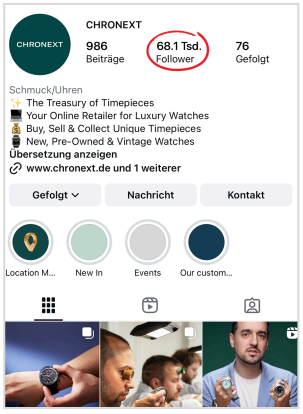
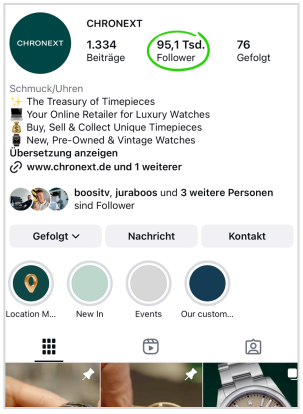
Chronext *(Zusammenarbeit abgeschlossen)*

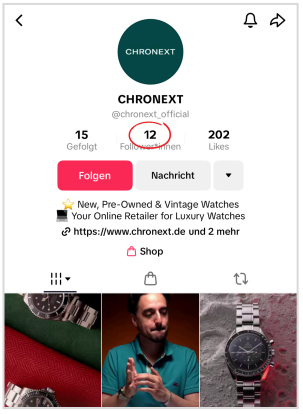
+30.000 Follower in NUR 5 Monaten & mediale Begleitung der Insolvenz in Eigenverwaltung

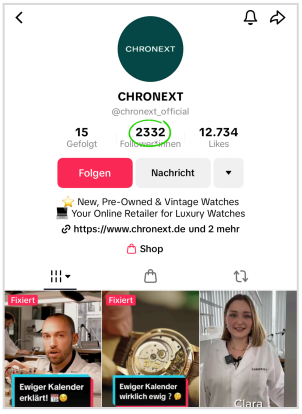
Entwicklung Instagram
(01.08.2024 - 31.12.2024)





Entwicklung Tiktok
(01.08.2024 - 31.12.2024)





Die Geschäftsführerin von Chronext (Frederike Knop) suchte im August 2024 nach einem erfahrenen Partner, der die Chronext AG medial in der **schwersten Zeit des Unternehmens** vollumfänglich beraten und begleiten kann. Chronext initiierte eine Insolvenz in Eigenverwaltung, um das Unternehmen neu auszurichten und zu sanieren. Projekte wie dieses kann man als kommunikativen “Drahtseilakt” bezeichnen, da jedes Wort auf die Goldwaage gelegt wird - nicht nur nervöse Investoren und Kunden verfolgen genau, wie und was eine Firma in solchen Situationen kommuniziert, sondern auch andere Stakeholder wie Mitarbeiter und Wettbewerber. Dementsprechend wichtig war eine wohlüberlegte Kommunikationsstrategie für das Unternehmen & die Geschäftsleitung selbst, die durch Social Seed ganzheitlich begleitet und übernommen wurde. Bis Ende 2024 konnte dieser Drahtseilakt nicht nur erfolgreich **gemeistert** sondern zusätzlich auch noch **mehr Reichweite und ein gestärktes Vertrauen (+ 143%)** in die **Handlungsfähigkeit von Chronext** erzielt werden.

Wer ist Chronext?
Chronext ist einer der renommiertesten Anbieter für Certified Pre-Owned Luxusuhren in Europa. Seit der Gründung im Jahr 2013 hat sich das Unternehmen zu einem bekannten Handelsplatz für hochwertige Uhrenmodelle etabliert - mit einem Geschäftsmodell, das Vertrauen, Qualität und Service auf höchstem Niveau vereint. Als Teil der Chronext Group, die international agiert, betreibt das Unternehmen nicht nur einen hochfrequentierten E-Commerce Shop, sondern auch eigene Lounges und Service-Hubs in Städten wie Köln, Berlin, London oder München. Der Mix aus Omnichannel-Strategie, zertifizierter Echtheitsprüfung und einem luxuriösen Markenauftritt hat Chronext zu einem der renommiertesten Player im Luxusuhren-Segment gemacht. Die Kunden sind kaufkräftig, anspruchsvoll und digital-affin. Entsprechend hoch sind die Erwartungen an die Kommunikation, besonders in hochsensiblen Situationen.

