

Industry Information

IN DIESER AUSGABE

Digitale Stadtmarken

Das Rennen um die Zukunft wird auch für Städte und Regionen im Netz entschieden S.1

COMPASS Gruppe

Das Wiener Unternehmen mit langer Firmen-Tradition ist ein Pionier der Digitalisierung S.2

Das Interview

Hermann Futter leitet seit 30 Jahren die COMPASS Gruppe, zu der auch domainworx gehört S.3



Digitale Stadtmarken

- Wien, 08. April 2021

Lesen Sie, wie eine digitale Marke Städte und Regionen im interkommunalen Wettbewerb um Wirtschaftswachstum und Attraktivität unterstützt

Wien - das ist die Donaumetropole oder die Walzerstadt. Wien, das sind Lipizzaner, Fiaker, Sis(s)i und Mehlspeisen. Wien, das sind Mozart, Beethoven und Strauss. Wien, das ist Falco.

Sicher, alles dies sind Klischees. Aber fragen Sie weltweit, was mit Wien assoziiert wird. Die Chance, dass einer dieser Begriffe fällt, ist groß. Das Image dieser Stadt in den Köpfen der Menschen ist geprägt durch ihre Geschichte, durch ihre Kultur und ihre prominenten Persönlichkeiten. Und das für Wien Wunderbare daran ist: Es sind durchwegs positive Bilder.

Selbst bei Personen, die Wien gar nicht aus eigener Erfahrung kennen, funktionieren diese Verknüpfungen. Der international gute Ruf der Stadt beruht in nicht unwesentlichem Ausmaß auf anerkennenden Vorurteilen.

Bekanntermaßen wird eine Marke als die Summe aller Vorstellungen aufgefasst, die der Markenname bei vielen Menschen auslöst, auch wenn sie diese vielleicht gar nicht direkt beurteilen können.

Die Schlussfolgerung liegt auf der Hand: Wien ist nicht nur ein geografisches Gebilde, Wien ist auch eine Marke. Und was für dieses Beispiel gilt, gilt selbstverständlich für jede andere Stadt oder Region weltweit.

Neu ist diese Erkenntnis keineswegs, „Stadtmarketing“ ist in den letzten Jahrzehnten zu einem festen Bestandteil kommunaler Verwaltung geworden. Es kommt zum Einsatz, um der Stadt (der Region) Vorteile im Wettbewerb um den Zuzug von Industrie und Handel zu verschaffen, vor allem aber, um der zunehmenden Überalterung der europäischen Metropolen entgegenzuwirken. Für deren Zukunftsfähigkeit ist es entscheidend, dass sie Anziehungskraft auch auf eine jüngere Zielgruppe ausübt.

Und spätestens hier wandelt sich die der geografische Begriff zur digitalen Stadtmarke, denn wir reden hier von einer digitalen Generation.

Die Vermittlung eines Stadtbildes findet heute nicht mehr über Printmedien statt, Radio und TV spielen eine untergeordnete Rolle. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen hingegen das Internet und die Sozialen Medien.

Und ein weiteres Phänomen gilt es zu berücksichtigen: Inhalte werden zunehmend weniger via Text vermittelt, Botschaften und Werte werden fast ausschließlich über Bilder und Schlagworte rezipiert. Die Erfolge von Plattformen wie Instagram oder TikTok belegen dies.

Damit bleiben dem Stadtmarketing im Wesentlichen zwei Elemente, um den Markenkern einer Kommune zu transportieren. Ausgeklügelte und zielgruppengerechte Bilderwelten und die nachhaltige Wiederholung der zentralen Schlüsselbegriffe, vor allem die des Markennamens: lipizzaner.wien, hofburg.wien, alles-walzer.wien. Und, wenn die Marke denn einmal gut positioniert ist, strahlen diese Assoziationen auch auf Begriffe ab, die vielleicht nicht im ersten Moment mit dieser Stadt assoziiert werden, die aber für ihre Entwicklung wesentlich sind: innovation.wien, soziales.wien, grünes.wien.

Die Schlussfolgerung liegt nahe: Die Einführung und durchdachte Nutzung einer eigenen Top-Level-Domain durch eine Stadt oder eine Region ist ein strategisch wichtiges Element eines erfolgreichen Stadtmarketings. Sie ermöglicht es, den Stadtnamen als Marke gezielt und in knappster Form mit den gewünschten Schlagworten zu verbinden. Eine Stadt, die an ihrer digitalen Zukunft baut, darf sich daher dieses Marketinginstrument nicht entgehen lassen.

Sie sind interessiert an der Nutzung Ihres Namens oder Ihrer Marke als eigene Top-Level-Domain? Kontaktieren Sie uns unter sales@domainworx.consulting - wir entwickeln gerne mit Ihnen eine maßgeschneiderte Lösung.

