



**de heus**<sup>®</sup>

*powering progress*

Unterstützung eines weltweit führenden Tierfutterherstellers  
bei Schutz und Promotion der über 100-jährigen  
Markengeschichte in Zeiten rasanten Wachstums

Worum es geht

# Inhalt

Über De Heus	3
Unternehmenswachstum vorantreiben, ohne die Markenidentität zu schwächen	5
Das Familienunternehmen erweitern: Eine internationale Angelegenheit	7
Probleme vor Bynder	8
Transformation mit Bynder	9
Globales Marketing erfolgreich ermöglicht und überwacht	11
Über Bynder	13



Erfolgsgeschichte

## Über De Heus

Royal De Heus ist ein international tätiges Unternehmen in Familienbesitz, dessen Kerngeschäft die Produktion und der Verkauf hochwertigen Tierfuttermittels ist.

Das 1911 gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in den Niederlanden hat sich von einem lokalen Futtermittelhersteller zu einem globalen Konglomerat mit 70 Produktionsstätten in fast 20 Ländern entwickelt - jede mit eigenen Marketing- und Vertriebsaktivitäten. Diese Expansion hat die Position von De Heus als globaler Top-12-Futtermittellieferant gefestigt. Heute beschäftigt das Unternehmen weltweit mehr als 6.000 Mitarbeiter.

Bynder sprach mit Evert Top, Global Communication & Marketing Specialist bei De Heus, über die Erfahrungen des Unternehmens mit Bynder.

*“Angesichts des rasanten Wachstums unseres Unternehmens schien Bynder die perfekte Lösung zu sein, um die dringend benötigte Struktur nicht nur in die Speicherung unserer Assets, sondern auch in deren Verwendung innerhalb des Teams zu bringen.”*

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

Die dringende Notwendigkeit für De Heus

# Unternehmenswachstum vorantreiben, ohne die Markenidentität zu schwächen

Angesichts einer wachsenden Weltbevölkerung und der Notwendigkeit höherer Lebensstandards weltweit hat De Heus in den letzten Jahren ein explosionsartiges Wachstum durchlaufen, um den Anforderungen einer verstärkten landwirtschaftlichen Tätigkeit und Lebensmittelproduktion gerecht werden zu können.

Ein derartiges Wachstum stellt das globale Marketingteam und die lokalen Geschäftseinheiten vor einzigartige Herausforderungen. Wie kann De Heus sein globales Markenimage effizient schützen, verwalten und ausbauen und gleichzeitig die lokalen Teams dazu ermutigen, bei Marketingmaßnahmen zusammenzuarbeiten?

Im Wesentlichen musste De Heus eine reibungslose Skalierung sicherstellen und zugleich eine starke, markengerechte Identität bewahren, während sich die Geschäftstätigkeit des Unternehmens rund um die Welt ausweitete.





*“Als Unternehmen sind wir in den letzten Jahren international sehr schnell gewachsen. Daher ist es für uns sehr wichtig, sicherzustellen, dass neue Geschäftseinheiten unserer seit langem bestehenden Markenvision, unseren Werten und unserer Kultur treu bleiben.*

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

# Das Familienunternehmen erweitern: Eine internationale Angelegenheit

Seit der Gründung vor über 100 Jahren legt De Heus großen Wert darauf, seine Wurzeln als Familienunternehmen zu bewahren. Dabei setzt das Unternehmen weiterhin auf dieselbe Vision, dieselben Werte und dieselbe Kultur, die es dem Unternehmen bereits ermöglicht haben, sich zu einem der 12 größten Futtermittellieferanten mit weltweit über 6.000 Mitarbeitern zu entwickeln.

Die zunehmende internationale Ausrichtung des Unternehmens im letzten Jahrzehnt stellte das globale Marketingteam in den Niederlanden jedoch vor neue Herausforderungen. Mit zahlreichen neuen Geschäftseinheiten, die über die Jahre zur Marke De Heus hinzugekommen sind, wurde es für das Team immer schwieriger, alle mit den neuesten Markenmaterialien zu versorgen und gleichzeitig eine einheitliche Kommunikation der Markenidentität sicherzustellen - egal ob in Serbien oder Südafrika.

