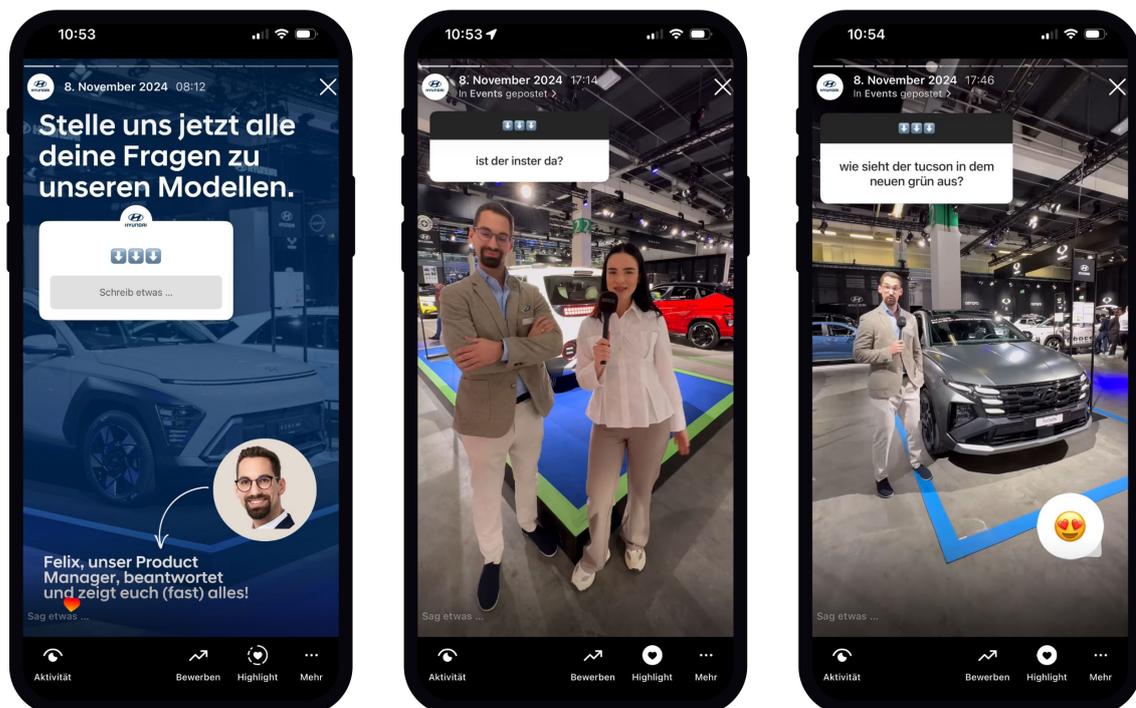
Ziel war es, das Engagement als zentrale Messgrösse zu steigern – denn Interaktionen zeigen, ob Inhalte Emotionen wecken und für die Zielgruppe relevant sind. Sekundäre Ziele waren das Wachstum der Community sowie eine verstärkte Reichweite. Die bestehende Community wurde durch regelmässige UGC-Serien gestärkt.

2. Umsetzung

Die Strategie wurde durch eine strukturierte Content-Architektur gestützt. **Content Pillars**, die spezifische Themenschwerpunkte definierten, sorgten für eine klare inhaltliche Richtung und ein abwechslungsreiches Storytelling. Dazu gehörten unter anderem:

- **Marke:** Elektromobilitäts-Leadership, Schweizer Identität, die koreanischen Wurzeln von Hyundai sowie unterhaltsame, trendbezogene Inhalte.
- **Produkte:** Hyundai-Modelle im Alltag, Features, die das tägliche Leben erleichtern, sowie Aftersales-Themen wie Reifenwechsel und Zubehör.
- **Community:** Nutzer-generierte Inhalte (UGC), die die Fangemeinde aktiv einbinden, sowie Kooperationen mit Influencern.
- **Ereignisse:** Einführung neuer Modelle, organische Kampagnenebegleitung und Veranstaltungen wie die Auto Zürich oder Roadshows.

Um maximale Interaktion zu erzielen, wurde ein Mix aus **Edutainment, Entertainment und Gamification** eingesetzt – von interaktiven Challenges über humorvolle Kurzvideos bis hin zu edukativen Beiträgen mit überraschendem Mehrwert.



3. Ergebnisse

Die Neuausrichtung der Social-Media-Strategie zahlte sich schnell aus. Auf den Meta-Plattformen (Facebook & Instagram) wurden herausragende Ergebnisse erzielt:

- **+200% höhere Reichweite** im Vergleich zum Vorjahr
- **+140% mehr Interaktionen** durch Kommentare, Likes und Shares
- **+850% mehr Video Views**, was die Relevanz der neuen Content-Formate unterstreicht

Diese Zahlen belegen, dass Hyundai Switzerland nicht nur mehr Menschen erreichte, sondern sie auch aktiv in die Markenwelt einbinden konnte. Durch eine authentische und interaktive Social-Media-Strategie hat sich Hyundai als moderne, nahbare und innovative Marke positioniert, die in der digitalen Welt positiv heraussticht.

Möchten auch Sie Ihre Social-Media-Kommunikation auf das nächste Level bringen?

Kontaktieren Sie uns – wir beraten Sie gerne persönlich!

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen

Managing Partner

 +41 44 240 15 07

 andrea.iltgen@xeit.ch

www.xeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing

- Online-Kampagnen
- Social Media Ads (Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, TikTok, Snapchat, Pinterest)
- Suchmaschinenwerbung (SEA) Google, Microsoft Ads, Ecosia
- Inbound Marketing
- E-Mail-Marketing / Newsletter
- Account Based Marketing (ABM)

Social-Media-Marketing

- Social-Media-Beratung / Strategie-Workshops
- Content Creation (Bild, Text, Video, Audio)
- Community Management, 24/7
- Influencer Relations und -Kampagnen
- Online-PR
- Social-Media-Krisentraining und-Krisensimulation
- WhatsApp Newsletter

Websites & Apps

- UX Design
- WordPress Websites
- Microsites und Landingpages
- Blogs
- Mobile Websites, Responsive Design
- Apps und Games
- Online-Shops
- SEO
- Webanalyse und Conversion Tracking
- Usability Testing
- Conversion Rate Optimization

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Marken-Workshop
- LinkedIn-Training
- Online Recruiting
- Employer Branding
- Diversity Marketing
- Content-Werkstatt

Kontakt

Herausgeber

xeit AG
Limmatstrasse 291
8005 Zürich
E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch

www.linkedin.com/company/xeit-ag
www.instagram.com/xeit.ch
www.facebook.com/xeit.ch

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch nur auszugsweise, nur mit Genehmigung der xeit GmbH.

WWW.XEIT.CH