COMPASS Gruppe, Wien

150 Jahre Erfahrung als Herausgeber von Wirtschaftsinformationen und in der Datenverarbeitung



Die domainworx ist kein insoliertes Beratungsunternehmen, sondern eingebettet in ein nachhaltiges und innovatives Geflecht digitaler Unternehmen: die COMPASS Gruppe. Aus der Tatsache, dass wir in unserem Arbeitsalltag mit allen praktischen Aspekten elektronischer Kommunikation konfrontiert sind, zieht domainworx seine einzigartige Kompetenz. Wir bauen keine Luftschlösser, wir liefern Lösungen, die funktionieren.

Die Geschichte des Unternehmens geht zurück bis in das Jahr 1867. Seit dieser Zeit hat sich der Compass-Verlag und die später daraus hervorgegangene COMPASS Gruppe zum führenden Herausgeber von Wirtschaftsinformationen in Österreich entwickelt. Immer am Puls der Zeit hat das Unternehmen alle Krisen der vergangenen 150 Jahre souverän gemeistert. Einer der entscheidenden Gründe dafür ist, dass die Firma nie „stehen geblieben“ ist, sie hat sich sowohl in ihrer internen Struktur wie auch in ihren Produkten der Erfordernissen der Zeit angepasst.

Best Practice



Relevante Information und kommunale Sichtbarkeit bei einem der wichtigsten Themen unserer Zeit.

Mit www.impfservice.wien nutzt die Stadt Wien die lokale TLD auf vorbildliche Art und Weise.



COMPASS Gruppe

Fortsetzung von S. 2

Im Laufe der Jahrzehnte ist aus dem Verlag eine Unternehmensgruppe mit 16 Marken geworden. Im Zentrum steht nach wie vor der Wirtschafts-Compass, der Österreichs Unternehmen umfassend abbildet. Das Tochterunternehmen HF Data, die größte Verrechnungsstelle für die Online Datenbanken der Republik Österreich, liefert Firmen- und Grundbuch-Auszüge sowie alle Daten aus dem Zentralen Melderegister.

Ein wichtiger Meilenstein, weit über die eigene Firmengeschichte hinaus ist das Jahr 2005: Seit diesem Jahr sind Zugriffe auf das Datenangebot des COMPASS ausschließlich über Onlineportale möglich. Damit war das Unternehmen einer der Vorreiter bei der Digitalisierung des Landes.

Der Aufbau der Registry für die Top-Level-Domain .WIEN ab 2011, die Gründung der Domain Group mit den Tochterunternehmen domainworx, netzadresse.at (Registrar) und RyCE (Backend-Provider) sowie die Übernahme der TLDs .KOELN/ .COLOGNE im Jahr 2018 runden das Bild einer Firmengruppe ab, die ihren hohen Stellenwert innerhalb der österreichischen Wirtschaft auch in Zukunft sicher halten wird.

Mehr Informationen:

<https://compass.at>

Video zur Firmengeschichte:

<https://youtu.be/PWg68uQz4Tc>

Impressum:

domainworx

Service & Management GmbH
Schönbrunner Str. 231
AT-1120 Wien

www.domainworx.consulting
sales@domainworx.consulting
+43 (0)1 98116 706

Pionier der Digitalisierung

_ Wien, 08. April 2021

Seit mehr als 30 Jahren leitet Hermann Futter die Geschäfte der COMPASS Gruppe, dem führenden österreichischen Anbieter für Wirtschafts-information. Wir haben ihn zum Interview am neuen Unternehmenssitz im 12. Wiener Bezirk getroffen.

Herr Futter, wir sitzen hier im CUBE am neuen Unternehmensstandort der COMPASS Gruppe in der Schönbrunner Straße in Wien mit herrlichem Blick über die Stadt. Da liegt die erste Frage nahe: Fühlen Sie sich schon zu Hause in der neuen Umgebung?

Ich bin ja im zwölften Bezirk aufgewachsen und wohne mit einer kurzen Unterbrechung seit meiner Geburt in Meidling. Insofern war ich hier immer zu Hause. Wenn man die Frage auf das neue Bürogebäude fokussiert, kann ich nur sagen: Ich habe am Tag der Übersiedlung mein neues Büro betreten, habe mich hingesetzt und war glücklich. Und dem Vernehmen nach geht es vielen Mitarbeitern genauso.

