



PRODUKTBROSCHÜRE

Kuratierte News mit Scope – unsere Produktübersicht

Inhaltsverzeichnis

Was ist Content Marketing?	3
Wozu «kuratierte» Inhalte?	5
Kuratieren mit Scope	6
6 Gründe, warum Sie von Scope profitieren	8
Mögliche Output-Kanäle	9
Mögliche Output-Streams	10
Referenzen	16
Verpassen Sie Ihrer Kommunikation ein Update	17
Scope unverbindlich kennenlernen	18
Unsere kurze, bewegte Geschichte	19
Impressum	22

Was ist Content Marketing?

Mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen, gewinnen oder halten.

Wir leben in Zeiten der Reizüberflutung, jeden Tag sind wir rund 30'000 Werbebotschaften ausgesetzt. Offline haben sich daher viele Menschen schon lange darin geübt, sich gegen zuviel Werbung abzuschotten, etwa mit dem Aufkleber «Bitte keine Werbung» am Briefkasten. Diesem entspricht online der Adblocker. Auf manchen Sites blenden über 50% der User die Werbebanner aus.

Vor diesem Hintergrund blüht die Disziplin des Content Marketing, die nicht neu ist: Schon immer haben Marken auf sich aufmerksam gemacht mit Inhalten, die einen Mehrwert bieten – denken wir nur an Betty Bossi, Globi oder den Michelin-Guide. Deren Prinzip funktionieren bis heute: Hochwertige Informationen vermitteln praktisches Know-how, zeigen die Lösung für ein Problem, erklären Hintergründe eines Nischenthemas, oder halten mit News zu Fachthemen auf dem Laufenden.

Mit solchen informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten können Zielgruppen, die für klassische Massnahmen schlecht oder gar nicht mehr erreichbar sind, angesprochen, gewonnen und gehalten werden.

Den grossen Unterschied zu Print-Publikationen macht Google: Wer Inhalte ins Netz stellt, die sein Publikum interessieren, kann sich darauf verlassen, dass Google allein deren Existenz und regelmässige Aktualisierung positiv bewertet. Dies hilft zweifach: Erstens hilft neues «Futter» der Positionierung bei Google, ist also wichtiges Element jeder Suchmaschinenoptimierung (SEO). Zweitens finden potenzielle Kunden die Inhalte und gelangen

dadurch auf die Website. Wenn diese sich daraufhin von sich aus melden, spricht man auch von «Inbound Marketing».

Unternehmen können sich über gute Inhalte als kompetenter Problemlöser positionieren. Reputation führt zu Leads, Verkäufen und zufriedeneren Kunden.

Einige Vorteile von Content Marketing:

- ❖ Die **Sichtbarkeit** der Marke im Netz wird verstärkt, die Positionierung bei Google verbessert. Dadurch wird mittelbar die Reichweite der Website erhöht.
- ❖ Unternehmen können sich innerhalb Ihrer Branche als **Meinungsführer** positionieren, was Aufmerksamkeit für die Marke bedeutet.
- ❖ Durch **Interaktionen** der potenziellen Kunden mit dem publizierten Content (Downloads, Kommentare, Verlinkungen) entstehen neue Beziehungen.
- ❖ Durch regelmässiges Publizieren lässt sich eine eigene **Community** mit hoher Bindung aufbauen.
- ❖ **Beeinflusser** und **Multiplikatoren** verlinken nützliche Inhalte als Teil ihrer eigenen Community-Pflege.
- ❖ Unternehmen können ihre **diversen Kommunikationskanäle** (neben Web auch Social Media, Newsletter etc.) mit den Inhalten bedienen.
- ❖ Die Inhalte eignen sich oft auch für die **Pflege bestehender Kontakte** – wie zu Kunden, Mitarbeitenden, Mitgliedern, Aktionären, Studierenden, Alumni etc.

Am Ende muss auch jede Massnahme im Content Marketing zu einem messbaren Ergebnis führen: **Leads generieren, Leads zu Kunden machen oder die Zufriedenheit der «Kunden» erhöhen.**

Einen Nachteil hat Content Marketing allerdings: Es ist recht teuer, ständig neue Inhalte zu erstellen.

Wozu «kuratierte» Inhalte?

