

## Corporate Publishing

# Kundenzeitschrift im Internet

Viele deutsche Unternehmen vertrauen auf Kundenzeitschriften als Marketinginstrument. Mehrere Tausend der zumeist bunten Blätter sind im Umlauf um Kunden und Geschäftspartner über interne Entwicklungen, neue Produktlinien oder Serviceleistungen zu informieren.

Allerdings übernehmen die wenigsten dieser Unternehmen die Inhalte ihrer gedruckten Kundenzeitschriften in ihren Internetauftritt. Finden sie doch einmal den Weg auf die Website, so meist nur als PDF zum Download - was weder den Möglichkeiten des Mediums gerecht wird, noch den Erwartungen des surfenden Kunden entspricht. Eigentlich schade um die vertane Chance, denn eine Online-Ausgabe des Kundenmagazins bietet viele Vorteile, nicht zuletzt, weil sie aktueller sein kann als das Printprodukt. Ausserdem gibt es im Gegensatz zu gedruckten Ausgaben keine Platzprobleme, so dass Hintergrundberichte und Zusatzinformationen veröffentlicht werden können, die den Rahmen des Magazins aus Papier sprengen würden. Das fördert das Image des Unternehmens als Spezialist für ein bestimmtes Thema. Schliesslich kann man über das Internet – nicht zuletzt via Suchmaschine – viel mehr Interessenten erreichen, als das über eine herkömmliche Zeitschrift je möglich wäre.

Deswegen empfiehlt sich ein integriertes Off- und Online-Publishing, also eine gedruckte Kundenzeitung in Kombination mit einem Online-Magazin und einer Vermarktung über einen E-Mail-Newsletter. Auf diese Weise können die Vorteile jeder Publikationsform ausgeschöpft werden. In der Printausgabe werden wichtige Themen und Meldungen behandelt; über Satz und Layout wird das optische Erleben des Unternehmens als Marke vermittelt. Zudem wird die Zielgruppe über den Versand direkt angesprochen, so dass auch Kunden ohne Internetanschluss informiert werden. Das Online-Magazin bietet die Möglichkeit, neben den Inhalten der Offline-Publikation ergänzende Informationen, Meldungen und Neuigkeiten anzubieten und so einen weiteren Kanal zur Kunden- und Leserbindung zu schaffen. Wesentlicher Vorteil der Online-Ausgabe ist ihre Aktualität. Der Newsletter schliesslich hat die Aufgabe, neue Berichte des Online-Magazins und/oder der nächsten Ausgabe des Printmagazins anzukündigen und kurz vorzustellen.

Bevor man sich aber dazu entschliesst, mit seinem Kundenmagazin online zu gehen, sollte zunächst die Zielgruppe des Unternehmens genau in Augenschein genommen werden: Nutzt sie überhaupt das Netz? Wie verhält sie sich und welche Angebote fragt sie besonders häufig nach? Dazu kann man beispielsweise Meinungen und Kommentare der Lesern auswerten oder eine Onlineumfrage starten. Diese Ergebnisse fliessen ebenso in die Entscheidung für die Form des Netzmagazins ein wie die Inhalten der Publikation (Gliederung und Rubrizierung, Aktualisierungsrhythmen) und die Gestaltung des gesamten Internetauftritts.

Der gedruckte Text kann eins zu eins ins Internet übertragen werden. Dann fallen keine allzu langen Ladezeiten an wie das bei PDF-Dokumenten der Fall ist. Zudem bietet diese Variante die Möglichkeit, die Artikel auf einer Übersichtsseite anzureißen und so die Aufmerksamkeit zu gewinnen. Nachteile ergeben sich durch die meist geringe Aktualität sowie die Printlastigkeit der Inhalte. Die Texte der Druckversion sind für die Lesebedürfnisse der Webnutzer oftmals zu lang.

Sinnvoll ist es deshalb, die Printpublikation webgerecht zu überarbeiten und um Hintergrundinformationen, zeitnahe Meldungen zwischen den periodischen Erscheinungsterminen der gedruckten Zeitschrift und Services zu ergänzen. Im integrierten On- und Offline-Publishing gewinnt die Kundenzeitschrift so an Tiefe und Aktualität.

### Quelle

Autorin: Heike Schneider