

Kircher-Burda und die Folgen

AGENTUREN Der neue Content-King C3 ist wohl nur die erste Allianz im Wettrüsten um das Boomgeschäft Content-Marketing. Weitere Übernahmen und Fusionen dürften folgen.

Die Drei von C3
Gregor Vogel-sang, ehemals Geschäftsführer von Burda Creative, und die beiden Agenturgründer Lukas Kircher und Rainer Burkhardt (von links) bilden das Führungstrio der neuen Agentur C3. Sie ist nach eigener Rechnung fünftgrößte Digitalagentur und Marktführer im CP-Kreativranking (siehe Tabellen).

Mehr als 400 Mitarbeiter, 59 Millionen Euro Jahresumsatz, eine Wachstumsrate von 8,3 Prozent. Mit diesen Kennzahlen ist die Agentur C3 wohl auf Anhieb Marktführer im Boomgeschäft Content-Marketing. Wo der letzte Woche verkündete Zusammenschluss der Berliner Agentur Kircher-Burkhardt mit Burda Creative aber tatsächlich steht, weiß trotzdem niemand so genau. Denn die neue Firma ist die erste ihrer Art.

C3 ist hierzulande der erste echte Hybrid aus einem digitalem Content-Marketing-Spezialisten und einem Corporate-Publishing-Haus mit klassischen Verlagswurzeln. Kircher-Burda ist in beiden Welten zu Hause: in der Sphäre von Digitalagenturen wie UDG und Sinner-Schrader ebenso wie in den Geschäf-

ten klassischer Kundenmedien-Verlage wie Hoffmann & Campe oder Gruner + Jahr.

Die Hochzeit der Content-Elefanten ist erst der Anfang. Weitere Liaisons zwischen Tekkies und Klassikern dürften folgen. „Die Konzentration in diesem Markt wird weiter zunehmen“, glaubt der Erdinger Marketing-Professor Clemens Koop. „Die Anforderungen an Dienstleister werden immer vielfältiger und cross-medialer. Da ist es nötig, sich breit aufzustellen.“

Milliarden-Markt Content

Von Koops Institut, dem Züricher Marktforscher Zehnvier, stammen die einzigen Marktdaten zum King Content-Marketing. 5,8 Milliarden Euro investieren Un-

ternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz 2013 in Content-Marketing. Auf Deutschland entfallen dabei rund 4,6 Milliarden Euro. Bis 2017 rechnet Koop „mit einem robusten Wachstum im zweistelligen Prozentbereich“.

Das Zauberwort Content-Marketing steht nicht nur für steigende Umsätze, sondern für einen grundlegenden Wandel des Werbegeschäfts. Es verspricht Zugang zu den Schatullen mit den großen Budgets. „Etwa zwei Drittel der zusätzlichen Etats wurden zuvor in klassische Werbung, PR und andere Instrumente investiert“, analysiert Koop. Mit herkömmlicher Werbung stoßen Unternehmen zunehmend an Grenzen. Geschichten, die auf Facebook geliked werden und nicht an Ad-Blockern abprallen, sind das Gebot der Stunde. Aber es werden nicht nur Gelder verschoben, das Geschäft wächst aus sich selbst heraus äußerst dynamisch. „Das andere Drittel sind ganz neue Etats“, hat Marktforscher Koop ermittelt.

Für das verheißungsvolle Content-Geschäft rüsten alle auf. Allen voran große Werbe-Networks wie WPP. Deren Kreativtochter Ogilvy baut für den Kunden L'Oréal eine eigene Inhalte-Unit auf, ihr Mediaableger GroupM verleihte sich erst kürzlich das Werbe-Netzwerk Plista ein – ein Instrument, mit dem sich trefflich Content digital verbreiten lässt. Dem Vernehmen nach soll Kircher-Burkhardt bei der Partnersuche auch mit Networks gesprochen haben. Sie sieht man beim neuen Content-Marketing-Marktführer als künftige Hauptkonkurrenten – weniger die alten Kollegen von Gruner oder Hoffmann & Campe. Hinzu kommen internationale Spezialisten wie die New Yorker Agentur Outbrain sowie neue Player wie die Deutsche Telekom. Auch sie will mit der neuen Tochter The Digitale ein Stück vom Content-Kuchen (W&V 37/2014).

T. Nötting | thomas.noetting@wuv.de



Fünftgrößter Digitaldienstleister

C3 steigt auf in die Top 5 der Digitalagenturen auf

Rang	Agentur	Umsatz in Mio. Euro	Mitarbeiter
1	UDG United Digital	60,22	590
2	Plan.Net-Gruppe	54,28	396
3	Team Neusta	41,47	442
4	Sinner-Schrader AG	38,13	387
5	C3	ca. 35	400

Quelle: Digitalranking des BVDW 2014. Unternehmensangabe.

Kreativster Corporate Publisher

Neuling an der Spitze des CP-Kreativrankings

Rang	Agentur	Kreativpunkte
1	C3	3439
2	Hoffmann & Campe CP	1576
3	G+J Corporate Editors	572

Quelle: CP-Monitor-Kreativranking, Unternehmensangabe.