Der Begriff der «Kuratierung» ist schon lange aus der Kunstszene bekannt und bezeichnet die gezielte Auswahl und Zusammenstellung zum Beispiel der Exponate für eine Ausstellung. Seit einigen Jahren wird er auch für redaktionelle Auswahlprozesse verwandt: **die Bündelung von Artikeln in Form einer kommentierten Linksammlung.**

Die ersten Projekte dieser Art wurden bereits vor rund 20 Jahren lanciert, etwa das Projekt «Perlentaucher» zur Sammlung von «kulturellen» Links im Jahr 1999. Scope-CEO Peter Hogenkamp hat seine ersten beiden kuratierten Plattformen bereits 2006 lanciert. «6 vor 9» mit sechs Medienlinks jeden Morgen um 8.54 Uhr sowie «C36daily» mit einer Schweizer ICT-Presseschau jeden Morgen; beide sind heute noch live und erreichen jeden Tag Tausende von Leserinnen und Lesern.

Vier Basis-Trends sprechen für die zunehmende Wichtigkeit dieser Art von Inhaltsauswahl durch Expertinnen und Experten:

- ❖ **Schwierigkeiten der klassischen News-Marken:** Durch die Abwanderung der Leser auf digitale Kanäle ist absehbar, dass zumindest einige News-Marken ihre bisherige Bedeutung für die tägliche Nachrichtenvermittlung einbüßen.
- ❖ **«Balkanisierung» der Medien:** Gab es früher wenige, vertrauenswürdige News-Medien, ist die Landschaft heute durch Blogs, Social Media, Corporate Publishing und Content Marketing fragmentiert und unübersichtlich geworden. Die Qualität eines Artikels zu beurteilen ist für Laien oft unmöglich. Expertinnen und Experten können Qualitätskontrolle und Einordnung leisten.

❖ **Versagen von Social Media als Filtermechanismus:**

Insbesondere Facebook ist ein wichtiger News-Aggregator, eignet sich jedoch kaum für professionelle Inhalte; zudem führt der Facebook-Algorithmus zwangsläufig zu einer Boulevardisierung und Trivialisierung der Inhalte. LinkedIn und XING werden durchaus zwar genutzt, um Fach-News zu teilen, aber mit geringer Reichweite.

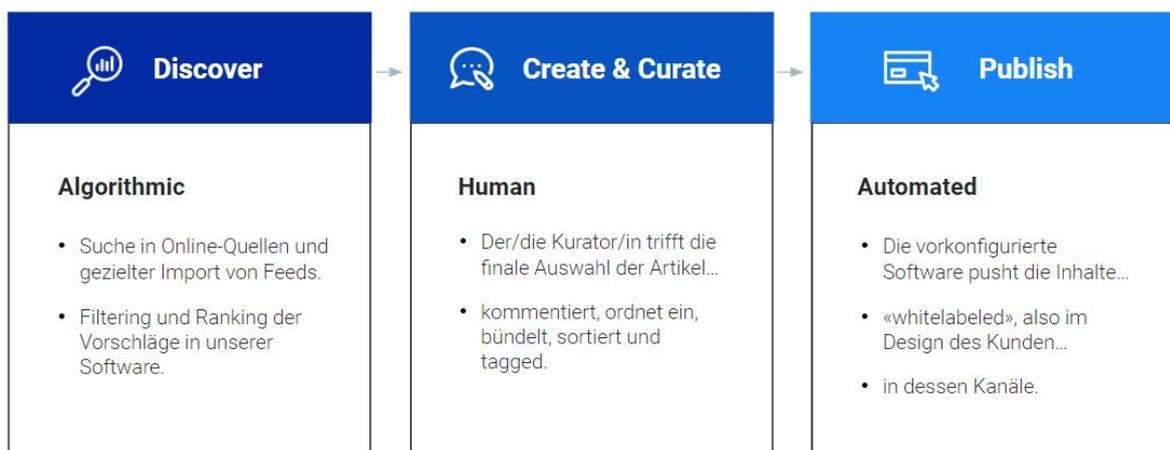
- ❖ **Fake News:** Bewusst in die Welt gesetzten Falschmeldungen – ein Problem, das noch stark zunehmen dürfte – kann durch Fachwissen und generelle Recherchekompetenz einer Kuratorin effektiv begegnet werden.

Kuratierung von Inhalten ist auch eine neue, effiziente und kostengünstige Variante von Content Marketing – aber auch diverse andere Zielgruppen können auf diese Art erreicht werden.

Kuratieren mit Scope

Scope macht und ist **Software für Kommunikation**. Wir helfen unseren Kunden, ihre **Zielgruppen zeit- und ressourcenschonend zu erreichen**. Mit uns haben diese immer genügend Content für ihre Webseite, sind ihre Social-Media-Kanäle nie leer, und der Versand des Newsletters wird zu einer der leichtesten Aufgaben.

