

# Ihre eigene Kundenzeitung

Der Boom der Zeitung als Informations- und Unterhaltungsmedium wächst seit Jahren ständig. Zielgruppengerechte Kundenzeitungen gibt es heute in allen Branchen. Von der Bäckerblume, über die Optikernews bis zu Bauen & wohnen. Wie schätzen Sie Nutzen und Wirkung dieses Werbemittels ein?

Welche Vorteile bringt Ihre eigene Kundenzeitung?

Sie können eine Fülle sachlich-neutraler Informationen über Ihr Unternehmen streuen. Mehr als mit jedem anderen Ihrer Werbemittel. Vorausgesetzt, dass Sie den redaktionellen Inhalt auf Ihre Marketingziele ausrichten.

- Sie lenken gezielt vom nackten Preis ab: Sie wissen, dass gerade der für Neukunden Kaufkriterium Nummer eins ist. Durch regelmäßige Informationen über den Nutzen Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung können Sie das Akzeptanz- und Kaufverhalten frühzeitig mit Ihrem Marketingziel abstimmen. So bauen Sie sich Ihren (Neu-)Kunden Schritt für Schritt auf.
- Geringe Streuverluste: Im Gegensatz zu Ihren anderen Werbemaßnahmen können Sie Ihre Kundenzeitung an eine handverlesene Zielgruppe streuen.
- Sie können sich gegen Ihre Mitbewerber "abschotten". Z.B. wenn Sie technische Neuheiten, vertrauliche Produkt- und Firmeninformationen, Preise etc. nicht an die grosse Glocke hängen wollen.
- Günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis: Im Vergleich zu Ihren anderen Marketingmaßnahmen (z.B. Anzeigen, Aussendienstbesuche, Messe, Verkaufsförderung etc.) rechnet sich Ihre eigene Kundenzeitung bereits ab der ersten Ausgabe. Vorausgesetzt, dass Sie ein maßgeschneidertes- und fortsetzungsfähiges- Konzept entwickelt haben.

Wie setzt sich Ihr Erfolg zusammen?

Grundsätzlich wird eine erfolgreiche Kundenzeitung von drei Bausteinen geprägt:

1. Von der Glaubwürdigkeit des Inhaltes.
2. Von der Optik.
3. Vom Unterhaltungswert. Der ist garantiert, wenn Sie darauf achten, dass nicht Sie, sondern Ihre Leser vom Nutzwert der Kundenzeitung profitieren. Texten Sie und berichten Sie ehrlich, logisch und schlüssig. Sehr wichtig: Leicht verständlich!

Klares redaktionelles Konzept

Richten Sie Ihr redaktionelles Konzept gnadenlos auf die Bedürfnisse und Strukturen Ihrer Zielgruppe aus. Legen Sie einen festen Themenplan fest. Stimmen Sie den redaktionellen Teil auf Ihre Marketing- beziehungsweise Werbeziele ab.

- **Corporate Identity**  
Achten Sie darauf, dass Ihr Corporate Identity (Firmenerscheinungsbild) strikt eingehalten wird.

- **Erscheinungsweise**  
Regelmässiges, pünktliches Erscheinen sichert Ihren Werbeerfolg. Ihre Kundenzeitung sollte regelmäßig, spätestens alle drei Monate erscheinen.

### Dialog-Möglichkeiten

Fordern Sie Ihre Leser/Kunden auf, sich mit eigenen Beiträgen, Fotoreportagen, Anwendungstipps etc. zu beteiligen.

1. Bieten Sie weiterführende Informationen an. Setzen Sie unter die betreffenden Texte einfach Kennziffern.
2. Leser-Telefon/Servicehotline: Sie könnten zum Beispiel am Ende der Beiträge die Autorennamen und deren jeweilige Telefon-, Fax- und Email- Adresse veröffentlichen.
3. Rückantwortkarte: Legen Sie jeder Kundenzeitung eine Rückantwortkarte mit eingedruckter Adresse bei. Noch besser: ankleben/anklammern, zum Beispiel für Preisausschreiben, Anmeldung- Tag der offenen Tür, Messe etc.

### Ihre Einsatzmöglichkeiten

Instrument zur Neukundengewinnung/Kundenbindung. > per Post, Postwurfsendung, Auslage im Geschäft, Büro, Verwaltung, als Türöffner für Aussendienst/Verkauf etc.

- Information zur Hausmesse, Seminar, Tag der offenen Tür, Schulungen etc.

### Welche Ziele erreichen Sie?

Ja, Ihre eigene Kundenzeitung leistet für Sie einen wertvollen Beitrag im Marketingmix. Ihre handfesten Vorteile:

- Sie erhöhen Ihren Bekanntheitsgrad.
- Sie verstärken Ihr Image als kompetenter und dienstleistungsorientierter Hersteller, Händler etc.
- Sie haben genügend Platz, Ihre persönlichen und/oder Firmenstärken vorzustellen.
- Sie können sich klar von ihrem Mitbewerbern abgrenzen. Präzis ausgefeiltes Leistungsprofil.
- Sie profitieren von dem positiven Image einer "echten" Zeitung. Die Leser akzeptieren Ihre Aussagen eher als in einem Prospekt.
- Sie betreiben gezielte Öffentlichkeitsarbeit/PR mit Ihrem eigenem Medium. So aktivieren, unterstützen, schaffen Sie vertrauensbildende Geschäftsbeziehungen.

### Seriöser Auftritt bringt Ihnen Erfolg

**Tipp:** Schaffen Sie kein "zentrales Verlautbarungsorgan". Drängen Sie kein Eigenlob auf! Das kann bei einer Hauszeitung gerade noch erlaubt sein. Aber bei Ihrer Kundenzeitung wirkt so was eher peinlich. Nur wenn Ihre Kundenzeitung seriös statt marktschreierisch, informativ statt anbiedernd wirkt, ernten Sie Erfolg.