© Social Seed GmbH
Informieren & Zusammenarbeit anfragen: termin.social-seed.de

Kanäle:

- Instagram: https://www.instagram.com/chronext/?hl=de
- Tiktok: https://www.tiktok.com/@chronext_official

Welche Ziele & Herausforderungen gab es?
Im Sommer 2024 stand CHRONEXT vor einer unternehmerisch herausfordernden Entscheidung Die eigenverantwortliche Anmeldung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung.
Das Ziel war klar: Restrukturieren, ohne Vertrauen zu verlieren. Besonders im Luxussegment ist Kommunikation kein „Add-on“, sondern ein zentrales Steuerungsinstrument. Denn wer Vertrauen (in Form von teuren Uhren) verkauft, muss in jeder Nachricht aufs Neue beweisen, dass man vertrauenswürdig ist. An diesem Punkt trat Social Seed als strategischer Partner in den Vordergrund - nicht nur im klassischen Sinne der Social Media Betreuung, sondern als Verlängerung der Unternehmensführung in die Öffentlichkeit.

Wie haben wir geholfen?
Unsere Rolle als Partner war die holistische und strategische Kommunikationsführung auf allen Ebenen/Kanälen. In dieser besonderen Phase bestand unsere Arbeit nicht rein darin, die Reichweite des Unternehmens zu steigern, sondern mehr noch in der Entwicklung einer vertrauensstiftenden Kommunikationsstrategie über alle öffentlichen Kanäle hinweg.

Unsere Vorgehensweise im Überblick:

1. Kommunikation mit Haltung: Entwicklung einer Krisenstrategie für Chronext
Gemeinsam mit der Chronext-Führung entwickelten wir in enger Abstimmung eine präzise abgestimmte Tonalität, die den Spagat meisterte zwischen Offenheit und Kontrolle und folgendes beinhaltete:

- Entwicklung einer Krisenkommunikationsstrategie für Social Media & Website
- Messaging-Leitlinien für den Umgang mit kritischen Fragen aus der Community
- Inhaltliche Abstimmung mit einer weiteren PR-Agentur und dem Managementteam
- Erstellung der offiziellen Pressemeldungen zur Insolvenzanmeldung in Eigenverwaltung
- Krisenspezifisches Community Management inkl. Response Templates für DMs & Kommentarbereiche

Wichtig dabei: Keine Floskeln, kein Schweigen - sondern eine Sprache, die Klarheit schafft, ohne Panik zu erzeugen. Worte wie “Insolvenz” wurden bspw. ersetzt durch Worte wie “Sanierung”. Ziel war es, negative Konnotationen von Beginn an nicht zuzulassen. Chronext durfte nicht als “kenterndes Boot”, sondern als “entschlossener Kapitän am Ruder” wahrgenommen werden.

2. Wöchentliche Drehtage und gezielte Distribution der Inhalte
In der gesamtheitlichen, externen sowie der Kommunikation mit der Community von Chronext übernahm Social Seed die Verantwortung für die Redaktionsplanung, Textarbeit und Veröffentlichung aller Inhalte. Gerade in solchen Phasen stellt Social Media keinen reinen Sendekanal dar, sondern sollte als Raum für einen ehrlichen Austausch dienen.
Jede Veröffentlichung war taktisch geplant - mit dem Ziel, das Vertrauen der Kunden, Partner und Stakeholder nicht nur zu halten, sondern sogar zu stärken.

