

Orientierung im Kommunikations-Babylon

Wer heute von Corporate Publishing (CP) spricht, weiss oft nicht mehr, wo ihm der Kopf steht. Alles wird schneller und komplexer, immer mehr Medien und Zielgruppen müssen berücksichtigt werden. Im hektischen Umfeld bietet Crafft Orientierung und hilft, unternehmerische Imageschäden zu vermeiden. «Zuerst denken, dann kommunizieren», lautet das Credo der Zürcher Design- und Kommunikationsagentur.

Früher war alles so schön einfach: Mit dem Begriff Corporate Publishing (CP) war fast immer Corporate Print gemeint: Broschüren, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften, Geschäftsberichte. Mit dem Aufkommen des Internets geisterte immer häufiger der Begriff Crossmediales Corporate Publishing (CMCP) durch die Fachwelt. Oft ist von Corporate Media (CM) die Rede; zu berücksichtigen sind Corporate Audio, TV, Corporate Blog und Corporate Social Media – und nicht zu vergessen die Corporate Social Responsibility (CSR), wenn es um den guten Ruf des Unternehmens geht.

Klarheit trotz Komplexität

Kommunikation ist interaktiv geworden – und somit anspruchsvoller. Während man sich früher darauf beschränkte, mit Einbahn-Botschaften eine klar definierte Zielgruppe zu erreichen, müssen heute die Unternehmen auf vielen Kanälen in einen offenen Dialog mit dem Publikum treten. Doch kann man wirklich von jedem KMU erwarten, dass es wie ein globales Medienunternehmen kommuniziert? Braucht es heute zwingend einen eigenen Newsroom mit einer rund um die Uhr verfügbaren Redaktion, um am Puls der Kommunikation zu bleiben?

Die Leute bei Crafft kennen die Sorgen und Nöte der Kunden. «Viele Unternehmen suchen für jedes On- oder Offline-Medium eine spezialisierte Agentur», sagt Partner Cédric Tribolet, «und eines Tages stellen sie erstaunt fest, dass in ihrer Kommunikation nichts mehr zusammenpasst – weder beim Design noch bei den Botschaften.» Für Tribolet logisch: «Wenn schon das Unternehmen die Übersicht verloren hat, wie sollen dann wir Konsumenten verstehen, was man uns sagen will?» Das Resultat der babylonischen Kommunikationsverwirrung ist verheerend: Auf der Strecke bleibt über kurz oder lang die Corporate Identity (CI).

Viele Zielgruppen – ein Image

«Wenn man kopflos in alle Richtungen kommuniziert, bleibt die Marke als solche nicht mehr erkennbar», sagt Crafft-Partner Michael Rütli. Als Folge der Verluste bei der Wahrnehmung drohe früher oder



später ein unternehmerischer Imageschaden. «Zuerst denken, dann kommunizieren», heisst darum die Devise im Büro von Crafft. Für die Macher an der Zürcher Hohlstrasse ist die Unternehmenskommunikation ein zentraler Bestandteil der Markenführung. Denn: Je sauberer der Markenauftritt, desto besser wirken die Kommunikationsmassnahmen auf sämtlichen Kanälen. «Unsere Kernkompetenz ist es, mit einem inhaltlich und formal klar strukturierten Erscheinungsbild eine tragfähige Basis zu schaffen», sagt Rütli.

Auch wenn man bei Crafft auf gestalterisches Handwerk und wirkungsvolles Corporate Design setzt, ist die Agentur topmodern ausgerüstet, was die Infrastruktur anbetrifft. Im klimatisierten Keller steht das aktuellste auf dem Markt erhältliche Redaktionssystem. «Hier werden alle Informationen gesammelt und zielgruppengerecht aufbereitet», sagt Cédric Tribolet, «hier laufen die Fäden zusammen.» Egal, ob Inhalt, Design, Korrektorat oder Übersetzung – alle Prozesse werden zentral

verwaltet und können parallel und standortunabhängig ausgelöst werden. Das webbasierte Content Management System (CMS) ist die Schnittstelle zwischen Agentur und Kunde – und von da aus der Ausgangspunkt zu den einzelnen Dialoggruppen. Crafft-Kunden wie Helsana, Pfister oder das Kunsthaus Zürich nutzen bereits die effiziente und schnelle Publikationstechnologie.

Inhalt und Form – aus einer Hand

Seit 15 Jahren steht Crafft für höchste Design-Kompetenz sowie für eigenständige und sorgfältig abgestimmte Kommunikationslösungen. Mit 14 festen Mitarbeitern schafft die Agentur Klarheit für KMUs und Grossunternehmen, die mit unterschiedlichen Gruppen auf vielen Ebenen im Dialog stehen. «Kommunikation aus einer Hand bedeutet, dass der Auftritt immer klar erkennbar bleibt», sagt Michael Rütli. «Wir sorgen für inhaltliche und formale Stringenz und streben für jede Anwendung die wirkungsvollste Umsetzung an.»

Die beiden Inhaber Cédric Tribolet und Michael Rütli im Büro von Crafft.

Informationen:
Crafft Kommunikation AG
Michael Rütli, E-Mail:
michael.ruetti@crafft.ch
Roy Spring

Die Spezialisten für Corporate Publishing in der Schweiz

Arnold. Inhalt und Form AG
Laubisrütistrasse 52
8713 Uerikon
Telefon: +41 / 44 / 928 33 11
E-Mail: urs.arnold@arnolddesign.ch
Internet: www.arnolddesign.ch

Basel West Unternehmenskommunikation AG
Hegenheimerstrasse 4
4012 Basel
Telefon: +41 / 61 / 386 10 00
E-Mail: welcome@baselwest.ch
Internet: www.baselwest.ch

Brandl & Schärer AG
Solithurnerstrasse 121
4601 Olten
Telefon: +41 / 62 / 205 90 40
E-Mail: schaerer@brandl.ch
Internet: www.brandl.ch

comunicazione
Via Rusca 16
6862 Rancate
Telefon: +41 / 91 / 646 26 33
E-Mail: eckhard.sohns@comunicazione.ch
Internet: www.comunicazione.ch

DENON Publizistik AG
Hauptplatz 5
8640 Rapperswil-Jona
Telefon: +41 / 55 / 220 81 88
E-Mail: Daniel.Steim@denon.ch
Internet: www.denon.ch

Infel AG
Militärstrasse 36
Postfach 3080
8021 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 299 41 41
E-Mail: welcome@infel.ch
Internet: www.infel.ch

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

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

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

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

Process AG
Giesshübelstrasse 62a
8045 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 254 39 39
E-Mail: b.fritz@process.ch
Internet: www.process.ch

schneider meier AG
Rämistrasse 35
8001 Zürich
Telefon: +41 / 44 / 253 88 88
E-Mail: Philip.Meier@schneidermeier.ch
Internet: www.schneidermeier.ch



FORUM corporate publishing e.V.
Hohenzollernstraße 112, D-80796 München
Tel.: + 49 / 89 / 34 07 79 77
Fax: + 49 / 89 / 34 07 79 78
E-Mail: michael.hoefflich@forum-corporate-publishing.de
Internet: www.forum-corporate-publishing.ch