Die von Ihnen geleitete COMPASS Gruppe umfasst eine Reihe von Unternehmen, die sich mit der Qualifizierung und Bereitstellung von Wirtschaftsinformationen beschäftigen. Dazu gehören wichtige Verzeichnismedien wie firmeninfo.at und der Wirtschafts-Compass. Sie haben vor Jahren frühzeitig die Zeichen der Zeit erkannt und konsequent auf eine Digitalisierung Ihrer Angebote gesetzt. Während die meisten anderen Unternehmen Ihrer Branche sich damit begnügen haben, bisher schon vorhandene Verzeichnismedien einfach auf eine Internetplattform zu heben, sind Sie deutlich weiter gegangen und haben mit der netzadresse.at einen Registrar, mit der punkt.WIEN eine Registry und mit der domainworx ein Consulting-Unternehmen für die Domainbranche gegründet.

Welche Wechselwirkung zwischen den „traditionellen“ Unternehmensteilen und diesen Firmen sehen Sie? Oder betrachten Sie diese Gruppe eher als Erweiterung in ein neues Marktsegment hinein?

Das gesamte Domaingeschäft war eine Konsequenz aus der Digitalisierung. Im Stammbereich sind wir dafür bekannt, dass wir zu 100 Prozent zuverlässig sind. Diese Eigenschaft ist eine Grundvoraussetzung für den Betrieb von Top-Level-Domains. Unser Kalkül war: Wenn wir bei Datenbanken diese Zuverlässigkeit schaffen, dann schaffen wir das auch in anderen Bereichen.

Ihre Familie und die COMPASS Unternehmensgruppe sind beide seit langer Zeit und mit der Stadt Wien verbunden. Da liegt es nahe, die Registry für die Top-Level-Domain .WIEN zu betreiben. Ist es notwendig, als Unternehmen „vor Ort“ zu sein, um eine geografische TLD erfolgreich zu vermarkten?

Als die ICANN ankündigte, neue TLD's zuzulassen, waren wir sofort überzeugt, dass das etwas für uns ist. Durch einen Zufall erfuhren wir, dass die Stadt Wien zwar den Betrieb nicht selber machen wollte, aber einer Ausschreibung nicht abgeneigt war. Von den fünf Unternehmen, die sich an der Ausschreibung beteiligten, hatten wir das beste Konzept. In dieser Phase war es sicherlich von Vorteil vor Ort zu sein. Dass der Betrieb aber per se nicht ortsgebunden ist, beweisen wir wohl mehr als ausreichend mit dem Betrieb von .KOELN und .COLOGNE. Am Ende zählt bei einem derart margenschwachen Geschäft das Wissen, wie man kostenoptimiert arbeitet.

Bei der ICANN laufen die Vorbereitungen für eine neue Vergaberunde für Top-Level-Domains. Es zeichnet sich ab, dass dieses Mal Marken und geografische Bezeichnungen im Mittelpunkt stehen werden. Welche Voraussetzungen sollten aus Ihrer Sicht ein Unternehmen oder eine Kommune mitbringen, um eine eigene Top-Level-Domain sinnvoll zu betreiben?

Das wird eine sehr spannende Phase für die gesamte Internetindustrie! Mit einer eigenen TLD sticht man jedenfalls aus dem Wettbewerb heraus. Besonders für Unternehmen, die grenzüberschreitend agieren, bieten sich ungeahnte neue Möglichkeiten der Kommunikation. Losgelöst von jeglicher Geografie.

Genau das Gegenteil ist für Kommunen oder Länder der Vorteil: Die Möglichkeit, sich mit seiner Heimat zu identifizieren bringt „Visibility“. Gebietskörperschaften katapultieren sich quasi auf die Internet-Landkarte.

Zum Abschluss noch die derzeit unvermeidliche Pandemie-Frage.

Mit vornehmlich digitalen Produkten und einer IT-Infrastruktur, die aufgrund des Umzugs auf allerneuestem Stand ist, hat die COMPASS Gruppe das letzte Jahr sehr gut bewältigt. Dies liegt vor allem daran, dass Sie von vornherein für eine optimale Ausstattung und Betreuung Ihrer Mitarbeiter im Homeoffice gesorgt haben. Viele Unternehmer betrachten diese Arbeitsform nach wie vor mit Skepsis und befürchten einen Rückgang der Produktivität. Wie sind Ihre Erfahrungen? Wo liegen für Sie die Vor- und Nachteile von Homeoffice?

Das Interessante ist ja, was die Mitarbeiter wollen. Und hier haben wir die Erfahrung gemacht, dass alle zurück wollen ins Büro. Der Mensch ist ein soziales Wesen und das kann man durch keine Technologie ersetzen! Nach unseren Umfragen, finden sehr viele die Möglichkeit toll, einen Tag pro Woche im Homeoffice zu sein, aber Standard wird der Bürotag bleiben. Bezüglich Produktivität habe ich keine schlechten Erfahrungen gemacht. Dazu muss man allerdings sagen, dass ich ein exzellentes Team habe!

Wir bedanken uns für das Interview.