



## Russland vertraut auf Corporate Publishing

Die Bedeutung des Corporate Publishing wächst auch bei russischen Unternehmen. Noch werden nicht alle Potenziale ausgeschöpft, so die erste grundlegende Studie über den Corporate-Publishing-Markt in Russland.

In **Russland** betreiben 89 Prozent der befragten Unternehmen **Corporate Publishing**. Das ist nur ein unwesentlich geringerer Anteil als im deutschsprachigen Raum, wo 94 Prozent auf Unternehmensmedien setzen. „Die Studie untermauert, dass Corporate Publishing heute für russische Unternehmen eine äußerst wichtige, nicht mehr wegzudenkende Kommunikationsdisziplin ist“, so Professor **Clemens Koob**, Managing Director bei Zehnvier. Im Auftrag der **Russian Association of Corporate Media and Communication Directors** (AKMR), dem CP-Dachverband in Russland, hat das Schweizer Marktforschungsinstitut **Zehnvier** die Untersuchung konzipiert und umgesetzt. Die Studie, die von MegaFon, einem führenden russischen Mobilfunkunternehmen, und der russischen Investmentbank VTB Capital unterstützt wurde, befasst sich mit der Analyse des gesamten Spektrums an Unternehmensmedien, von Kundenzeitschriften bis hin zu Social Media.

### Printmedien sind wichtig

„Die Studie zeigt, dass russische Unternehmen in hohem Maße auf die kommunikative Kraft von **Printmedien** vertrauen“, betont **Dzhemir Degtyarenko**, Executive Director des russischen Dachverbands. „Auch im digitalen Zeitalter nutzen drei von vier russischen Unternehmen eigene Printmedien, um mit ihren Zielgruppen zu kommunizieren.“ Von zentraler Bedeutung sind dabei Kundenzeitschriften, auf die 67 Prozent der russischen Unternehmen setzen. Die Ziele:

- 1.** das Image des Unternehmens verbessern (wichtige Zielsetzung für 98% der herausgebenden Unternehmen)
- 2.** eigenen Produkte und Dienstleistungen optimal in Szene setzen (88%).

Großer Wert gelegt wird darauf, dass die Lektüre den Lesern einen echten Nutzwert bietet (96%). Das Jahresbudget für Printmedien beträgt im Schnitt 45.000 Euro (1.9 Millionen Rubel) pro Unternehmen und macht damit 75 Prozent des durchschnittlichen Etats von 60.000 Euro (2.5 Millionen Rubel)

für die gesamte Kommunikation mit Unternehmensmedien aus.

Die **CP-Investitionen** russischer Unternehmen liegen damit zwar deutlich unter den 350.000 Euro, die Unternehmen im deutschsprachigen Raum im Schnitt pro Jahr investieren, sie werden in Zukunft jedoch weiter ansteigen: 57 Prozent der befragten Unternehmen gehen künftig von einer steigenden Bedeutung des Corporate Publishing aus, 48 Prozent rechnen mit wachsenden CP- Budgets.

## **Digitale Unternehmensmedien auf dem Vormarsch**

Ungeachtet des hohen Stellenwerts gedruckter Medien wächst die Bedeutung **digitaler Medien**: 87 Prozent aller befragten russischen Unternehmen nutzen elektronische Formate für die Kunden- und Mitarbeiterkommunikation, 14 Prozent setzen dabei sogar ausschließlich auf digitale Medien. Eingesetzt werden:

- 1. Webseiten** (86%).
- 2. E-Mail-Newsletter** (51%)
- 3. Audiovisuelle Medien** (48%)

**Soziale Medien** spielen im digitalen Corporate Publishing bislang noch eine untergeordnete Rolle: Bisher setzen vier von zehn russischen Unternehmen auf sie. Viele Unternehmen beurteilen Facebook, Youtube & Co. zurückhaltend. So geben 46 Prozent der russischen Unternehmen an, dass sie soziale Medien auch künftig nicht einsetzen wollen. Ausschlaggebend dafür ist, dass soziale Medien oftmals als nicht geeignet angesehen werden, um die eigenen Zielgruppen anzusprechen. Vorbehalte gibt es aber auch wegen eines unzureichenden Datenschutzes und angesichts der Sorge, die Kontrolle über die eigene Kommunikation zu verlieren.