Die webbasierte Software unterstützt diesen Prozess in drei Phasen:



Discover: stets passende Artikel für Ihre Zielgruppe

Mit unserer Unterstützung definieren unsere Kunden Themen, Suchbegriffe und relevante Quellen wie Blogs, Social-Media-Kanäle, RSS-Feeds oder andere Newsletter. Damit durchsucht unsere Software laufend tausende Quellen und liefert stets aktuelle Artikel, die die Zielgruppe(n) interessieren.

Curate: Selektion und Einordnung der besten Artikel

Aus den Suchtreffern wählt die Kurator*in die am besten passenden Artikel aus und schreibt jeweils einen Kommentar dazu, weshalb dieser Text lesenswert ist, oder liefert eine Einordnung oder zusätzliche Erklärung mit.

Create: «Newsfeed» zusammenstellen

Bei Bedarf kann eigener Content mit den kuratierten Inhalten kombiniert werden. Es ist aber auch möglich, nur eigene Inhalte zu verwenden. So oder so kann in unserem Editor redaktioneller Fliesstext zum Newsfeed hinzugefügt werden. Ausserdem lassen sich dank modularem Aufbau alle Elemente einfach per Drag- und Drop verschieben.

Publish: kuratierte und eigene Artikel veröffentlichen

Wir sprechen von einem «Newsfeed», weil die Inhalte kanalunabhängig als Newsletter verschickt und/oder auf einer Website oder Social Media veröffentlicht werden können. Egal, welche Kommunikationskanäle (Web, Social Media, E-Mail, Blog, RSS) unsere Kunden nutzen: Scope setzt auf konsequentes «Whitelabeling» und integriert sich nahtlos in bestehende Umgebungen unter Einhaltung aller CI/CD- und Brand-Guidelines.

Die Software reduziert den zeitlichen Aufwand für die Kommunikation erheblich, bei häufiger Nutzung sparen unsere Kunden erfahrungsgemäss im Schnitt mindestens die Hälfte der Zeit.

Als **Empfängerinnen und Empfänger** bieten sich diverse Stakeholder-Gruppen an, über deren Adressen man verfügt und denen man sich regelmässig positiv in Erinnerung bringen will, zum Beispiel: **Kundinnen und Interessenten, Mitglieder, Mitarbeitende, Aktionäre, Politikerinnen.**

Auch als E-Mail-Newsletter versandt stossen kuratierte News-Angebote aufgrund der unterschiedlichen Quellen erfahrungsgemäss auf eine **hohe Akzeptanz**, was zu hohen Öffnungs- und Klickraten sowie geringen Unsubscribe-Quoten führt.

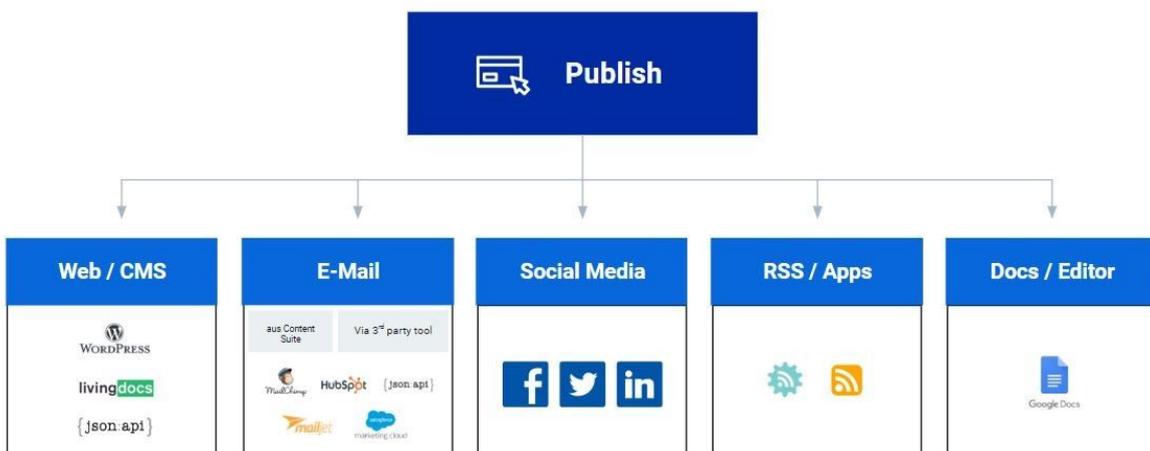
6 Gründe, warum Sie von Scope profitieren

Scope bietet Firmen und Organisationen eine Software, die das Finden, Zusammenstellen und Verteilen kuratierter Inhalte als durchgängigen Prozess erleichtert:

1. Sie finden einfach und schnell **aktuelle, wertige Inhalte**, die Sie in Bezug zu Ihrer Marke setzen können.
2. Mit der Variante «**Content Curation Marketing**» sparen Sie gegenüber der aufwändigen Erstellung eigener Inhalte im klassischen Content Marketing.
3. Sie bieten Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert, **indem Sie interessantes und qualitativ hochstehendes Spezialwissen** vermitteln – dieses Angebot wird deutlich mehr geschätzt als werbliche Newsletter-Inhalte.

