

# Abschied von der reinen Leere

*Corporate Communication soll das schwächelnde Geschäftsmodell Content-Syndication ergänzen.*

**FRANKFURT** Die Zeit der Illusionen ist auch im Bereich Content-Handel vorbei. Wie schwierig es ist, auf B2B-Ebene mit dem Makeln von Inhalten Geld zu verdienen hat nicht zuletzt das große Sterben der Content-Syndikatoren im vergangenen Jahr gezeigt. Einer der verbliebenen Player, das Frankfurter Unternehmen Cocomore, fährt deshalb nun zweigleisig: Vor zwei Jahren als reiner Content Syndicator gestartet bietet Cocomore seinen Kunden nun eine Kombination der beiden multimedialen Geschäftsfelder Inhalteproduktion und Corporate Communications.

Beide Arbeitsbereiche spiegeln sich in der Kundenstruktur von Cocomore wider: Zum einen werden Medienunternehmen – vor allem Internetportale wie Wissen.de – mit selbst produzierten sowie zugekauftem Content von rund 100 Inhaltelieferanten bedient. Als zweites Standbein haben sich die Frankfurter den Bereich Online-Corporate-Publishing aufgebaut. Hier fertigt das Team um den ehemaligen Bertelsmann-Manager und heutigen Vorstandsvorsitzenden von Cocomore Hans-Ulrich von Freyberg Lösungen für die Unternehmens- und Marketingkommunikation im Internet und auf mobilen Kanälen. „Wir liefern die Kundenzeitschrift im Internet, aber mediengerecht mit interaktiven Anwendungen und multimedialen Elementen aufbereitet“, erklärt von Freyberg.



Hans-Ulrich von Freyberg hat Cocomore 2000 unter Beteiligung von Bertelsmann gegründet

Nach der Neuaufstellung von Cocomore ist jeweils ein Viertel der 40 Mitarbeiter für die Bereiche Business Development/Konzeption und Produktion/Systementwicklung abgestellt, knapp ein Drittel bildet die Redaktion und die restlichen Mitarbeiter kümmern sich um Aufgaben wie Verwaltung. Bei der Produktion von Inhalten greift Cocomore zudem eine große Zahl von Freelancern unter die Arme.

An der Spitze von Cocomore stehen neben von Freyberg Marc Kutschera, der in der Geschäftsleitung für die Bereiche Finanzen und Controlling verantwortlich zeichnet, sowie Chefredakteur Nils Rudolph und Nils Gräf, der heute Konzeption und Beratung leitet. Mit Rudolph und Gräf hat von Freyberg das Unternehmen im Juni 2000 gegründet. Als Gesellschafter ist

zudem der Medienkonzern Bertelsmann seit Anfang mit einer zehnpromzentigen Beteiligung dabei. Der Medienriese hat Cocomore zum Start unter anderem mit verschiedenen Ratgeber-Inhalten den Einstieg ins Inhaltegeschäft erleichtert. Die Turbulenzen um den Wechsel an der Spitze des Gütersloher Medienriesen haben laut von Freyberg „keinen Einfluss auf die Geschäftsbeziehung zu Bertelsmann und die Zukunft von Cocomore.“

Einfach war es trotz potenter Unterstützung für das Team um von Freyberg dennoch nicht. Das Kürzel „AG“ hinter dem Firmennamen deutet an, welche Weichen eigentlich für die Zukunft gestellt waren. Die Flaute der Internetwirtschaft hat Cocomore bezüglich seiner Börsen- und Expansionspläne dann allerdings einen Strich durch

## Steckbrief

**cocomore**

- **Name:** Cocomore AG
- **Internet:** www.cocomore.com
- **Gründung:** Juni 2000
- **Geschäftsleitung:** Hans-Ulrich von Freyberg (Vorstandsvorsitzender), Nils Gräf (Konzeption/Beratung), Marc Kutschera (Controlling/Finanzen), Nils Rudolph (Chefredaktion)
- **Mitarbeiter:** 40
- **Positionierung:** Dienstleister für Online-Kommunikationslösungen der Bereiche Contentproduktion und Corporate Publishing
- **Kunden:** Bayer, Deutsche Bahn, DPA, Jobware, Neckermann, R+V Versicherungen, T-Online

die Rechnung gemacht: Das Thema Börsengang ist in weite Ferne gerückt, die Eröffnung weiterer Büros in Deutschland und Europa ist erst einmal auf Eis gelegt. Über Umsätze spricht von Freyberg nur ungern: „Unsere Umsätze werden sich in diesem Jahr wohl verdoppeln, bewegen sich aber noch im siebenstelligen Bereich“, lautet die Auskunft.

Trotz allem ist von Freyberg zuversichtlich. Die neue Aufstellung soll noch mehr große Kunden wie Neckermann oder die Deutsche Bahn anlocken. Immerhin liegen die Etats, die hier in die Waagschale gelegt werden, oft im sechsstelligen Bereich. „Wir werden in diesem Jahr voraussichtlich personell nicht expandieren“, sagt von Freyberg, „aber 2003 wollen wir unser Geschäft behutsam ausbauen.“ *ems*