

Klasse statt Masse

Der Schweizer CP-Markt hat ein gutes Dutzend international agierender Dienstleister hervorgebracht, die einheimische Firmen bei ihrer Expansion ins Ausland begleiten und hochwertigen Content erstellen.

Die Corporate-Publishing-Dienstleister aus der Schweiz zählen eher zu den ruhigen Vertretern ihrer Zunft. Im Forum Corporate Publishing e.V. (FCP), dem Interessenverband für Deutschland, Österreich und die Schweiz, fallen sie jedenfalls nicht durch grosse Sprüche und lautstarke Forderungen auf. Umso mehr aber können sich ihre Leistungen sehen lassen, wie ein Blick auf den Wettbewerb Best of Corporate Publishing (BCP) zeigt, den das FCP seit 2003 veranstaltet. Bei Europas grösstem CP-Award ragen Schweizer Dienstleister und Unternehmen seit Jahren mit ihrer überdurchschnittlichen Erfolgsquote heraus. Sie reichen zwar nicht viele, dafür aber umso aussichtsreichere Publikationen ein. Im Jahr 2015 schafften es 24 von 57 CP-Produkten aus der Schweiz auf die Shortlist des BCP, das sind 42 Prozent. Insgesamt fünf davon gewannen soeben am BCP am 18. Juni in München Gold, bezogen auf die Zahl aller Einreichungen entspricht das einem Anteil von rund 9 Prozent. Zum Vergleich: Von allen 729 Einreichungen beim BCP konnte sich nur ein Drittel auf der Liste der Nominierten verewigen und lediglich 7 Prozent sicherten sich eine Goldmedaille.

Für Dr. Viviane Egli haben die Erfolge der Schweizer Dienstleister und ihrer Auftraggeber beim BCP viele Gründe: «Dienstleister und Unternehmen aus der Schweiz reichen beim BCP oftmals nur ihre besten Publikationen ein, gehen also eher qualitativ statt quantitativ vor», betont die Vorstandsfrau Schweiz des FCP und Geschäftsführerin der Zürcher Agentur Primafile, die auf CP und Content Marketing spezialisiert ist. Eine weitere Eigenart der Schweiz ist ihr kleinräumiger und mehrsprachiger Heimatmarkt, der zur Kommunikation über Sprachgrenzen hinweg zwingt. In diesem Umfeld sind eine ganz eigene Medienkultur und ein hochstehendes Presseangebot entstanden, wie Markus Siegenthaler, Geschäftsführer des CP-Dienstleisters Basel West, betont: «Diesem Anspruch müssen sich auch Unternehmensmedien stellen und gleichzeitig finanzierbare mehrsprachige Lösungen für kleine Empfängergruppen finden.»

Interkulturelles Fingerspitzengefühl

Diese im Kleinen erworbene Kompetenz der Unternehmen erweist sich auch im grösseren Zusammenhang als vorteilhaft. Viele Schweizer Firmen agieren global und nehmen ihre Dienstleister bei der Expan-

sion ins Ausland mit. Die CP-Agenturen bringen aufgrund ihrer Verortung in der kulturell vielfältigen Schweiz das nötige Fingerspitzengefühl mit, um sich in die Besonderheiten anderer Länder hineinzudenken und wirkungsvolle Kommunikation für ihre Auftraggeber zu inszenieren.

«Unser Markt tickt auch internationaler als zum Beispiel der deutsche», ergänzt Egli und sieht im Vergleich zum nördlichen Nachbarland noch einen gravierenden Unterschied. Während dort grosse Medienhäuser wie Burda, Gruner+Jahr, Bertelsmann und Hoffmann und Campe den CP-Markt dominieren, geben in der Schweiz vorwiegend inhabergeführte Agenturen den Ton an. Ein Grund dafür könnte sein, dass Unternehmensentscheider in der Schweiz «nicht so verlagshörig sind», glaubt Egli. Zudem sind in den verschiedenen Kulturräumen des Alpenlandes kaum grosse Verlagshäuser entstanden, so dass sich Independents leichter einen Markt im CP erschliessen konnten.



Viviane Egli, Vorstand Schweiz des Forum Corporate Publishing und Geschäftsführerin von Primafile AG.

Neben ihrer internationalen und kulturellen Erfahrung benötigen die Schweizer Dienstleister aber noch weitere Kompetenzen, um im Markt zu bestehen. Im Zuge der Digitalisierung ist es für Unternehmen wichtiger geworden, integriert über alle Mediensparten hinweg zu kommunizieren. «Das ist das entscheidende Erfolgskriterium», betont Siegenthaler. Vor allem die schnelllebigen Onlinemedien bieten in dieser Hinsicht viele Chancen, weil sie Zielgruppen direkt und fein segmentiert erreichen können. Doch auch die Nutzer selbst ändern ihr Kommunikationsverhalten und organisieren sich im Netz über Ländergrenzen hinweg zu Dialoggruppen von Gleichgesinnten, die für Unternehmen eine spannende Zielgruppe darstellen: «Wir betreuen mehrere exportstarke Industrieunternehmen, die dank suchmaschinenoptimierter Webpräsenz von den massgeblichen Auftraggebern und Interessenten nun gezielt gesucht und gefunden werden», berichtet Siegenthaler.



Markus Siegenthaler, Geschäftsführer von Basel West Unternehmenskommunikation AG.