4. **Sie sparen Zeit**, da mit unserer Software alles aus einer Hand und an einem Ort gefunden, gesammelt, gebündelt, terminiert und auf diversen Kanälen veröffentlicht werden kann.
5. Alternativ können Sie auch die «Redaktion» an uns auslagern und dabei auf unser **Netzwerk erfahrener Kuratorinnen und Kuratoren** zurückgreifen, von denen viele bereits seit Jahren in diesem Bereich aktiv sind.
6. Generell profitieren Sie vom Know-how unserer Expertinnen und Experten an der **Schnittstelle Content und Technologie**.

Mögliche Output-Kanäle



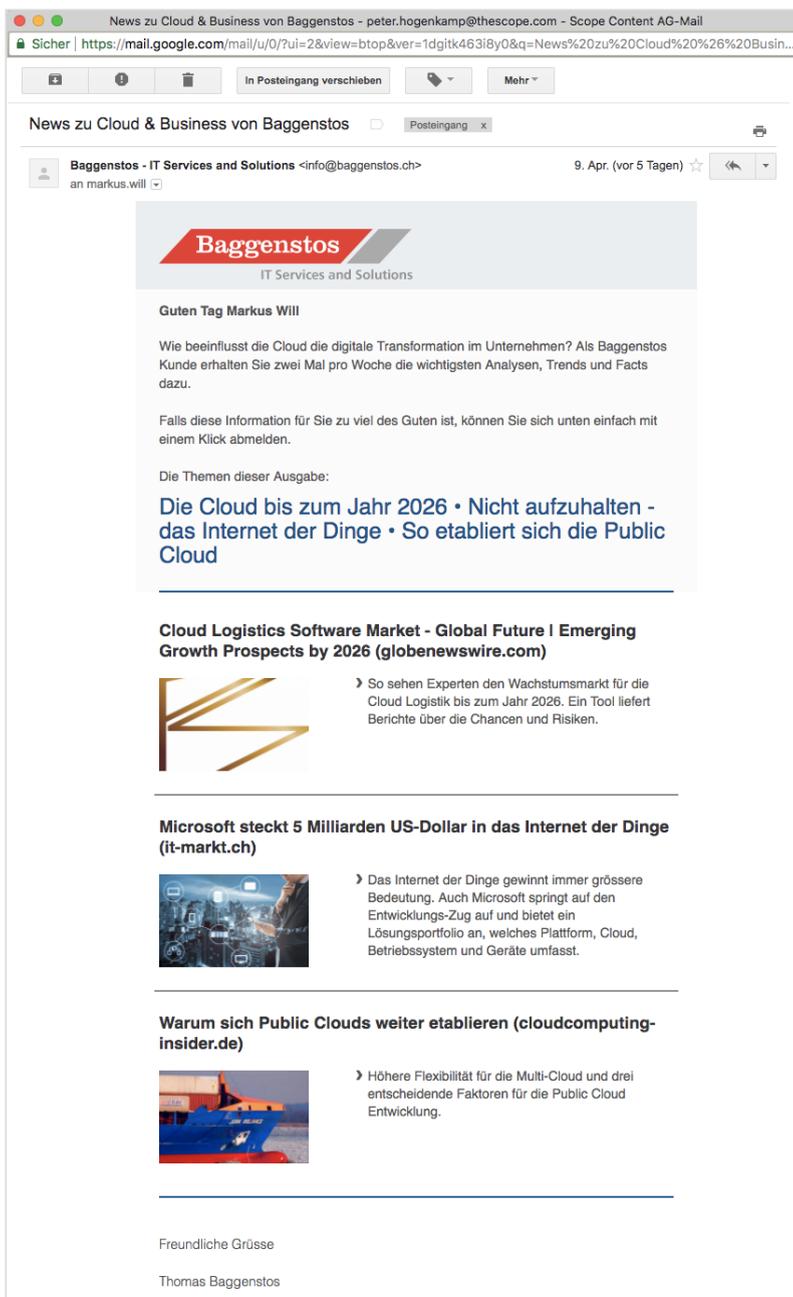
Mit Scope publizieren unsere Kunden ihre «Newsfeeds» in **beliebig viele Kanäle, gleichzeitig oder zeitunabhängig**. Dabei integriert sich die Software in bestehende Softwareumgebung (einzige Voraussetzung ist eine vorhandene Schnittstelle) und ermöglicht so die Nutzung bereits vorhandener Kanäle. So ist es beispielsweise möglich, täglich News auf der eigenen Website sowie Social Media zu veröffentlichen und Ende Woche ein Best-of davon als Newsletter zu verschicken.