Von der Verwendung alter Logos bis hin zu sich wiederholenden Anfragen stand De Heus einer Reihe von Herausforderungen gegenüber, um sicherzustellen, dass das Branding für das aktuell schnelle globale Unternehmenswachstum auch geeignet war.

## **Siloartig und nicht skalierbar**

Vor Bynder wurden die Marketingmaterialien lokal gespeichert, wobei viele lokale Geschäftseinheiten ihre eigenen Methoden zur Verwaltung von Dateien hatten. Ohne hochwertige zentrale Speichermöglichkeiten war es eine echte Herausforderung, sich international mit Kollegen abzustimmen.

## **Keine Kontrolle über die interne Nutzung**

Da die Assets weltweit genutzt werden, war es aufgrund des Fehlens eines zentralen Speicherorts für alle Marken-Assets schwierig zu verfolgen, wer was herunterlädt. Außerdem gab es keine Möglichkeit, die Nutzungsrechte zu kontrollieren - ein echtes Risiko in einem Team von 6.000 Mitarbeitern.

## **Ineffizientes Hin und Her**

Da die Marketingmaßnahmen von den Niederlanden aus durchgeführt wurden und kein zentraler Zugriff auf die Assets möglich war, sah sich das globale Marketingteam mit endlosen E-Mails konfrontiert, um neue Logos zu versenden und Fragen über deren Verwendung zu stellen. Die sich wiederholende manuelle Arbeit machte die Produktivität zunichte.

# Probleme vor Bynder

Das in den Niederlanden ansässige Marketingteam hatte zuvor mit einer Fotoagentur gearbeitet, um die ständig wachsende Anzahl von Assets zu zentralisieren, aber da sie ihr Geschäft international ausweiteten, war diese Agentur für den globalen Einsatz nicht mehr geeignet:

- Es konnten nur Bilder gespeichert werden, so dass es keine Möglichkeit gab, alle Markenressourcen - wie Designvorlagen, PDFs und Videodateien - an einem Ort zu zentralisieren.
- Das Onboarding neuer Geschäftseinheiten verlief unstrukturiert und schleppend: Es waren viele Skype-Meetings erforderlich, und selbst dann war aufgrund fehlender Markenrichtlinien zur Asset-Verwendung unklar, wie die Lokalisierung genau umgesetzt wurde.

Einfach ausgedrückt, war das alte System für das globale Wachstum nicht geeignet. Der Bedarf an einer zukunftssicheren Lösung für Brand Management, die mit einem wachsenden Team und einer wachsenden Anzahl von Assets skaliert werden konnte, machte Bynder zu einem perfekten Partner für De Heus.