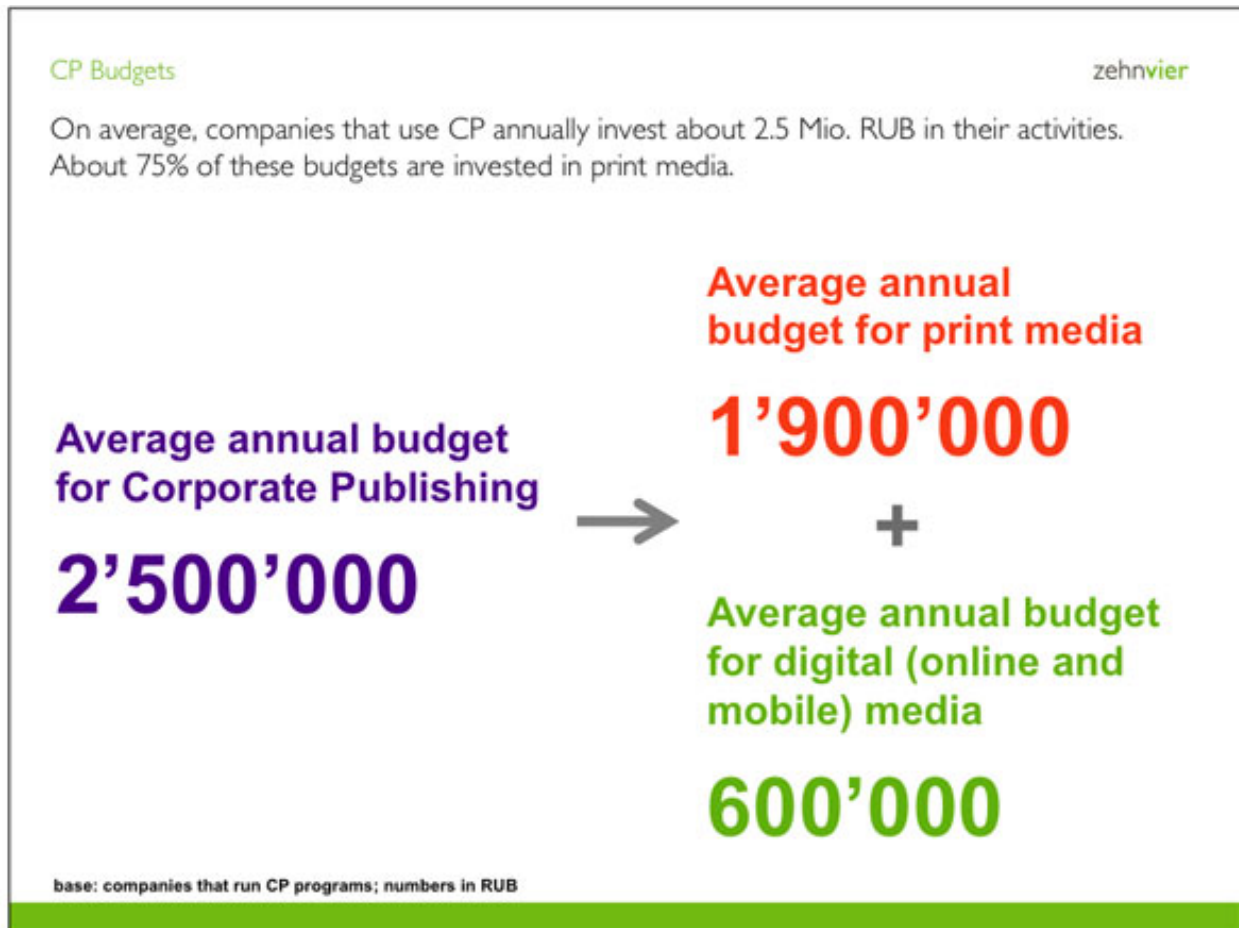
Das Jahresbudget für digitale CP-Medien beträgt im Schnitt 15.000 Euro (0.6 Millionen Rubel) und macht damit 25 Prozent des durchschnittlichen **Etats für Unternehmensmedien** aus. Das ist zwar erst rund ein Neuntel dessen, was im deutschsprachigen Raum im Schnitt in digitale Unternehmensmedien investiert wird (132.000 Euro bzw. 5.3 Millionen Rubel). In Zukunft wollen jedoch 65 Prozent der Unternehmen mehr in Onlinemedien investieren, jedes fünfte Unternehmen plant stärkere Investitionen in **mobile Medien**.

## **Potenziale für die Zukunft**

Chancen bietet künftig die vermehrte Kommunikation mit **E-Magazinen** und **mobilen Webseiten** – sie werden heute erst von jedem dritten beziehungsweise jedem fünften Unternehmen genutzt. Und selbst die

Unternehmen, die bereits E-Magazine einsetzen, lassen häufig die Möglichkeiten, die multimedial gestaltete Magazine beispielsweise zur Emotionalisierung von Marken und Produkten eröffnen, ungenutzt: zwei von drei Unternehmen, die E-Magazine einsetzen, bieten lediglich einfache PDF-Magazine zum Download an.

„Eine Reihe an Einzelaktivitäten kann noch wirkungsvoller gestaltet werden“, ist Koob überzeugt. Etwa im Printbereich: Bisher überprüfen erst 44 Prozent der russischen Unternehmen regelmäßig die Effektivität und Effizienz der von ihnen genutzten Zeitschriften und Magazine. Vielversprechend sind zudem Cross-Media-Konzepte. Degtyarenko: „Immer mehr russische Unternehmen erkennen das Potenzial der Medienorchestrierung.“ 62 Prozent der befragten Unternehmen wollen künftig vermehrt auf cross-mediale Konzepte setzen.



<http://www.cpwissen.de/Studien/items/russland-vertraut-auf-corporate-publishing.html>