Gerne binden wir für Neukunden weitere Software (Newsletter-Tool, CMS, CRM etc.) an.

Mögliche Output-Streams

Kuratiertes Newsletter zu «Cloud und Business»

Der IT-Dienstleister Baggenstos versendet einen kuratierten Newsletter an rund 8000 Empfängerinnen und Empfänger – mit durchweg hohen Open-Rates von bis zu 40% und Clickthrough-Rates von bis zu 3.5%.



The screenshot shows an email client interface displaying a newsletter from Baggenstos. The email header includes the sender 'Baggenstos - IT Services and Solutions' and the recipient 'an markus.will'. The newsletter content features the Baggenstos logo and a personalized greeting 'Guten Tag Markus Will'. It discusses the impact of cloud on digital transformation and lists several articles:

- Die Cloud bis zum Jahr 2026 • Nicht aufzuhalten - das Internet der Dinge • So etabliert sich die Public Cloud**
- Cloud Logistics Software Market - Global Future | Emerging Growth Prospects by 2026 (globenewswire.com)**
 - So sehen Experten den Wachstumsmarkt für die Cloud Logistik bis zum Jahr 2026. Ein Tool liefert Berichte über die Chancen und Risiken.
- Microsoft steckt 5 Milliarden US-Dollar in das Internet der Dinge (it-markt.ch)**
 - Das Internet der Dinge gewinnt immer grössere Bedeutung. Auch Microsoft springt auf den Entwicklungs-Zug auf und bietet ein Lösungsportfolio an, welches Plattform, Cloud, Betriebssystem und Geräte umfasst.
- Warum sich Public Clouds weiter etablieren (cloudcomputing-insider.de)**
 - Höhere Flexibilität für die Multi-Cloud und drei entscheidende Faktoren für die Public Cloud Entwicklung.

The newsletter concludes with a friendly greeting and the name 'Thomas Baggenstos'.

Kuratiertes Newsletter zum Thema «Startup Funding»

Die schweizweit tätige Initiative Venturelab versendet jeden Morgen aus der Scope-Software einen kuratierten Newsletter:

Venturelab: Your latest articles on Startup Funding

Stefan Steiner <steven@venturelab.ch> Abbestellen
an mich

15. Feb. (vor 2 Tagen)


Dear Peter Hogenkamp

Your latest articles on Startup Funding

pregnolia raises CHF 3.25M, TasteHit joins Selligent, Moneypark buys finovo, Softbank's negotiation, founders and jobs

Fresh capital injection for the Swiss medtech startup pregnolia (venturelab.ch)


pregnolia, the Swiss medtech company and ETH Zurich Spin-off, has successfully announced the closing of a CHF3.25M seed round investment.

Moneypark kauft finovo (finews.ch)


Moneypark, owned by the Swiss insurance company Helvetia, has acquired the Zurich-based proptech startup finovo. The terms were not disclosed.

Uber's Dara Khosrowshahi perfectly sums up how CEOs feel about taking money from SoftBank (recode.net)


This is a tough way of forcing a deal by an investor: SoftBank insisted during the negotiations with Uber that it was perfectly willing to go invest in Uber's rival Lyft instead if the Uber deal fell through.

Want to be a founder? Go get a job, says venture capitalist Joe Kraus of GV (techcrunch.com)


A bunch of in parts unconventional recommendations for founders by Joe Kraus, a partner for the last eight years with Google's early-stage investing arm, GV.

Fundraising support

World-class startups. Swiss made. Venturelab not only supports startups in their growth phase, we also connect founders with investors for fundraising:

- [Ask the Investor Workshops](#)
- [Trainings for ICT startups](#)
- [Trainings for Advanced Engineering startups](#)
- [Trainings for Medtech startups](#)
- [Trainings for Life Sciences startups](#)
- [International investor roadshows](#)

Best regards,
Your Venturelab Team

MAIN PARTNER

 **BKW**  **SWISS PRIME SITE**  **swisscom**

 **VENTURE KICK**  **TOP 100 STARTUP AWARD**  **UPCH**  **IFJ**

startup space, Schlieren-Zürich
EPFL Innovation Park, Lausanne
[Unsubscribe](#)

