

Content Impact



Titel: PANORAMA

Herausgeber: Raiffeisen Schweiz, St. Gallen (CH)

Dienstleister: zehnvier, Zürich (CH)

Jury-Begründung: „Der Wirkungsnachweis für das Magazin PANORAMA besteht durch eine klare Zielvorgabe und eine methodisch fundierte Analyse der entscheidenden Erfolgsparameter. Die Untersuchung deckt auch Verhaltensdimensionen und Handlungsaktivierung ab und der Vergleich Leser zu Nicht-Leser erlaubt eine Einordnung der Ergebnisse und einen stringenten Erfolgsnachweis.“

In der Kategorie „Content Impact“ vergibt die Jury des BCM einen Award für das wirkungsvollste Content Marketing-Projekt. Ausgezeichnet werden Projekte, die glaubwürdig in der Darstellung und nachvollziehbar in der Methodik die Wirkung messen und die Ergebnisse der Messung in das Projekt einfließen lassen. Die gemessene Wirkung wird bezogen auf die gesetzten Kommunikationsziele und das Kosten-Nutzen-Verhältnis beurteilt.

Content Impact für PANORAMA

Ein Beitrag von Clemens Koob, Managing Director bei zehnvier research & strategy, Zürich, und Professor für Marktforschung und strategisches Marketing an der Hochschule Erding.

Die Kommunikation mit dem Kunden ist ein zentraler Erfolgsfaktor im Bankgeschäft – und eine stetige Herausforderung. Welche Wirkkraft das Content Marketing in der Kommunikation mit dem Bankkunden entfalten kann, zeigt PANORAMA, das Kundenmagazin von Raiffeisen. Das Magazin unterstützt die Customer Journey der Kunden effektiv und zugleich effizient, wie die systematische Wirkungsmessung belegt, die zehnvier für die drittgrößte Bankengruppe der Schweiz konzipiert und durchgeführt hat.

PANORAMA, das Schweizer Magazin zu Leben und Finanzen, richtet sich vier Mal jährlich in drei Sprachen an rund eine

halbe Million Leser. Neben nützlichen Tipps und konkretem Rat rund ums Thema Geld bietet es dem Kunden Reportagen über die Schweiz und Schweizer Unternehmen, Dossiers zu wechselnden Fokusthemen wie „Smart Home“ oder „Arbeitswelt 2030“, Interviews mit Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Beiträge über Raiffeisen und deren Engagement in Gesellschaft und Wirtschaft. Raiffeisen verfolgt mit PANORAMA das Ziel, die Reputation weiter zu stärken und Raiffeisen als führende Retailbank der Schweiz zu positionieren. Zudem sollen Kompetenz vermittelt, der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen unterstützt und die Kunden noch enger an die Marke gebunden werden.

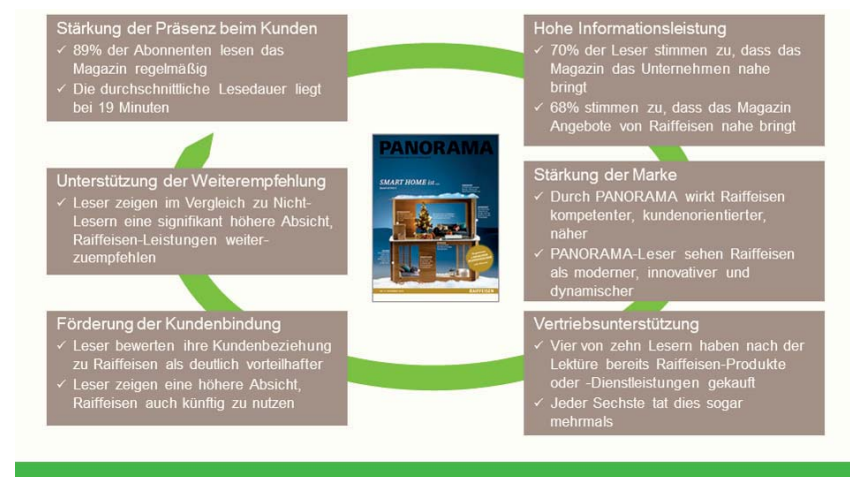
Wirkungsmessung bezieht Leser wie Nicht-Leser mit ein

Ob und wie gut das gelingt, hat zehnvier im Auftrag von Raiffeisen und der Schweizerischen Post mit einem differenzierten und auf PANORAMA zugeschnittenen Forschungskonzept untersucht.

