

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: 17 (2002)
Heft: 10

Artikel: Swisscontent Corp. : "der Markt ist derzeit eng"
Autor: Hämmerli, Fredy / Hagmann, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-768774>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.12.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 Vordergrund. 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 erlauben.

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 Verlags- haus 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