Kuratiertes Newsletter zum Thema «Personalmanagement»

Der Präsident der Zürcher Gesellschaft für Personalmanagement (ZGP) versendet jeweils montags einen kuratierten Newsletter mit seinen News der letzten Woche:

Leadership und Personalmanagement Update



kuratiert von
Matthias Möloney

Diese Woche habe ich so viele interessante Artikel gefunden, dass die Auswahl besonders schwierig war. Als ersten habe ich einen Artikel von Boyden gewählt über die steigende Bedeutung von CHRO und die entsprechenden Karriereaussichten. Danach eine sehr gute Übersicht von Andreas Wenger über die im Moment viel-diskutierten agilen Organisationsansätze. Der dritte und der vierte Beitrag beschäftigen sich mit der Thematik älterer Arbeitskräfte. Dazu haben wir an der HWZ gerade ein spannendes Forschungsprojekt gestartet, bei dem wir mit der Basellandschaftlichen Kantonalbank zusammenarbeiten.

Viel Spass beim Lesen

The CHRO and the Future Organization Part 2: The CHRO Role in the C-Suite & Board | RSS-Feed Management + Führung von SpringerProfessional.de

Die lesenswerte Boyden Studie räumt mit der alten Annahme auf, dass die HR Karriere eine Sackgasse ist und CHRO so gut wie keine Chance haben, einmal CEO zu werden.



[Mehr dazu](#)

Gemeinsamkeiten „agiler“ Organisationsansätze | organisationsdesign.ch

Andreas Wenger hat in seinem Blog Beitrag einen sehr guten, übersichtlichen Vergleich zwischen den verschiedenen agilen Organisationsansätzen geliefert.



[Mehr dazu](#)

Three Behavioral Insights into the Aging Mind | behavioraleconomics.com | The BE Hub | behavioraleconomics.com | The BE Hub

Spannend: Das Thema der Generationenunterschiede und der Implikationen für die Führung einmal aus der Perspektive der Verhaltensökonomie beleuchtet.



[Mehr dazu](#)

Karriere: Warum Beförderungen mit 50+ so schwierig sind - WELT | DIE WELT

Es kommt wie so oft auf die Perspektive an. Jüngere Mitarbeitende haben eine andere Sicht auf die Beförderungschancen der älteren Kolleginnen und Kollegen



[Mehr dazu](#)

Sie erhalten diesen Newsletter, weil Sie Mitglied der ZGP oder Studierende/r oder Ehemalige/r des Center for HRM & Leadership der HWZ sind. Falls Sie keine weiteren Nachrichten wünschen, können Sie sich [hier](#) abmelden.

ZGP

ZGP
Löwenstrasse 20
CH-8001 Zürich
+41 44 213 95 44
zoo@zgp.ch

HWZ

HWZ
Lagerstrasse 5
CH-8021 Zürich
+41 43 322 26 88
mailto:hwz@hwz.ch



powered by Scize

Kuratierte News-Sektion auf Website

Die Bernexpo Groupe kuratiert für ihr Weiterbildungsportal karriereschritt.ch wöchentlich die besten News zu Weiterbildungsthemen:

News

Wir versorgen dich jede Woche mit Neuigkeiten und Trends rund um Studium, Weiterbildung, digitale Zukunft, persönliche Entwicklung und Karriere. Bleib auch mit unserem Newsletter auf dem Laufenden!



Ein Pass für lebenslanges Lernen

30. Oktober 2019

Ein interessanter Ansatz, damit das lebenslange Lernen nicht mehr nur für Arbeitnehmende von Grossunternehmen möglich ist

► nzz.ch



«Die Weiterbildung ist die Bildung der Zukunft»

30. Oktober 2019

Ein Interview mit dem Präsident des Verbands für Weiterbildung

► eduwo.ch



Arbeit: Wie man die Abschlussarbeit neben dem Job meistert

30. Oktober 2019

Studierst du berufsbegleitend? Dann ist dieser Artikel spannend für dich!

► handelsblatt.com

Journalistischer Newsletter mit kuratierten Links

Die Lebensmittelzeitung verschickt werktäglich einen englischsprachigen Newsletter «RetailUpdate» mit rund einem Dutzend, journalistisch zusammengefassten Meldungen, die jeweils 2-3 kuratierte Links enthalten:

RetailUpdate Friday, 06 September 2019
made by Lebensmittel Zeitung

Hello ,

Meatless alternatives continue to be a hot topic with Kroger launching its own plant-based line and meat giant Tyson investing in a shrimp company. Across the Atlantic, Dutch retailer Albert Heijn is testing 'grab and go' experience and some inspiring store concepts in Germany have caught our attention. Check them out and have a great weekend!

