

# Content Marketing – ein Plädoyer für die Agilität

Im Zürcher Dadahaus haben sich die Mitglieder des Content Marketing Forums aus drei Nationen zu ihrem exklusiven jährlichen Austausch über Trends und Marktforschungsergebnisse getroffen.

Zum diesjährigen «Executive Day» hat der Verband Content Marketing Forum (CMF), der bislang Forum Corporate Publishing hiess, seine Mitglieder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ins Dadahaus in der Zürcher Altstadt geladen. Zum Auftakt wurden die aktuellen Aktivitäten des CMF thematisiert, so die neue Website ([www.content-marketing-forum.com](http://www.content-marketing-forum.com)). Die Tagung verschrieb sich übergreifend dem Thema Internationalisierung. Eine Referentin und fünf Referenten aus unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern und in unterschiedlichen Berufssituationen nährten den Boden des komplexen Feldes Content Marketing. Die Conclusio war entsprechend eine vielschichtige (siehe Einzeltexte), insgesamt aber ein überzeugtes und überzeugendes Votum für Agilität, der sich Content-Marketing-Spezialisten mit Vorteil verschreiben.



«Der Dokumentarfilm ist der natürliche Partner für die Content-Marketing-Arbeit.»

Marcy Goldberg, Dokumentarfilmspezialistin



«Social and mobile are deeply local. And I believe in the deep globality.»

Pieter Vereertbrugghen, Präsident des belgischen Content-Marketing-Verbandes



«Wir bei Schweiz Tourismus haben uns entschlossen, nicht mehr auf Masse, sondern auf Precise Marketing zu setzen»

Tiziano Pelli, Head of Management Services von Schweiz Tourismus



«Eine Marke ist nichts ohne Inhalte.»

Clemens Koob, Marktforscher



«Content muss dort sein wo die Leute sind, sinnbildlich in der Fussgängerzone.»

Stefan Mennerich, Direktor neue Medien des FC Bayern München



«Es ist nicht die Frage, ob man gross oder klein ist, sondern ob man schnell ist. Alles wird intelligent und mobil.»

Stefan Nünlist, Head of Group Communications Swisscom

## Marcy Goldberg: Content-Marketing-geeignete Spielarten des Dokumentarfilms

Die aus Kanada stammende Dokumentarfilmspezialistin, Dozentin und Medienberaterin Marcy Goldberg vermittelte dem Plenum einen Ein- und Überblick in die internationale Entwicklung des Bewegtbildes mit journalistischem Gehalt; insbesondere ging sie dabei auf das Dokumentarfilmschaffen in der Schweiz mit seiner besonderen Couleur ein. Ihr Fokus galt in diesem sowohl internationalen als auch lokal-kulturell verankertem Überblick dem oft gespannten aber auch fruchtbaren Verhältnis zwischen Autoren- und Auftragsfilm. Marcy Goldbergs einprägsame Ausführungen, wie ein Bewegtbild einer Marke dienen und zugleich eine starke Handschrift des Filmemachers tragen kann, sind eine Ermutigung für das spezialisierte Plenum, dokumentarisch konzipiertes Bewegtbild fortan noch stärker in das crossmediale Tun einzubinden.

## Pieter Vereertbrugghen: Spannungsfeld global-lokal

Der Präsident des belgischen Content Marketing Verbandes, der gemeinsam mit dem CMF und den CM-Verbänden und Organisation von weiteren 14 Ländern im Verbund International Content Marketing Forum (ICMF) zusammengeschlossen ist, erfrischte das Plenum mit seinem Plädoyer für «local content». Er führte glaubhaft den Nutzen einer lokal verankerten Kommunikation vor Augen, und dies insbesondere auch für globale Brands. Er unterschied zwischen «localised» und «local» und natürlich dem «global content». Zu seinem Plädoyer gehören «social is local» und «mobile is local», und mit Verve betonte Pieter Vereertbrugghen den unersetzbaren Wert von agilen lokalen Marktplayern, gerade auch für globale Aufgaben. Er rät strikt davon ab, global Definiertes einfach überall vor Ort zu deklorieren.