© Social Seed GmbH

Hier ein paar Auszüge:

- Veröffentlichung der Pressemeldung mit begleitendem Statement auf allen Socials
- Anpassung des Content-Mixes mit Fokus auf Transparenz & Qualitätsversprechen
- Monitoring & aktives Reagieren auf kritisches Feedback
- Emotionales Storytelling, das Kunden, Investoren & Mitarbeitern Zuversicht und Orientierung bot

3. Shift der Kommunikationsstrategie & Anpassung der Inhalte

Nicht zuletzt dank der angepassten Kommunikationsstrategie und der gestiegenen medialen Reichweite - die in Kreisen von Investoren sehr positiv wahrgenommen wurde - konnte sich Chronext trotz der widrigen Umstände neu aufstellen und einen neuen Investor finden. Es war also an der Zeit die Kommunikationsstrategie anzupassen. Selbstverständlich war wirtschaftlich vieles im Wandel, dennoch hielten wir an einem fest: **Der Marke Chronext**.

Unsere Inhalte kommunizierten also weiterhin das, wofür Chronext auch vor der Krise stand - Vertrauen, Qualität und Expertise. Unter anderem hoben wir folgende Aspekte immer wieder gezielt hervor:

- Wiederholte Betonung des Serviceversprechens trotz Insolvenzverfahren
- Herausstellung der operativen Stabilität: „Der Shop läuft normal weiter."
- Kommunikation der internen Expertise (z. B. Uhrmacher-Team, Sales, Authentifizierungsprozesse wurden gezeigt und erklärt)
- Stärkung der Beziehung zu treuen Bestandskunden über Social Proof & Erfahrungsberichte

Das Ergebnis?

Ein präsentes und neu ausgerichtetes Chronext, das sich nicht duckt, wenn es mal brennt!

In einer Phase, in der viele Unternehmen in Deckung gehen, hat Chronext mit der Hilfe von Social Seed gezeigt: Starke Marken kommunizieren (vor allem) auch dann, wenn es unangenehm wird. Trotz der öffentlichkeitswirksamen Insolvenzanmeldung in Eigenverwaltung blieb das Markenbild stabil. Das Unternehmen wurde in Medien, bei Partnern und in der Community nicht als „gescheitert" wahrgenommen, sondern als proaktiv handelndes Unternehmen mit langfristiger Vision. Die Social Media Kanäle blieben aktiv, kontrolliert und dienten als Dialograum mit der Community. Kundenanfragen wurden transparent behandelt, Unklarheiten direkt adressiert und das Vertrauen in die Services von Chronext aktiv verteidigt.

Das Ergebnis in nackten Zahlen:

- Follower: > 95.000 Menschen plattformübergreifend
- Views / Monat: Ø 1.455.000
- Erreichte Menschen / Monat: Ø 1.075.000

Das Fazit?

Krisenkommunikation ist eine Frage der Haltung. Mit Chronext haben wir bewiesen: Gerade in den sensibelsten Situationen muss Social Media strategisch angegangen werden - nicht laut oder ablenkend, sondern transparent und ehrlich. Nur so kann man Brand-Images in stürmischen Zeiten

© Social Seed GmbH

stabilisieren! Chronext bleibt eine Brand mit Substanz. Und Social Media war in dieser Phase das Tool, um dieses Bild in den Köpfen der Menschen einpflanzen.

Weitere Informationen & Quellen zu Chronext:

- Testimonial von Frederike (CEO Chronext):
  "Wir verkaufen nach jedem Video eine neue Luxus-Uhr" I Erfahrung mit Social Seed I…
- Von Social Seed verfasste Pressemitteilung:
  https://www.indat.info/Meldungen/Pressemitteilungen-Insolvenz-Sanierung/CHRONEXT-gibt-strategische-Neuausrichtung-bekannt-PLUTA-Team-unterstuetzt-Eigenverwaltung-f3dff71dee92b3ff67fc3cf593110c4c

© Social Seed GmbH