Europe

French team • Decathlon boosts its cycling and online game at once. The French multinational sportswear retailer has acquired a majority stake in cycling e-commerce platform Alltricks, founded by former mountain bike champion Gary Aronsens. A seamless application network is part of Decathlon's growth strategy.

Dutch pilot • Albert Heijn has announced that it will test a mobile digital store, designed to offer customers a 'grab and go' experience. The Dutch retailer has partnered with a software firm and a financial services company to develop the technology and payment solution for the pilot.

German concept • Rewe retailer Ruscher has opened a supermarket in a picturesque former cotton factory in a small Saxony village. The store offers premium convenience and a well-assorted range of beverages to attract affluent shoppers. [Click here for pictures](#) (captions in German).

US & Canada

Veggie hype • The ever-growing appetite for plant-based meat alternatives has prompted supermarket major Kroger to launch its own line of meatless burger patties and meat giant Tyson Foods to invest in start-up New Wave, which will debut with shrimps made from seaweed, soy protein and natural flavours.

Fighting gun violence • Walgreens Boots Alliance, CVS Health and supermarket chain Wegmans are following Walmart's lead and have announced to ask their shoppers to no longer openly carry firearms in their stores. The changes come amid an effort to reduce gun violence following mass shootings in Ohio and Texas.

Allocating costs • New tariffs on consumer goods from China are putting pressure on US retailers. Discounter Target has already sent a letter to its suppliers to absorb increased costs so consumers wouldn't be affected. Other companies are diversifying supply chains to countries outside of China.

Asia & Australia

Modest improvement • Myer's focus on cutting costs and shrinking stores has rewarded the Australian department store with its first profit growth in nine years, sending its shares up. However, the company prepares for a challenging year ahead and expects to close more of its stores.

Worldwide appeal • New Zealand grower T&G is looking to replicate the global success of its premium apple brands Jazz and Envy in the grape category. Under the label Orchard Rd, launched in 2018, premium grapes are already available across Southeast Asia and will soon be delivered to China.

Dazzling environment • The new Sephora store in Hong Kong offers a phygital experience, which means it merges digital and physical points to engage with the customer with plenty of technology and bright spaces to interact rather than just present a range of products.

Weird and wonderful

Mama stations • Walmart is making shopping easier for moms who need to breastfeed by installing Mamava lactation pods in some stores. They are free-standing lactation suites connected to a smartphone app that allows moms to find and unlock the pods. Nothing beats a happy baby.

Picture perfect • Swedish powerhouse Ikea has opened a store in Paris (captions in German) to showcase space-saving living solutions and individual customer advice. Across the Atlantic, upmarket department store Nordstrom's small-sized retail format has made its debut in New York.

Referenzen



Verpassen Sie Ihrer Kommunikation ein Upgrade

Wir helfen Ihnen, Ihre Zielgruppe ressourcenschonend zu erreichen. Dank der Scope Content Suite finden Sie relevante Artikel und spielen sie über Ihre Kanäle nahtlos aus. Der durchgängige Prozess in unserer Software unterstützt Ihre Kommunikation:

Mit unserer Unterstützung legen Sie Themen, Suchbegriffe und relevante Quellen wie Blogs, Social-Media-Kanäle oder Newsletter fest. Damit durchsucht unsere Software laufend tausende Quellen und liefert Ihnen stets aktuelle Artikel, die Ihre Zielgruppen interessieren.

Aus den Suchtreffern wählen Sie die am besten passenden Artikel aus und schreiben jeweils einen Kommentar dazu, weshalb dieser Text lesenswert ist, oder Sie liefern eine Einordnung oder zusätzliche Erklärung.

Wenn Sie einen Newsletter versenden möchten, können Sie diesen in unserem Editor per Drag-and-Drop zusammenstellen und bei Bedarf eigenen Content mit den kuratierten Inhalten kombinieren. Wenn Sie einen redaktionellen Fliesstext schreibst, haben Sie alle Stichwörter und Kommentare der ausgewählten Artikel im Editor immer schnell zur Hand.

Egal, welche Kommunikationskanäle (Web, Social Media, E-Mail, Blog, RSS) Sie nutzen: Scope setzt auf konsequentes «Whitelabeling» und integriert sich in Ihre bestehende Umgebung unter Ihrem Brand.

