

„Der Kern von Content Marketing ist Content“

Die einen sagen Content Marketing ist ein Buzzword, andere sagen, dass es zum Kommunikationsalltag gehört. Wir sprachen mit Dr. Andreas Siefke, 1. FCP-Vorsitzender, wer bei CM den Lead hat, über eine Umbenennung des Verbandes, die Mitgliederstruktur und mehr.

CP MONITOR: Content Marketing ist nicht nur in aller Munde, sondern viele Kommunikationsdisziplinen wie PR-, Media-, Online- und Klassische Agenturen springen auf den Zug auf. Müssen nicht die CPLer den Lead für sich beanspruchen und wie will der FCP sich der Konkurrenz erwehren?

Dr. Andreas Siefke: Der Kern von Content Marketing ist Content, und das ist von jeher unsere Domäne. Vieles von dem, was heute unter Content Marketing firmiert, hätte man früher einfach CP genannt. Natürlich ist auch Digital ein zentrales Thema für uns, aber das entscheidende Kriterium bei Content Marketing ist der Content. Die Frage, auf welchem Trägermedium man die Inhalte transportiert, ist eine sehr, sehr wichtige, aber nachgelagerte Entscheidung.

Wir haben den Anspruch, DER Verband für Content Marketing zu sein. Und ich sehe ehrlich gesagt niemanden, der uns diesen Rang ernsthaft streitig machen könnte.

CP MONITOR: Sehen Sie darin auch eine Chance, neue Mitglieder für den FCP zu gewinnen?

Dr. Andreas Siefke: Ja, das tun wir in der Tat. Wir sprechen gezielt potenzielle Mitglieder an und sind offen, wenn Unternehmen auf uns zu kommen. Dabei haben wir weder Angst vor großen Namen noch vor großen Playern. Es geht darum, wie prominent ein Unternehmen ist, wie groß das Unternehmen ist, sondern ausschließlich um die inhaltliche Aus-

erfreulicherweise kommen andererseits aber auch Unternehmen auf uns zu, die vor zwei oder drei Jahren noch nicht an uns gedacht hätten. Darunter sind Digitalagenturen oder Dienstleister mit Schwer-

sondern vielmehr um die inhaltliche Auseinandersetzung. Wir hatten hier im Verband eine sehr intensive Diskussion über Content Marketing. Das war teilweise ein für alle Beteiligten anstrengender Prozess.



„Auf der Digitalseite dagegen lernen wir doch gerade erst, wie guter Content erfolgreich ‚ausgeliefert‘ werden muss.“

Dr. Andreas Siefke

punkt auf Bewegtbild. Interessant sind auch die Anfragen von Agenturen, die zumindest früher eher der PR- oder Werbung zugeordnet worden sind, die man sich deren Arbeit anschauen möchte zu unserem Best of Content Marketing Award einreichen. Diese Anbieter spielen eine Rolle spielen für über 100 Millionen Menschen.

Das vollständige Interview mit Dr. Andreas Siefke lesen Sie in CP MONITOR 4/2014.

Diese und alle bisher erschienen Ausgaben können Sie hier bestellen.