



Pressemitteilung Start Content hochzwei
Kontakt: Raphael Imhof, 076 413 88 08, ri@c-hochzwei.com

Content Marketing für die Architektur-, Bau- und Immobilienbranche

Content hochzwei ist die erste Kommunikationsberatung rund um Architektur, Bau und Immobilien. Die drei Gründer Raphael Imhof, Mathias Rinka und Markus Schwärzler bringen viele Jahre Erfahrung aus diesen Branchen mit und verbinden Branchenwissen mit umfassendem Know-how in Marketing und Kommunikation.

Raphael Imhof war viele Jahre Marketingleiter im Bauumfeld, Mathias Rinka ist Wirtschaftsjournalist und hat sich unter anderem in der Immobilienbranche und der aufstrebenden PropTech-Szene etabliert. Markus Schwärzler bringt langjährige Agentur-Erfahrung mit. Aus der Sicht von Unternehmen, aus der Perspektive des Journalisten und von Agenturen ermöglicht Content hochzwei einen 360 Grad Marketing-Blick auf die Architektur- und Baubranche.

Die Baubranche verändert sich aktuell fundamental. Sie ist sehr fragmentiert und hat damit noch grössere Herausforderungen zu meistern, wenn es um die Digitalisierung geht. Diese hält, wenn auch etwas zögerlich, auch in der Baubranche Einzug. Aktuell mehrheitlich durch Themen wie BIM und IoT. Dazu gibt es viele weitere Themen, wie die nachhaltige Entwicklung, die Bedarf an Erklärung und Kommunikation haben. Mehrheitlich ausserhalb, aber auch innerhalb der Branche.

Diese Transformation möchte Content hochzwei mit einem sehr breiten Verständnis von Content Marketing kommunikativ begleiten. Es geht dabei nicht um Werbung, sondern vielmehr um eine ganzheitliche Sicht auf Inhalte für die jeweiligen Zielgruppen. Nicht nur klassisches Marketing wie Messen und Events, Sponsoring, Online Marketing, interne Kommunikation, Direktmarketing, Public Relations, Medienarbeit oder Employer Branding werden berücksichtigt, sondern auch die Bereiche Sales und Customer Service werden eng damit verzahnt. Ziel ist es, passende Informationen und damit Mehrwert zum richtigen Zeitpunkt für die Kunden bereit zu halten. Die Dienstleistungen sind Branding & USP, Content-Strategie und Second Opinion.

«Jedes Startup, jede Unternehmung, jeder Konzern hat eigene Stories, und das sind zugleich Menschen, die ganz viele verschiedene Geschichten zu erzählen haben. Diese Geschichten auch in die digitale Welt zu transportieren, ist eines unserer grossen Anliegen und Ziele», erklärt Mathias Rinka. «Dem Erzählten wird ein grösserer Wert zugeschrieben und es schafft Vertrauen, wenn es eine Geschichte hat», ergänzt Markus Schwärzler.

Content hochzwei ist keine klassische Agentur, sondern versteht sich als Netzwerk, das als «virtuelle Agentur» je nach Bedarf weiteres Know-how in temporären Teams zusammenzieht. Damit bleiben Content hochzwei und auch die Kunden agil und flexibel. Je nach Projekt und Ziel.

Über die Entstehung des Namens sagt Raphael Imhof: «Wir wollten uns auch deshalb auf Content fokussieren, weil ich selbst schon öfter erfahren habe, wie der Inhalt vernachlässigt wird. Es ist alles ganz hübsch und schön verpackt, inhaltlich aber sehr mager. Für uns ist der Inhalt ein Multiplikator, nicht nur online, sondern auch offline. Deshalb «Content hochzwei bzw. in der Logo-Kurzform C²».