Übergreifende Content-Strategie

In der mehrkanaligen digitalen Kommunikationswelt muss sich das Corporate Publishing aber auch selbst anderen Wettbewerbsbedingungen stellen. Inzwischen macht das Schlagwort Content Marketing die Runde und beschreibt eine Querschnittsaufgabe für Unternehmen. Kommunikation ragt in alle Bereiche der Unternehmen hinein und weicht die Grenzen zwischen Kundensupport, Werbung, PR und klassischen Kundenmedien auf. «Um eine Unité de doctrine und damit Glaubwürdigkeit zu erreichen, muss die ganze Unternehmenskommunikation einer gemeinsamen Content-Strategie folgen», ist Siegenthaler überzeugt. Das erfordert zum einen integriert denkende Kommunikationschefs, zum anderen aber auch Dienstleister, die bereit sind, mit ehemaligen Konkurrenzdisziplinen zu kooperieren. «Unternehmen machen sich heute viel mehr Gedanken darüber, wie sie zur Zielgruppe gelangen. Deshalb müssen wir uns als Dienstleister stärker für andere Disziplinen öffnen», fordert Egli. Vor allem bei der Distribution von Inhalten im Internet kann externe Unterstützung durch eine Mediaagentur nützlich sein, wenn eine CP- oder Content-Marketing-Agentur an Grenzen stösst. Egli kann sich auch vorstellen, je nach Aufgabenstellung externe Werbe- oder PR-Experten einzubinden. Das sei oft besser und effizienter, als alles allein zu machen. Wer als Dienstleister im Editorial Content ein internationales Beziehungsgeflecht aufgebaut hat, flexibel und interkulturell arbeiten kann, muss nicht fürchten, dass ihn sein Auftraggeber austauscht. Und die meisten Verbandsmitglieder bringen die nötige Einstellung für die neue Ära des Content Marketing mit, glaubt Egli: «Wir ziehen die Kooperation dem Alleingang vor.»

Guido Schneider



SCHWEIZ MIT HOHER ERFOLGSQUOTE BEIM BCP

Einreichungen und Auszeichnungen beim Best of Corporate Publishing 2015 im Vergleich

	Einreichungen	Nominierungen	in Prozent	Gewinner	in Prozent
Gesamt	729	238	32,6	50	6,9
Davon aus der Schweiz	57	24	42,1	5	8,8

Quelle: BCP, FCP, eigene Berechnungen



Das Booklet des FCP Schweiz ist kostenlos zu bestellen unter info@forum-corporate-publishing.de oder +49 / 89 / 34 07 79 77.

AUTOR

Guido Schneider arbeitet als freier Medienfachjournalist in Mannheim/Deutschland; er schreibt für Fachtitel wie «Horizont», «PR-Report» oder «kress report» und befasst sich seit langem mit der Entwicklung des CP- und CM-Marktes.



FORUM
CORPORATE
PUBLISHING

Inhalt zählt.

Die Spezialisten für Corporate Publishing & Content Marketing in der Schweiz

Forum Corporate Publishing e.V.
Geschäftsstelle für Deutschland,
die Schweiz und Österreich

Dachauer Straße 21a
D-80335 München
Telefon: +49 / 89 / 34 07 79 77
Telefax: +49 / 89 / 34 07 79 78
info@forum-corporate-publishing.de
forum-corporate-publishing.com

[facebook.com/Forum.Corporate.Publishing](https://www.facebook.com/Forum.Corporate.Publishing)

twitter.com/fcp_info

Arnold.KircherBurkhardt AG
Laubisrütistrasse 54
8712 Stäfa
Telefon: +41 / 44 / 928 33 11
daria.lederrey@kircher-burkhardt.ch
arnold.kircherburkhardt.ch

Axel Springer Schweiz AG
Förlibuckstrasse 70
8021 Zürich
Telefon: +41 / 43 / 444 50 06
thomas.garms@axelspringer.ch
axelspringer.ch/corporatemedia

**Basel West
Unternehmenskommunikation AG**
Hegeheimerstrasse 4
4055 Basel
Telefon: +41 / 61 / 386 10 00
welcome@baselwest.ch
baselwest.ch

Craftt Kommunikation AG
Hohlstrasse 201
8004 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 296 10 18
michael.ruetti@craftt.ch
craftt.ch

Festland AG
Ottenweg 25
8008 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 250 86 30
lroos@festland.ch
festland.ch

Infel Corporate Media
Militärstrasse 36
Postfach 3080
8021 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 299 41 41
welcome@infel.ch
infel.ch

Medianovis AG
Alte Landstrasse 55
8802 Kilchberg
Telefon: +41 / 44 / 716 55 16
ute.grossenbacher@medianovis.com
medianovis.com

Primafile AG
Hornbachstrasse 60
8034 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 389 84 94
egli@primafile-cp.ch
primafile-cp.ch

Process Brand Evolution
Giesshübelstrasse 62a
8045 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 254 39 46
rudolf.rodenburg@process-group.com
process-group.com

Raffinerie AG für Gestaltung
Anwandstrasse 62
8004 Zürich
Telefon: +41 / 43 / 322 11 11
nk@raffinerie.com
raffinerie.com

schneitermeier AG
Rämistrasse 35
8001 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 253 88 88
philip.meier@schneitermeier.ch
schneitermeier.ch

Swisscontent AG
Hottingerstrasse 12
8032 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 245 45 45
daniel.kaczynski@swisscontent.ch
swisscontent.ch

YJOO Communications AG
Molkenstrasse 8
8026 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 389 60 00
info@yjoo.ch
yjoo.ch