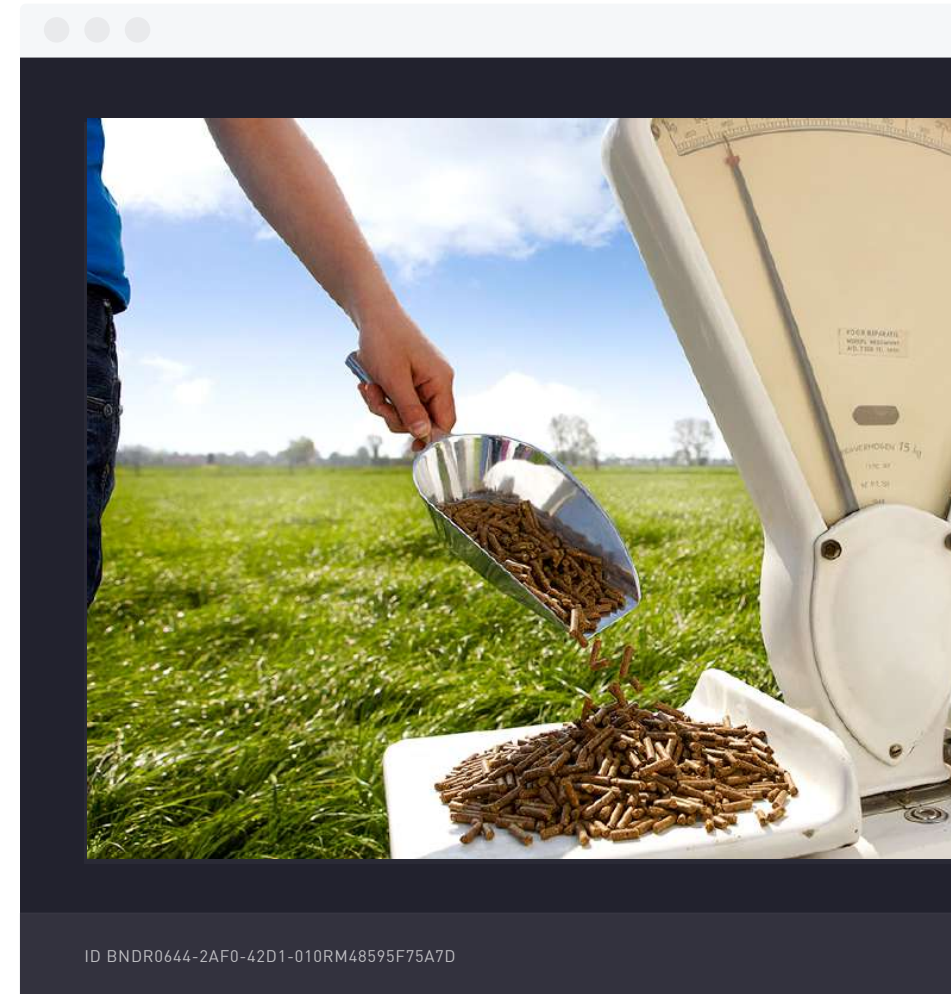


# Transformation mit Bynder

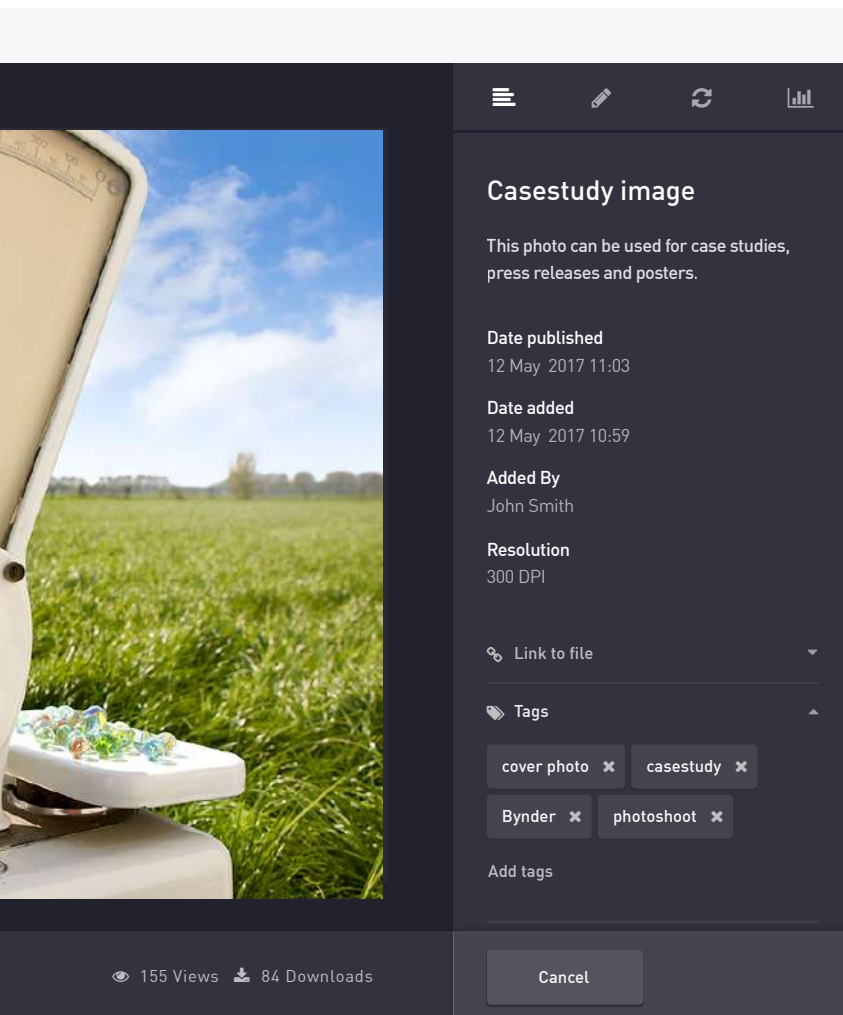
Seit der Implementierung von Bynder hat De Heus die Gewissheit, dass die Zusammenarbeit und die Verwaltung von Assets an einem Ort zentralisiert sind, wodurch sichergestellt wird, dass alles jederzeit markenkonform ist. Welche Arbeitsabläufe haben sich damit also verbessert?

