

# Neue Medien suchen Inhalt

Rasante technische Fortschritte verändern die Mediennutzung. Hat das Papier bald ausgedient?

Die Vision von papierlosem Büro ist uralt und wird heute durch die Vision der papierlosen Medien erweitert. Bisher wurde sie stets durch die Praxis widerlegt. Dennoch verbirgt sich dahinter ein reales Bedürfnis. Papier überzeugte bisher durch praktische Vorteile wie das rasche Blättern in Unterlagen und Ausbreiten auf dem Tisch. Schnelle Computer mit grossen, hochscharfen Bildschirmen und klugen Suchfunktionen schaffen neue Voraussetzungen, um die lästige Papierflut einzudämmen – das (fast) papierlose Büro setzt sich in dem Mass durch, wie seine Nachteile eliminiert werden. Eine ähnliche Entwicklung beobachten wir bei den Medien, vorab bei Tageszeitungen, die der Medienunternehmer David Montgomery mittlerweile als sinnlose egoistische Obsession mit toten Bäumen bezeichnet. Leichte, mobile und sehr schnelle elektronische Medien bedrängen die gedruckten Zeitungen, vor allem wegen ihrer Aktualität und dauernden Verfügbarkeit.

## E-Media bieten Vorteile

Elektronische Medien sparen Papier und Produktionskosten, und die Einengung durch Format und fixe Seitenzahlen entfällt. Die Informationen lassen sich just in time verbreiten und laufend aktuell halten. Die Nutzer können sie einfach archivieren, mit anderen teilen und auch auf Reisen lesen. Das weltweite Wissen hat heute in der Hosentasche Platz. Märkte waren noch nie so transparent und die Politik sieht sich vor einem weltweiten Demokratisierungsprozess, der jedem ermöglicht, seine Meinung zu veröffentlichen und mit Bildern und Filmen zu dokumentieren. Die einfachste Form der Partizipation bieten Newsströme wie die stark wachsenden Bildarchive Pinterest und Tumblr oder auch das bildlastige Facebook.

Die Zielgruppen werden definitiv zu Dialoggruppen und lassen sich immer feiner segmentieren, da Gleichgesinnte mit Spezialinteressen global zusammenfinden. Schenkt man ihnen Aufmerksamkeit, sind sie hoch empfänglich für interessenspezifische Angebote.

## Print bietet Vorteile

Papier hat immer noch einen wertigeren Approach als Elektronik. Dies wird auch durch die persönliche

Postzustellung unterstützt: Man kriegt gerne Post. Ein Magazin zwingt geradezu zum Durchblättern, jede Seite ist eine Chance, um Interesse zu schaffen. Auch in der Haptik behält Print seine Überlegenheit. Eine Studie der Ohio & Illinois State University hat ergeben, dass Kunden mehr für ein Produkt bezahlen, das sie berühren konnten. Je länger die Berührung dauert, desto stärker wird die Verbundenheit. Diese Wertigkeit kommt auch Printmedien zugute.

Printmagazine werden häufig auch als Apps angeboten. Die grossen Datenmengen verursachen aber lange Ladezeiten und benötigen kostbaren Speicherplatz, vor allem wenn die E-Magazine mit Animationen und Filmsequenzen angereichert sind. HTML5 verspricht dazu wichtige Verbesserungen und wird diese Nachteile allmählich aufheben.

Elektronische Medien lassen sich sehr selektiv nützen, was die Gefahr der einseitigen Meinungsbildung verschärft. Bei neutraleren Printmedien lässt man sich eher auf Kontroversen ein und schätzt die überraschende Qualität des Ungewohnten.

## Crossmedia bietet alle Vorteile

Zwei Drittel der Unternehmen im deutschsprachigen Raum bezeichnen Print immer noch als zentral und achtzig Prozent sehen digitale Medien als Ergänzung dazu. Für Kundenmagazine wird immer noch fünfmal so viel Geld ausgegeben wie für Websites. Rund 23 000 gedruckte Firmenmagazine für Kunden und Personal erscheinen in einer jährlichen Auflage von 3,6 Mia. Exemplaren. Die meisten Firmen erhöhen nun aber ihre Investitionen in digitale Medien, teilweise auf Kosten der Printmedien und vor allem der klassischen Werbung. An Bedeutung gewinnen crossmediale Konzepte, welche die Inhalte der verschiedenen Kanäle mediengerecht aufeinander abstimmen.

## Content is King

Die neuen Medien verlangen nach Inhalten, die einem Interesse der Nutzer entsprechen. Wenn sich die erste Begeisterung für neue Technologien legt, will niemand mehr eine App ohne Nutzen für ihn. Ein Medium darf darum nie das Ziel sein, sondern ist ein mehr oder weniger geeignetes Mittel, um eine Botschaft an ein Publikum heranzutragen. Die Herausforderung besteht in der effizienten Orchestrie-