In einer Onlinebefragung wurden 700 Raiffeisen-Kunden befragt, um die Wirkung des Magazins entlang der gesamten Customer Journey systematisch zu messen. Einbezogen wurden sowohl Leser des Magazins als auch Nicht-Leser. Der Vergleich dieser beiden Gruppen erlaubt klare Hinweise auf den Impact des Mediums. Wichtig ist auch, dass die Kunden

Forschungskonzept und Ergebnisse

Die Wirkung von PANORAMA wurde systematisch entlang der Customer Journey untersucht. Es zeigt sich, dass das Magazin den gesamten Kaufprozess unterstützt.



PANORAMA wirkt
entlang der Customer Journey

© Raiffeisen, Die Post, Zehnvier

für die Studie zufällig ausgewählt und aktiv kontaktiert wurden. Dadurch werden repräsentative Ergebnisse sichergestellt.

PANORAMA stärkt die Marke und unterstützt den Vertrieb

Die Ergebnisse sprechen eine klare Sprache: 89 Prozent der Abonnenten lesen PANORAMA regelmäßig, im Schnitt 19 Minuten lang. Das Magazin festigt aber nicht nur die Präsenz von Raiffeisen beim Kunden, es erbringt auch eine hohe Informationsleistung. So sind jeweils rund 70 Prozent der Leser überzeugt, dass das Magazin ihnen das Unternehmen sowie Produkte und Dienstleistungen von Raiffeisen nahe bringt. Die Wirkungsmessung demonstriert zudem eindrücklich, wie Panorama die Marke Raiffeisen stärkt. Leser des Magazins wissen genauer, wofür die Marke steht, und beurteilen Raiffeisen als noch moderner, innovativer und dynamischer als Nicht-Leser. Durch PANORAMA wirkt Raiffeisen zudem kompetenter, kundenorientierter und näher. Die Untersuchung zeigt, dass das Magazin auch die Kundenbindung noch weiter fördert. Leser bewerten ihre Kundenbe-

ziehung zu Raiffeisen als noch deutlich vorteilhafter als Nicht-Leser. Sie zeigen zudem eine höhere Absicht, Raiffeisen-Leistungen auch künftig zu nutzen und weiterzuempfehlen. Last but not least unterstützt PANORAMA den Vertrieb und generiert zusätzliche Einnahmen von etwa 11,6 Millionen Schweizer Franken pro Jahr. Vier von zehn Lesern haben nach der Lektüre bereits Raiffeisen-Produkte oder -Dienstleistungen gekauft, jeder Sechste sogar mehrmals.

„Die Messung hat belegt, dass PANORAMA entlang der gesamten Customer Journey wirkt. Sie hat uns darüber hinaus konkrete Möglichkeiten aufgezeigt, wie das Magazin künftig weiterentwickelt werden kann“, resümiert Anina Torrado Lara, Leiterin Publikationen von Raiffeisen Schweiz. Dazu zählen etwa eine noch passgenauere Themenwahl oder eine klarere Gliederung, um die bereits über 100-jährige Erfolgsgeschichte des Magazins auch in Zukunft fortzuschreiben.

Titel: PANORAMA
Herausgeber: Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St. Gallen
Dienstleister Realisation: Sonja Studer Grafik, Zürich
sofie's Kommunikationsdesign, Zürich
Leitung: Anina Torrado Lara
Chefredaktion: Pius Schärli
Projektleitung: Pius Schärli
Gestaltung: Sonja Studer
Erscheinungsweise: vierteljährlich

Auflage: 226.137 Exemplare
Zielgruppen: Raiffeisen-Kunden, -Mitarbeiter und Kooperationspartner
Dienstleister Wirkungsmessung: zehnvier research & strategy, Zürich
Unterstützung Wirkungsmessung: Die Schweizerische Post, Bern

www.raiffeisen.ch/panorama
www.panorama-magazin.ch
www.zehnvier.ch