Swisscontent Corp. : "der Markt ist derzeit eng"

Autor(en): **Hämmerli, Fredy / Hagmann, Jürg**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Arbido**

Band (Jahr): **17 (2002)**

Heft 10

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-768774

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Swisscontent Corp.

«Der Markt ist derzeit eng»

Interview mit
Fredy Hämmerli
CEO Swisscontent Corp. / Moneycab

Arbido: Welches ist die langfristige Strategie von Swisscontent Corp.?

Fredy Hämmerli: Swisscontent Corp. (SCC) will langfristig der führende Schweizer Content-Provider im Bereich Business-to-Business (B2B) bleiben. Wir beliefern unsere Kunden mehrsprachig (heute deutsch, französisch, italienisch, englisch), multimedial (Text, Foto, Audio, Video) und über den vom Kunden gewünschten Kanal. Dabei stehen Internet, E-Board, SMS und WAP heute im Vordergund. Wir verfügen aber auch über ein leistungsstarkes Text-to-Voice-System für das Handy und bieten demnächst MMS an. Die von SCC produzierten Inhalte werden nach journalistischen Kriterien ausgewählt, recherchiert, geschrieben und mediengerecht aufbereitet.

Wie sieht Ihr Finanzierungssystem aus?

Swisscontent Corp. finanziert sich ausschliesslich über vertraglich mit den Kunden vereinbarte Honorare oder über Revenue-Sharing-Modelle.

Die Firma wurde ja redimensioniert von ca. 60 MA auf knapp rund 45 jetzt. Ist dies einfach mit der Konjunktur und dem IT-Slump zu begründen (z.B. Verlust von YellowWorld) oder hat dies auch andere (interne, organisatorische) Gründe?

Der konjunkturelle Abschwung und das Platzen der Internet-Blase haben selbstverständlich auch SCC getroffen. Erwartete Aufträge sind teilweise ausgeblieben, YellowWorld hat ihr Volumen massiv reduziert und die Belieferung der elektronischen Anzeigetafeln (E-Boards) in den Bahnhöfen Zürich und Bern ging verloren, weil der Tages Anzeiger und die Berner Zeitung bereit waren, den Content dafür gratis zu liefern. Durch die enge Zusammenarbeit mit unserem Schwesterunternehmen Moneycab konnte Swisscontent Corp. aber auch Synergieeffekte erzielen, die eine Stellenreduktion ohne Qualitätsverlust erlaubten.

Auf welche Zielgruppen fokussieren Sie Ihre Angebote/Produkte?

Unsere Kernzielgruppe sind Unternehmen mit grossen Portalen (z.B. Telcos, Provider), die aktuelle, Internet-gerecht aufbereitete Informationen verbreiten wollen, Unternehmen mit Fokus im Bereich Wirtschaft/Finanzen (z.B. Banken, Versicherungen usw.) und alle Unternehmen, Behörden oder Institutionen, die in einem speziellen Fachgebiet Informationsbedürfnisse haben (massgeschneiderte Angebote, sog. Content on Demand).

Sie bieten massgeschneiderte Lösungen an? Können Sie an einem praktischen Beispiel schildern, wie dies konkret abläuft?

Für ein Telekom-Unternehmen können wir beispielsweise ausgewählte News aus dem Bereich der Telekommunikation oder elektronischer Geräte bieten, dazu Tipps und Kniffe im Umgang mit dem Handy und SMS oder MMS. Auf Wunsch kommen spielerische Applikationen oder ein Wettbewerb hinzu. Ein Newsletter (PDF oder HTML – wenn gewünscht auch offline als Printprodukt) kann das Angebot abrunden.

Oder für einen Tiernahrungshersteller können wir journalistische Beiträge rund um Haustiere bzw. freilebende Tiere produzieren. Oder für ein Pharmaunternehmen alles zum Thema Gesundheit usw. In all diesen Fällen profitieren die Kunden von unserer Kompetenz, unserer Professionalität und unserer Glaubwürdigkeit.

Wer sind die Konkurrenten in der Schweiz? Wie sieht der Markt für Content-Management aus?

Im Kerngeschäft der Swisscontent Corp., also im Bereich B2B-Content, gibt es kaum noch direkte Konkurrenten. Indirekt ist das Konkurrenzfeld allerdings gross. Dazu gehören namentlich die grossen Nachrichtenagenturen, die mit Billigangeboten in den Online-Markt vorstossen (multiplizierte Commodity-News, Newsticker usw.). Aber auch die traditionellen Printverlage sind als Konkurrenz spürbar, wenn sie ihren Content gratis weitergeben. Der Markt ist derzeit eng. Das Bedürfnis nach Content wäre zwar durchaus vorhanden, doch oft fehlen die entsprechenden Budgets.

Welche Trends sehen Sie im Content-Management in der Schweiz und international?

Wir gehen davon aus, dass der Markt in den Jahren 2003 und 2004 wieder deutlich anziehen wird. Das Bedürfnis nach qualitativ hoch stehendem Content ist erwiesenermassen gross. Und Swisscontent Corp. wird eines der wenigen, wenn nicht das einzige Unternehmen in der Schweiz sein, das diese Bedürfnisse abdecken kann. Gerade unsere Mehrsprachigkeit, unsere Multimedialität und unsere Multi-Device-Fähigkeit entsprechen Erfordernissen des heutigen und vor allem auch des künftigen Marktes, die kein anderer Mitbewerber erfüllen kann, ohne Millioneninvestitionen auf sich zu nehmen. ■

Die Fragen stellte Jürg Hagmann

Swisscontent Corp.

... ist das erste voll elektronische Verlagshaus der Schweiz und ein Unternehmen der *goldbach-media-Gruppe*. Das Anfang 2000 gegründete Unternehmen zählt heute rund 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Bern und Zürich. Swisscontent Corp. ist spezialisiert auf die Kreation, Bündelung und Distribution von spezifisch auf den Kunden zugeschnittenen, multimedial aufbereiteten publizistischen Inhalten (Editorial Content). Das Informationsangebot umfasst tagesaktuelle News, Berichte zu spezifischen Wissensgebieten sowie Unterhaltungsangebote in mehreren Sprachen. Dank medienneutralem Datenmanagement profitieren sowohl konventionelle wie auch digitale Medien und Net Appliances rund um die Uhr von einem revolutionären, auf Wunsch individualisierbaren Informationsstrom.

→ *E-Mail: fredy.haemmerli@swisscontent.ch*