## Tiziano Pelli: Die Grand Tour

Tiziano Pelli, Head of Management Services von Schweiz Tourismus, zeigte mit seinem Case der «Grand Tour» eindrücklich auf, wie man mit wenig Budget und bei den harten Bedingungen in seiner Branche konsequent eine Content-Marketing-Konzeption angeht und diese permanent weiterentwickelt und den aktuellen Bedingungen anpasst. Die aufeinander abgestimmten einzelnen Massnahmen, so die Content-Landkarte, Guides, Magazin, Bewegtbild, Merchandising, Social-Media-Präsenzen und physische Strassenwegweiser «Grand Tour», sowie die Zusammenarbeit mit Partnern und entsprechende Präsenz auf deren Plattformen zeigten ein durchdachtes und ständig neu durchzudenkendes Ganzes. Die Situation des Tourismus in der Schweiz mit dem starken Franken und weiteren Herausforderungen führt laut Tiziano Pelli klar auf den Weg des differenzierbaren Erlebnisses. Die «Grand Tour» mit ihren Wegweisern ist wegweisend.

## Clemens Koob: Content Marketing – eine internationale Perspektive

Clemens Koob, Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens zehnvier, Zürich, und Professor an der Hochschule Erding, präsentierte die Ergebnisse seiner neusten Content-Marketing-Studie. Die Mehrheit der Unternehmen wird demnach künftig auf inhaltsgetriebene Kommunikation setzen, Tendenz steigend. Die grössten Herausforderungen hierbei sind die fehlende Content-Strategie, laut Marktforschung haben wir weltweit 400 Millionen Sympathisanten, und monatlich werden eine Milliarde Touchpointkontakte realisiert. Der Content, den wir auf die Kanäle spielen, muss immer passend zu unserer Marke, zu unserem Verein gestaltet werden, muss immer die Wurzeln des FC Bayern widerspiegeln.

## Stefan Mennerich: Vom Club zum Medienhaus – die digitale Zukunft des FC Bayern München

Der Weg zur internationalen Marke läuft für den FC Bayern München über digitales Content Marketing. Das zeigte in seinem Referat Stefan Mennerich, Direktor neue Medien des FC Bayern München. Mit einem eigenen, global aufgestellten Team von über 60 Leuten werden die zahlreichen Inhalte, die ein Fussballclub und seine Protagonisten generiert, gebündelt und global verbreitet. Über die digitalen Kanäle erreichen wir derzeit 52 Millionen Follower, laut Marktforschung haben wir weltweit 400 Millionen Sympathisanten, und monatlich werden eine Milliarde Touchpointkontakte realisiert. Der Content, den wir auf die Kanäle spielen, muss immer passend zu unserer Marke, zu unserem Verein gestaltet werden, muss immer die Wurzeln des FC Bayern widerspiegeln.

## Stefan Nünlist: Wie die Digitalisierung unsere Gesellschaft verändert

Stefan Nünlist, Leiter Corporate Communications der Swisscom, zeigte eindrücklich, wie die Digitalisierung unsere Gesellschaft und damit auch jeden Wirtschaftszweig verändert. Technologien ändern die Geschäftsmodelle. Ganze Branchen werden in kürze durch disruptive Geschäftsmodelle ersetzt. Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen hat die Swisscom auf diese Entwicklung reagiert und sich entsprechend als IT-Unternehmen aufgestellt. Für die Unternehmenskommunikation hat das zur Folge, die Trennung zwischen interner und externer Kommunikation aufzugeben. Denn es entsteht ein neues und anspruchsvolles Tätigkeitsfeld, in dem Glaubwürdigkeit, Transparenz und Flexibilität in allen Bereichen gleichermaßen im Zentrum stehen.



Der «Executive Day» des Content Marketing Forum fand dieses Jahr in Zürich statt. Verbandsmitglieder und Referenten tauschten sich im Dadahaus aus, einer sinnigen und inspirierenden Stätte zum übergreifenden Thema Internationalisierung.

