



Ziele von Unternehmen „corporate publishing“ zu betreiben

Im deutschsprachigen Raum wird die Anzahl der Kundenmagazine auf mittlerweile über 2.500 geschätzt – Tendenz steigend. Dabei stellt sich die Frage, warum Unternehmen in der heutigen Zeit des Informationsüberflusses vermehrt Augenmerk auf dieses Marketinginstrument setzen.

Es gibt verschiedene Gründe dafür:

- Kundenmagazine fördern das Image und die Kundenbindung.
- Beim Marketingziel der Verkaufsförderung wird ihre Wirkung höher eingestuft als die klassische Werbung.
- Sie besitzen den Vorteil der direkten Ansprache, geringen Streuverlust und hoher Glaubwürdigkeit.
- Sie ermöglichen den Dialog mit den Kunden.
- Mit dem richtigen Konzept unterstützt das Kundenmagazin die Unternehmensstrategie.

Welche Regeln sollten beachtet werden:

- Kundenmagazine werden im Optimalfall mit den bereits vorhandenen Kommunikationsaktivitäten abgestimmt und erweitern diese.
- Publiziert wird am besten einmal pro Quartal, dies genügt um Bewusstsein und Glaubwürdigkeit zu schaffen und wird von den Lesern als regelmäßig empfunden.
- Das Design sollte ansprechend und leicht zu lesen sein.





Durch den Wiedererkennungseffekt wird der Bekanntheitsgrad des Unternehmens erhöht.

- Die Kundenzeitschrift muss auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet sein. Der Leser muss einen direkten Nutzen daraus ziehen können, sonst verliert er schnell das Interesse.
- Titel, Erscheinungsbild und Inhalt sollten von einer professionellen Redaktion gestaltet und geschrieben werden um Kunden- und Unternehmensnutzen optimal zu verbinden.
- Dabei sollte niemals vergessen werden, dass das Informations- und Lesebedürfnis der Kunden im Vordergrund steht und nicht die Wünsche des Unternehmens → nur so können aus Kunden, Leser gemacht werden.

Die Zahl der Kundenzeitschriften / - magazine wird sich in den nächsten Jahren um ein vielfaches erhöhen, aus diesem Grund ...

Verschaffen Sie sich und Ihrem Unternehmen / Ihrer Institution einen optimalen Startplatz für die Zukunft!