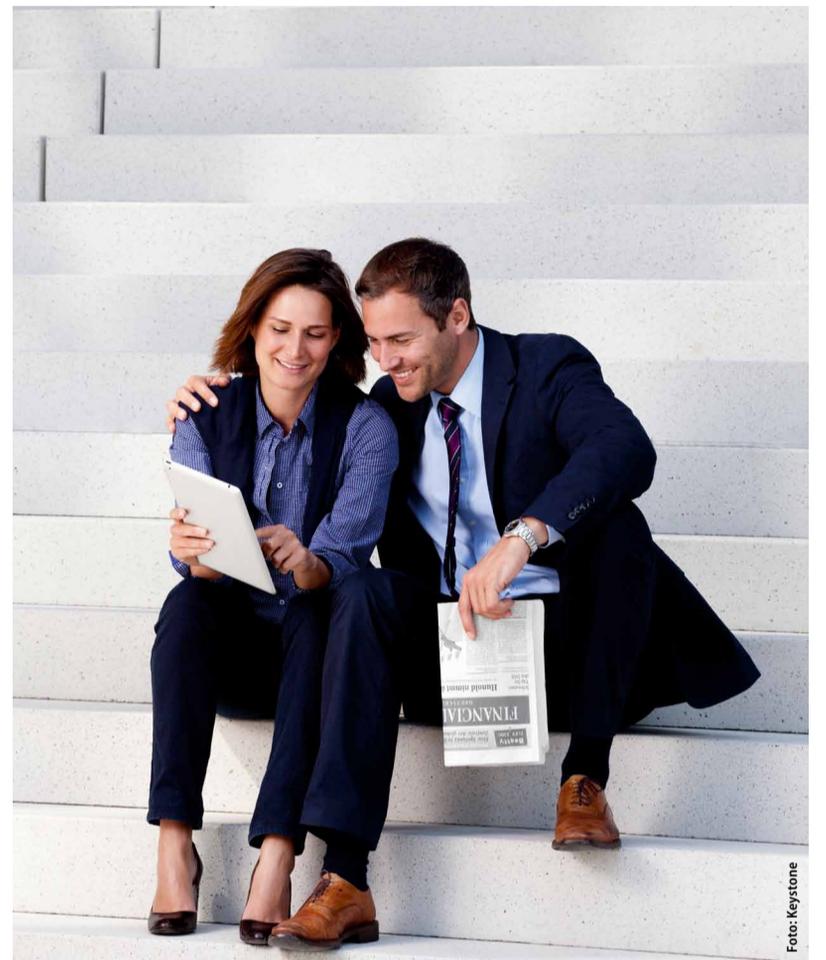


Foto: Keystone

rung der Medienkanäle, um die Ressourcen nicht zu verstreuen.

Elektronische Medien werden selektiv konsumiert; was nicht interessiert, wird übergangen. Umso mehr müssen Unternehmen mit ihren Kompetenzen und Angeboten von allen, die danach suchen, rasch auffindbar sein. Der Kampf um die vordersten Plätze wird sich zuspitzen und das Suchmaschinenmarketing professionalisieren. Wer Beachtung sucht, muss auch hochwertigen Content liefern. Qualität setzt eine Eigendynamik in Gang, indem gut bewertete Inhalte im Ranking vorankommen und besser gefunden werden. Journalistische Unternehmenskommunikation bewährt sich einmal mehr inmitten der dynamischen Entwicklungen als Stabilisator.

Markus Siegenthaler

Informationen:  
Basel West Unternehmenskommunikation AG  
siegenthaler@baselwest.ch

## Die Spezialisten für Corporate Publishing in der Schweiz

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

**Brandl & Schärer AG**  
Solothurnerstrasse 121  
4601 Olten  
Telefon: +41 / 62 / 205 90 40  
schaerer@brandl.ch  
www.brandl.ch

**Largeur.com SA**  
rue Abraham-Gevray 6  
1201 Genève  
Telefon: +41 / 22 / 919 19 19  
info@largeur.com  
www.largeur.com

**Process AG**  
Giesshübelstrasse 62a  
8045 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 254 39 39  
baerbel.fritz@process-group.com  
www.process-group.com

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

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

**infel corporate media**  
Militärstrasse 36  
Postfach 3080  
8021 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 299 41 41  
welcome@infel.ch  
www.infel.ch

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

**schneiter meier AG**  
Rämistrasse 35  
8001 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 253 88 88  
Philip.Meier@schneitermeier.ch  
www.schneitermeier.ch

**Basel West**  
Unternehmenskommunikation AG  
Hegeheimerstrasse 4  
4012 Basel  
Telefon: +41 / 61 / 386 10 00  
welcome@baselwest.ch  
www.baselwest.ch

**Crafft Kommunikation AG**  
Hohlstrasse 201  
8004 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 296 10 18  
michael.ruetti@crafft.ch  
www.crafft.ch

**Primafila AG**  
Hornbachstrasse 50  
8034 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 389 84 94  
egli@primafila-cp.ch  
www.primafila-cp.ch

**Swisscontent AG**  
Hottingerstrasse 12  
8032 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 245 45 45  
info@swisscontent.ch  
www.swisscontent.ch



**FORUM CORPORATE PUBLISHING**

Forum Corporate Publishing e.V.

Dachauer Straße 21a  
D-80335 München  
Telefon: +49 / 89 / 34 07 79 77  
Telefax: +49 / 89 / 34 07 79 78  
E-Mail: [info@forum-corporate-publishing.de](mailto:info@forum-corporate-publishing.de)  
[www.forum-corporate-publishing.de](http://www.forum-corporate-publishing.de)