## AUTOREN

Viviane Egli und Daniel Kaczynski, Content Marketing Forum in der Schweiz



content marketing forum

Inhalt zählt.

## Die Spezialisten für Content Marketing & Corporate Publishing in der Schweiz

Content Marketing Forum  
Geschäftsstelle für Deutschland,  
die Schweiz und Österreich

Dachauer Strasse 21a  
D-80335 München  
Telefon: +49 / 89 / 34 07 79 77  
[info@forum-corporate-publishing.de](mailto:info@forum-corporate-publishing.de)  
[forum-corporate-publishing.com](http://forum-corporate-publishing.com)

[facebook.com/Forum.Corporate.Publishing](https://www.facebook.com/Forum.Corporate.Publishing)  
[twitter.com/fcp\\_info](https://twitter.com/fcp_info)

### Axel Springer Schweiz AG

Förlibuckstrasse 70  
8021 Zürich  
Telefon: +41 / 43 / 444 50 06  
[thomas.garms@axelspringer.ch](mailto:thomas.garms@axelspringer.ch)  
[axelspringer.ch/corporatemedia](http://axelspringer.ch/corporatemedia)

### Basel West Unternehmenskommunikation AG

Hegenheimerstrasse 4  
4055 Basel  
Telefon: +41 / 61 / 386 10 00  
[welcome@baselwest.ch](mailto:welcome@baselwest.ch)  
[baselwest.ch](http://baselwest.ch)

### Craft Kommunikation AG

Hohlstrasse 201  
8004 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 296 10 18  
[michael.ruetti@craft.ch](mailto:michael.ruetti@craft.ch)  
[craft.ch](http://craft.ch)

### C3 Creative Code and Content (Schweiz) AG

Dianastrasse 9  
8002 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 928 33 11  
[zrhi-info@c3.co](mailto:zrhi-info@c3.co)  
[c3.co/schweiz](http://c3.co/schweiz)

### Festland AG

Ottenweg 25  
8008 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 250 86 30  
[lroos@festland.ch](mailto:lroos@festland.ch)  
[festland.ch](http://festland.ch)

### Infel Corporate Media

Militärstrasse 36  
Postfach 3080  
8021 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 299 41 41  
[welcome@infel.ch](mailto:welcome@infel.ch)  
[infel.ch](http://infel.ch)

### Medianovis AG

Alte Landstrasse 55  
8802 Kilchberg  
Telefon: +41 / 44 / 716 55 16  
[ute.grossenbacher@medianovis.com](mailto:ute.grossenbacher@medianovis.com)  
[medianovis.com](http://medianovis.com)

### Primafila AG

Hornbachstrasse 50  
8008 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 389 84 94  
[egli@primafila-cm.com](mailto:egli@primafila-cm.com)  
[primafila-cm.com](http://primafila-cm.com)

### Process Brand Evolution

Giesshübelstrasse 62a  
8045 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 254 39 46  
[rudolf.rodenburg@process-group.com](mailto:rudolf.rodenburg@process-group.com)  
[process-group.com](http://process-group.com)

### Raffinerie AG für Gestaltung

Anwandstrasse 62  
8004 Zürich  
Telefon: +41 / 43 / 322 11 11  
[nk@raffinerie.com](mailto:nk@raffinerie.com)  
[raffinerie.com](http://raffinerie.com)

### schneitermeier AG

Rämistrasse 35  
8001 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 253 88 88  
[philip.meier@schneitermeier.ch](mailto:philip.meier@schneitermeier.ch)  
[schneitermeier.ch](http://schneitermeier.ch)

### Swisscontent AG

Hottingerstrasse 12  
8032 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 245 45 45  
[daniel.kaczynski@swisscontent.ch](mailto:daniel.kaczynski@swisscontent.ch)  
[swisscontent.ch](http://swisscontent.ch)

### YJOO Communications AG

Molkenstrasse 8  
8026 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 389 60 00  
[info@yjoo.ch](mailto:info@yjoo.ch)  
[yjoo.ch](http://yjoo.ch)