



REGIONALE  
BEISPIELE



UNTERNEHMEN ERZÄHLEN IHRE GESCHICHTE

# IN DER MOTORSPORT ARENA OSCHERSLE- BEN VON NULL AUF HUNDERT – SOWOHL AUF DER RENNSTRECKE ALS AUCH DIGITAL

Motorsport Arena Oschersleben GmbH



Mittelstand 4.0  
Kompetenzzentrum  
Magdeburg

Mittelstand-  
Digital

Geteilt durch  
  
Bundesminister  
für Wirtschaft  
und Energie  
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Der Anlass

Rund um den Motopark in Oschersleben können Begeisterte des Rennsports Motorengeräuschen lauschen. Bereits seit 1997 fahren dort Einsteiger:innen und versierte Rennfahrer:innen über die Strecken der Motorsport Arena Oschersleben. Insgesamt organisiert das Team neben dem Motorsport auch weitere Formate, wie z. B. das Opel-Treffen, die Asia Arena oder die German Speedweek. Auch eine eigene Kartbahn, ein Fahr-sicherheitszentrum, ein streckeneigenes 4\*-Hotel und ein Arena Diner gehören zum Unternehmen.

Von Anfang an setzt die Motorsport Arena dabei auf einen guten Mix von Online- und Offline-Marketing, um die Rennstrecke im Gesamten und ihre einzelnen Veranstaltungen bekannt zu machen. Neben Pressemitteilungen und Printveröffentlichungen in den regionalen Zeitungen und Fachmagazinen sind schnell vor allem die eigene Homepage und die einzelnen Social Media-Kanäle immer präsender und wichtiger geworden.



# Die Lösung

Die Motorsport Arena Oschersleben hat ihre Online-Marketing-Strategie über die Jahre stark ausgebaut und bespielt die eigene Webseite von Anfang an mit Motorsport-Content und aktuellen Informationen zu bevorstehenden Veranstaltungen. Die einzelnen Seiten und Inhalte können einfach über das eigene Content Management System (CMS) erstellt und bearbeitet werden. Dieses funktioniert, wie eine Art Intranet und wurde speziell für das Unternehmen von einer Agentur programmiert. Über eine Art „Kalenderfunktion“ können die Mitarbeitenden die Inhalte einfach bearbeiten und auf der Webseite veröffentlichen. Nach dem Relaunch der Webseite sind dort auch interaktivere Elemente – wie etwa eine 360-Grad-Ansicht der Arena – zu finden und sie ist seitdem für die mobile Ansicht optimiert.



Auch in Sachen Social Media ist die Motorsport Arena Oschersleben breit aufgestellt. Seit Oktober 2009 ist das Team auf Facebook aktiv und nutzt die Plattform um ihre über 60.000 Follower:innen mit Informationen zum Lesen und Weiterklicken zu versorgen. Des Weiteren bietet Facebook optimale Voraussetzungen Veranstaltungen zu veröffentlichen, darauf aufmerksam zu machen und potentielle Besucher mit Posts und Neuigkeiten auf dem Laufenden halten. 2015 hat das Unternehmen Instagram für sich und ihre jüngere Zielgruppe entdeckt. Dort begeistert die Motorsport Arena ihre Fans mit Bild- und Videocontent rund um den Motorsport. Da die Funktionen beider Social-Media-Plattformen zu stark voneinander abweichen, bespielen sie die Kanäle teils mit unterschiedlichen Informationen und versuchen eher ad hoc und authentisch Beiträge zu posten. Neben den Hauptkanälen der Motorsport Arena werden weitere Marken und Formate, in einem kleinen Team von drei bis vier Personen, auf gesonderten Social-Media-Kanälen und Homepages betreut.



## DAS HAT ES GEKOSTET

Die Webseite der Motorsport Arena Oschersleben und auch die Webseiten ihrer verschiedenen Marken wurden alle samt von einem externen dienstleistenden Unternehmen programmiert – einem Softwareunternehmen aus dem Spreewald. Das Aufsetzen der Webseiten hat die Motorsport Arena einen hohen vierstelligen Betrag gekostet. Auch für die Contentpflege, die Wartung und das Einspielen neuer Funktionen fällt ein jährliches Budget von ca. 1.500 Euro an.

## DAS HAT DEM UNTERNEHMEN SEHR GEHOLFEN

Das Team der Motorsport Arena hat die Erfahrung gemacht, nicht all ihre Marken und Veranstaltungen über einen Kanal bzw. eine Webseite laufen zu lassen und zu bewerben. Sie behandeln ihre Marken separat, wie z. B. das Opel-Treffen, über eine gesonderte Webseite und eine extra Facebook-Seite. Die Erfahrung hat gezeigt, dass sie die jeweilige Zielgruppe somit besser erreichen und die Hauptwebseite der Motorsport Arena nicht mit zu vielen Inhalten überladen. Auf Instagram achtet die Motorsport Arena unter anderem auch darauf, dass Bilder und Videos für sich wirken und bestückt diese nur mit kurzen Bildunterschriften. Informationen teilen sie eher über die Bildbeschreibung vorrangig über Facebook (mit weiterführenden Links zur Webseite).

## DAS WÜRDEN DAS UNTERNEHMEN NICHT WIEDER MACHEN

Der Versuch einer Social-Media-Kampagne mit einer Agentur hat nicht den erwarteten Effekt mit sich gebracht. Die beauftragte Agentur hatte wahrscheinlich weniger Erfahrungen mit der Branche Motorsport, denn normales Produkt-Influencer-Marketing ging hierbei für das Team aus Oschersleben nicht auf.

Die Motorsport Arena kam zu der Erkenntnis, dass sie ihre Social-Media-Kanäle nicht mit identischen Inhalten bespielen können. Das trifft sowohl für die jeweilige Marke (z. B. Opel-Treffen, Asia Arena, German Speedweek) als auch für das jeweilige Medium (Facebook vs. Instagram) zu. Das Team will zudem genauer überlegen, wann sie in welches Medium bzw. in welchen Social-Media-Kanal einsteigen, um den „richtigen“ Zeitpunkt nicht zu verpassen. Auch die eigene Webseite wollen sie künftig etwas schlanker und einfacher gestalten, um thematische und inhaltliche Dopplungen künftig zu vermeiden.



*„Unser Engagement im Social Media Bereich dient primär der Imagepflege und nur sekundär als Verkaufskanal.“*

Alexandra Werner | Veranstaltungskoordinatorin Motorsport Arena Oschersleben GmbH



## Das Unternehmen im Überblick

---



### **Branche**

Verkauf und Service im  
Nutzfahrzeugbereich



### **Mitarbeitende**

ca. 80 Beschäftigte



### **Ansprechpartner\*in**

Alexandra Werner

Veranstaltungskoordination

Motorsport Arena Oschersleben GmbH  
Motopark Allee 20-22  
39387 Oschersleben



### **Website**

[www.motorsportarena.com](http://www.motorsportarena.com)

Mehr Informationen  
finden Sie hier:

---



[www.vernetzt-wachsen.de](http://www.vernetzt-wachsen.de)