## Weniger repetitive Anfragen; mehr Do It Yourself

Vor Bynder wurden Marketingmaterialien lokal gespeichert, wobei viele Geschäftseinheiten ihre eigenen Methoden zur Verwaltung von Dateien hatten. Ohne hochwertige zentrale Speichermöglichkeiten war es eine echte Herausforderung, sich international mit Kollegen abzustimmen.



ID BNDR0644-2AF0-42D1-010RM48595F75A7D



### Klare, leicht zugängliche Brand Guidelines

Assets werden sowohl von dem in den Niederlanden ansässigen globalen Marketingteam als auch von den lokalen Geschäftseinheiten hochgeladen. Die Möglichkeit, die Nutzungsrechte für die Mitarbeiter anzupassen, gibt De Heus die dringend benötigte Kontrolle darüber, wie Marken-Assets verwendet werden. So können beispielsweise die Kollegen in Indien nur auf die Inhalte zugreifen, die sie für ihren Markt benötigen. Und da die Brand Guidelines direkt in Bynder verfügbar sind, weiß jeder, wie die Marke am besten kommuniziert werden sollte.

### Sinnvolle Suche

Während der Implementierung wurde dem Team gezeigt, wie man eine benutzerdefinierte Taxonomie für dessen genaue Bedürfnisse erstellt. Mit Hilfe der Onboarding-Experten von Bynder konnte De Heus das Portal so strukturieren, dass alle Abteilungen das finden, was sie brauchen, wenn sie es brauchen - ohne erneut einen Kollegen fragen zu müssen.

Da die Inhalte so leicht zugänglich sind, finden (und nutzen) die Mitarbeiter Assets, von denen sie nicht wussten, dass sie existieren - ein wichtiges Ziel, das De Heus mit der Implementierung eines DAM anstrebte.

# Globales Marketing erfolgreich ermöglicht und überwacht

Das globale Marketingteam in den Niederlanden hat die komplexe Aufgabe, die Markenaktivitäten der vielen weltweiten Geschäftseinheiten zu überwachen - was durch unterschiedliche Standards bei der Markenkommunikation zusätzlich erschwert wird.

Die Analytics-Funktion von Bynder hat es nun viel einfacher gemacht, die Nutzung von Assets innerhalb des gesamten De Heus-Teams zu verfolgen, mit eindeutigen, datengestützten Einblicken in die Anzahl der Asset-Ansichten, Uploads, Downloads & Benutzeranmeldungen.

Auf diese Weise haben sie nicht nur die benötigten Daten, um zu verstehen, welche Assets beliebt sind, sie haben außerdem die Gewissheit, dass nur die richtigen Leute Zugriff auf die richtigen Assets haben, und zwar zur richtigen Zeit.

4.8K

gespeicherte Assets

79

aktive Nutzer

150

Downloads pro Woche

*“Jetzt, wo wir Bynder nutzen, sparen wir Zeit in allen Abteilungen – vom Produkt bis zum Vertrieb. Wir können direkt von einem zentralen System aus mit Agenturen zusammenarbeiten und so eine bessere Koordination und letztlich eine bessere Markenkontrolle erreichen.”*

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus



## Über Bynder

Bynder Bynder ist der am schnellsten wachsende DAM-Service, der Marketingfachleuten eine vereinfachte Lösung für die Verwaltung ihrer digitalen Inhalte in der Cloud bietet.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website [www.bynder.de](http://www.bynder.de).



A blue and green Bynder truck is parked in a field. The truck has a large green tank with a white logo on it. The background features a row of trees and a cloudy sky.

 bynder

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