

Corporate Publishing

Corporate Publishing

Kundenmagazine sind unumgängliche Instrumente für Unternehmen, wenn es darum geht, sich aus der Masse an Konkurrenten hervorzuheben. Für die jeweilige Zielgruppe journalistisch aufbereitet sorgen wir auch bei kleineren Publikationen für die richtige Kundenansprache. Nur eine Zeitschrift, die mit interessanten und verwertbaren Themen aufwartet, die in einem gefälligen Seitenlayout gestaltet und einen zielgruppenadäquaten Sprachstil formuliert wurde, findet auch den Weg in den begehrten firmeneigenen Zeitschriftenverteiler.



Mit dem Kundenmagazin schafft das Unternehmen Transparenz. Es informiert regelmässig über Produkte und Dienstleistungen, Firmenpolitische Hintergründe oder branchen-bezogenen Entwicklungen, nicht nur nach außen, auch die eigenen Mitarbeiter können Ziel eines solchen Magazins sein. Es ist Ausdruck einer gebündelten Unternehmenskommunikation und bietet die ideale Möglichkeit, dem Kunden die zentralen Elemente seiner Corporate Identity zu veranschaulichen. Darüber vermittelt ein Magazin, in dem Experten über relevante Sachthemen informieren, fachliche Kompetenz und Know-How. Das ist ein wichtiger Faktor im härter werdenden Wettbewerb. Nicht zuletzt trägt das Kundenmagazin dazu bei, den Informationsbedarf der Kunden zu stillen, ihn an das Unternehmen heranzuführen und dauerhaft zu binden. Ein langfristiger und erfolgsversprechender Wettbewerbsvorteil.

Corporate Publishing bedeutet aber nicht nur gedruckte Hochglanzmagazine oder einfache Newsletter. Sinnvolle Konzepte bedienen sich aller Kommunikationskanäle. Je nach Zielgruppe kann ein Kundenmagazin im Internet weiterführende und ergänzende Informationen bereithalten oder sich ganz ins Web verlagern. Als Online-Magazin hat der Kunde sogar noch weitere und einfachere Response-Elemente zur Verfügung um mit dem Unternehmen in Dialog zu treten. Die Qualität der Unternehmenskommunikation wird messbar.

Mitarbeiterzeitschrift

Die Mitarbeiterzeitschrift ist die „interne“ Form der Unternehmenspublikation. Sie richtet sich ausschliesslich an die Arbeitnehmer von Unternehmen, Verbänden oder Organisationen. Mitarbeiterzeitschriften haben die Aufgabe, den Betrieb, die Unternehmenspolitik und die Arbeitsabläufe für die Beschäftigten durchsichtig und nachvollziehbar zu machen. Die Inhalte der Zeitschriften sind eng an das Betriebsgeschehen geknüpft. Es werden Fakten und Meinungen vermittelt, Anregungen gegeben, über geplante Firmen-Events, Kundenprojekte, wirtschaftliche und sozialpolitische Vorgänge und andere wichtige Ereignisse informiert.

Damit die Arbeitnehmer sich mit der Zeitschrift und demzufolge mit dem Unternehmen identifizieren können, ist eine umfassende und sachliche Berichterstattung über positive als auch negative Ereignisse und Entwicklungen erforderlich. Eine Mitarbeiterzeitschrift ist zwar eine Unternehmenspublikation, sollte aber weder das Sprachrohr der Chefetage noch des Betriebsrates sein. Die Zeitschrift sollte unter Beteiligung von Mitarbeitern für Mitarbeiter gemacht werden und in regelmäßigen Abständen (mindestens zwei Ausgaben im Jahr) erscheinen.

Kundenzeitschriften

Bei Kundenzeitschriften gibt es zwei Kategorien: Zeitschriften, die für den Endverbraucher bestimmt sind (BtC / business to consumer) und Zeitschriften, die sich an Geschäftskunden richten (BtB / business to business).

BtC-Publikationen sind die Klassiker unter den Kundenzeitschriften. Sie werden als Zugabe des Handels oder von Unternehmen an den Endverbraucher vertrieben, liegen in Geschäften (z.B. bei Apotheken oder Bäckern) aus oder werden dem Kunden zugesandt, beispielsweise von Krankenkassen und Mobilfunkunternehmen. Diese Kundenzeitschriften sind grösstenteils kostenlos, auch wenn teilweise auf dem Cover ein Preis abgedruckt ist, der die Wertigkeit der Zeitschrift ausdrücken soll.

Quantitative und qualitative Kundenzeitschriften

Kundenpublikationen lassen sich in quantitative und qualitative Medien unterteilen. Die quantitativen Kundenzeitschriften sind vorwiegend kostengünstig produzierte Massenausgaben, beispielsweise von Drogeriemärkten. Die qualitativen Publikationen werden aufwendig in vergleichsweise niedrigen Auflagen produziert, z.B. von Automobilherstellern. Welche Form der Kundenzeitschrift für Ihr Unternehmen in Frage kommt, richtet sich nach der Grösse der Zielgruppe, der avisierten Auflagenhöhe und Ihrem zur Verfügung stehenden Etat. Das redaktionelle Konzept, die Papierauswahl und die Distributionsform einer Kundenzeitschrift orientieren sich an den Merkmalen der Zielgruppe sowie dem Wirkungsziel, das mit der Publikation verbunden ist.

Quelle

www.nullsiebenelf.com