Scope unverbindlich kennenlernen

Gerne stellen wir Ihnen Scope in einer persönlichen Demo vor und beweisen, wie Sie kuratierte Inhalte auch in Ihrer Kommunikation gewinnbringend einsetzen können. Buchen Sie unverbindlich und kostenlos einen Termin direkt unter www.thescope.com/demo. Alternativ erreichen Sie uns unter untenstehenden Koordinaten.

Peter Hogenkamp

CEO Scope Content AG

direkt: +41 44 533 00 50

peter.hogenkamp@thescope.com



Unsere kurze, bewegte Geschichte

Unsere Firma ist erst wenige Jahre alt, hat aber schon eine bewegte Geschichte unter mehreren Firmen- und Produktnamen hinter sich.

2011: Elia Palme entwickelt als Forschungsprojekt im Rahmen seiner ETH-Dissertation eine Aggregator-App, zunächst Nüwslì genannt, dann Newscron. Mit der App können Nutzer ihre persönliche Zeitung zusammenstellen: Sie sucht aus über 250 in- und ausländischen Zeitungstiteln nur die News, die den User interessieren könnten. Diese können eingegeben, aus welcher Region und aus welcher Sparte sie Neuigkeiten erhalten möchten.

2012: Zusammen mit Roberto Prato und Patrick Lardi gründet Elia im Herbst 2012 die Newscron SA in Lugano. Die Firma wird unterstützt von mehreren privaten Tessiner Investoren.

2013: Newscron gewinnt zahlreiche Auszeichnungen für ihre Technologie, unter anderem den renommierten und mit CHF 100'000 dotierten De-Vigier-Preis.

2014: Im Januar erhält Newscron in einer neuen Finanzierungsrunde von einem Zürcher Netzwerk von Business Angels einen namhaften Betrag. Der Verwaltungsrat wird neu besetzt. Im weiteren Verlauf des Jahres stellt sich jedoch heraus, dass das ursprünglich geplante «Freemium»-Businessmodell für die Newscron-App nicht trägt, da die kostenpflichtige Premium-Version zu wenig gekauft wird. Nach einem Review der Strategie entscheidet der Verwaltungsrat,

das Angebot auf Basis der bestehenden Technologie um Handkuratierung durch Experten zu erweitern.

2015: Im Januar wird die App «Niuws» mit 15 Kuratorinnen und Kuratoren lanciert, die jeweils eine themenspezifische «Box» kuratieren. Die Anzahl steigt bis Ende des Jahres auf rund 50.

2016: Peter Hogenkamp übernimmt Ende Februar die Mehrheit der Aktien. Elia Palme wiederum übernimmt privat die ursprüngliche Newscron-App. Im Mai zieht die Firma nach Zürich um und bezieht ein Büro im Zürcher Kreis 6. Das Produkt «Niuws», inzwischen nicht mehr nur eine App, sondern auf diversen Plattformen verfügbar, wird in «Scope» (thescope.com) umbenannt. Im September wird auch die Firma selbst in «Scope Content AG» umbenannt und eine von Grund auf neu konzipierte, responsive Website gelauncht.

2017: Die Firma fokussiert vor allem auf das B2B-Geschäft, also die Lizenzierung der Kuratier-Software an Firmen und Organisationen, wo sie diverse namhafte Kunden gewinnen kann. Im August zieht sie 300 m weiter in ein neues Büro an der Weinbergstrasse 137. Jürg Stuker und Andreas Von Gunten werden in den Verwaltungsrat gewählt.

2018: Dank des Fokus auf Firmenkunden mit den entsprechenden neuen Features kann Scope im Laufe des Jahres mehr als 25 Firmen und Organisationen als Kunden gewinnen, die die SaaS-Kuratiersoftware für diverse Formen der Kommunikation einsetzen, von Content Marketing über Lead Nurturing bis zu interner Kommunikation. Im Juni wählt die Scope-Generalversammlung Jens Alder neu in den

Verwaltungsrat. Ende Oktober entscheidet das Gremium, das Portal mit kuratierten Nachrichten im Dezember abzuschalten, um sich nur noch auf das schnell wachsende Firmenkundengeschäft zu konzentrieren.

2019: Mit viel Elan und neuen Mitarbeitenden, unter anderem Reto Vogt als Head of Content, arbeitet das Team an der komplett überarbeiteten Scope Content Suite als der neuen Version unserer Kuratier-Software, die im September 2019 live geht.

Impressum

Scope Content AG

Weinbergstrasse 137

CH-8006 Zürich

www.thescope.com

hello@thescope.com

+41 44 533 00 55

CHE-307.434.909

Geschäftsführung:

Peter Hogenkamp

Redaktionell verantwortlich:

Reto Vogt

Erstellt im:

November 2019

Aktualisiert:

Februar 2020