



COMPENDIO

Schlanker und fit in die Zukunft

Die Compendio Bildungsmedien AG hat sich auf Anfang dieses Jahres neu aufgestellt: Mit schlankeren Strukturen und neuen Partnerschaften will man insbesondere am Puls der Digitalisierung bleiben. Genug Anlass für einen Besuch beim langjährigsten Partner von FOLIO.

Die Lehrmittel der Compendio Bildungsmedien AG muss man im FOLIO wohl nicht gross vorstellen – sie dürften in den allermeisten Berufsfach- und Berufsmittelschulen im Einsatz sein. Schwieriger als seine Werke ist der Verlag selbst zu finden: Gut fünf Gehminuten vom Bahnhof Zürich Oerlikon entfernt steht ein heller, vierstöckiger Gewerbebau. Gemäss Google Maps ist dort eine Firma für Gaststättenbedarf angesiedelt. Auch für Besucher, die direkt vor dem schmucklosen Haus stehen, ist Compendio noch weitgehend unsichtbar; sogar das Schild, das auf die einzelnen Un-

ternehmen hinweist, ist diskret gestaltet. Im dritten Stockwerk wird die Besucherin dann fündig: Hier sind sowohl die Compendio Bildungsmedien als auch die Firma Edupartner angesiedelt. Diese unmittelbare Nähe hat Konzept, wie sich gleich herausstellt.

Aus Hausverlag entstanden

«Wir haben uns per Anfang dieses Jahres neu aufgestellt», sagt Maurice Greder, Leiter Marketing und Vertrieb bei Compendio Bildungsmedien AG. Doch der Reihe nach: Ursprünglich leisteten sich die AKAD-Schulen ei-

nen kleinen, nur auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittenen Hausverlag. Erst 2003 beschloss man, Teile der Inhalte weiterzuentwickeln und unabhängig von AKAD zu vermarkten; Compendio war geboren – «und wurde zur Marke», so Greder. Heute ist das Unternehmen in die Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz eingebettet, die wiederum zur Klett-Gruppe gehört, geniesst da aber wirtschaftliche Unabhängigkeit.

Und diese Freiheit hat die Compendio Bildungsmedien AG nun genutzt, um sich einer Gesamterneuerung zu ver-

schreiben. Die auffälligste Veränderung ist sicher die, dass man sich von den internen Dienstleistungsbereichen des Verlages getrennt hat, also von jenen Teilen, die für das Erstellen, die Gestaltung und Distribution von Bildungsmedien zuständig sind. Diese Abteilungen wurden zu einer neuen, eigenständigen Firma zusammengefasst – eben der eingangs erwähnten Edupartner. Diese ist nun komplett selbstständig, arbeitet zwar nach wie vor eng mit Compendio zusammen, aber eben als unabhängiger Anbieter auch mit anderen Partnern.

Grössere Beweglichkeit

«Diese Teilung erfolgte mit dem Ziel, dem Verlag die unternehmerische Freiheit zu gewährleisten, ohne das Gewicht der Dienstleister mittragen zu müssen», erklärt Greder. «An der inhaltlichen Ausrichtung unseres Programmes ändert sich dadurch nichts, aber wir geniessen jetzt eine höhere Agilität.» Das heisst: Je nach Auftrag berücksichtige Compendio «die Kollegen von Edupartner», wie Greder sagt, oder einen anderen Dienstleister der Branche.

Um eine grössere Beweglichkeit zu garantieren, geht Compendio – nebst der nach wie vor engen Kooperation mit Edubase und Edubook – nun auch eine Partnerschaft mit beeoq ein. Diese Plattform für digitale Lehrmittel erlaubt es Compendio, noch breiter auf individuelle Kundenwünsche einzugehen. Gerade, was die Kombination von Buch und digital betrifft. Denn seit einigen Jahren arbeitet Compendio content-basiert, das heisst: Jeder Inhalt kann unabhängig der Form transportiert werden. Edubase arbeitet auf PDF-Basis, was sich bisher gut bewährt hat. «Aber wir wissen nicht, wohin die Digitalisierungsreise geht, und müssen uns alle Möglichkeiten offenhalten», sagt Greder.

Insbesondere bei Firmen ist das Customizing-System beliebt, das erlaubt, dass sich ein Kunde ein Lehrmittel aus verschiedenen Kapiteln verschiedener Compendio-Werke sowie eigenen Inhalten zusammenstellt. Zuletzt hat der Kunde ein Buch, einen digitalen Träger oder auch lose Blätter in der Hand, aber im Layout eines Compendio-Werks. «Viele grosse Unternehmen bieten heute eigene Ausbildungen an, firmeneigene Trainee-Programme, und sind froh um exakt auf

ihre Bedürfnisse zugeschnittene Lehrmittel», sagt Corinne Susanek, Verantwortliche Marketing und Kommunikation.

Neu kommt nun mit dem Xpublisher die Möglichkeit hinzu, auch die einzelnen Kapitel aufzuspalten, und, je nach Bedarf, bis hinunter zum einzelnen Satz Elemente ein- und auszubauen. Dies sei zwar für den Verlag mit einem teils beträchtlichen Mehraufwand verbunden, ergänzt Greder. «Aber es wäre falsch, das nicht anzubieten, denn der Bedarf ist da, und wir müssen dabei sein.»

Schweizer Verlag für Schweizer Kunden

Insgesamt arbeiten nun noch 24 Personen im Verlag, die meisten von ihnen Teilzeit. «Das handhaben wir hier ganz bewusst so», sagt Susanek, «viele unserer Redakteure und Redakteurinnen unterrichten nämlich. Das ist wichtig, denn so sind wir etwa bei Lehrplananpassungen immer nahe mit dabei. Wir sind in den Schulen gut vernetzt und können auf Neuerungen rasch reagieren.»

Die Nähe zu den Kunden habe sich auch im Lockdown bewährt, sagt Susanek: «Compendio hat zum Beispiel organisiert, dass ein Lehrmittel direkt zu jedem Schüler nach Hause geliefert wurde. Und es wurde auch Pannenhilfe geboten.» Man habe bemerkt, dass viele Lehrpersonen infolge der Schulschliessungen eine Technologie entdeckt haben, die zwar längst vorhanden war, aber von ihnen nicht genutzt wurde.

«Auch die Zusammenarbeit mit den Verbänden läuft sehr gut», ergänzt Greder, beispielsweise mit Swiss Marketing und den Banken. «Wir sind inhaltlich an den nationalen Abschlüssen orientiert und in engem Kontakt mit den Schweizer Prüfungsträgern!» Compendio wende sich gerne direkt an die Verbandsbeauftragten, um zu erfahren, welche Elemente und Themen gefragt sind. «Wir versuchen sie einzubeziehen. Das gibt eine Win-win-Situation.» Ohnehin sei man sehr daran interessiert, mit der Kundschaft in direktem Kontakt zu stehen. So würde es die Compendio-Verantwortlichen auch freuen, etwas mehr direktes Feedback aus der Lehrerschaft zu erhalten – zusätzlich zu jenem, das sie von den unterrichtenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern frei Haus geliefert erhalten.



Maurice Greder,
Leiter Marketing und Vertrieb bei
Compendio Bildungsmedien AG



Corinne Susanek,
Verantwortliche Marketing und
Kommunikation