

**Wachstumsmarkt
Corporate Publishing –
Neue Chancen für nachhaltige
Medienproduktion**

Michael Höflich

Geschäftsführer Forum Corporate Publishing

Berlin, 7. Mai 2009

1

>> Der Verband

FCP BASIS-INFORMATION

- Gegründet Mai 1999 (14 Mitglieder)
- Mai 2009: **98** Mitglieder (D, A,CH)
- Fünf Vorstände, drei Bereichsvorstände
- Arbeitsgruppen und Regionaltreffen
- Geschäftsstelle in München



2 >> Der Markt

CORPORATE PUBLISHING MEDIEN

Mobile News Service **Sales Magazine** Kinderzeitungen
Executive Medien **Handyradio** **NewsMag** **Portale**
Corporate-Responsibility-Magazine **Geschäftsberichte**
Story-Site **Mitarbeiter-Zeitschriften** Händler-Magazine
Supplements **Electronic Magazine** Special Reports
Corporate Books **Podcast** Außendienst-Zeitschriften
Magalog **Corporate Weblogs** **Newsletter** **Vodcasts**
Kundenzeitschrift **Corporate-TV** Jugend-Magazine
E-Newsletter Mitgliederzeitung **Case Studies** Wandzeitung

CP-MARKT KUNDENMAGAZINE (D-A-CH)

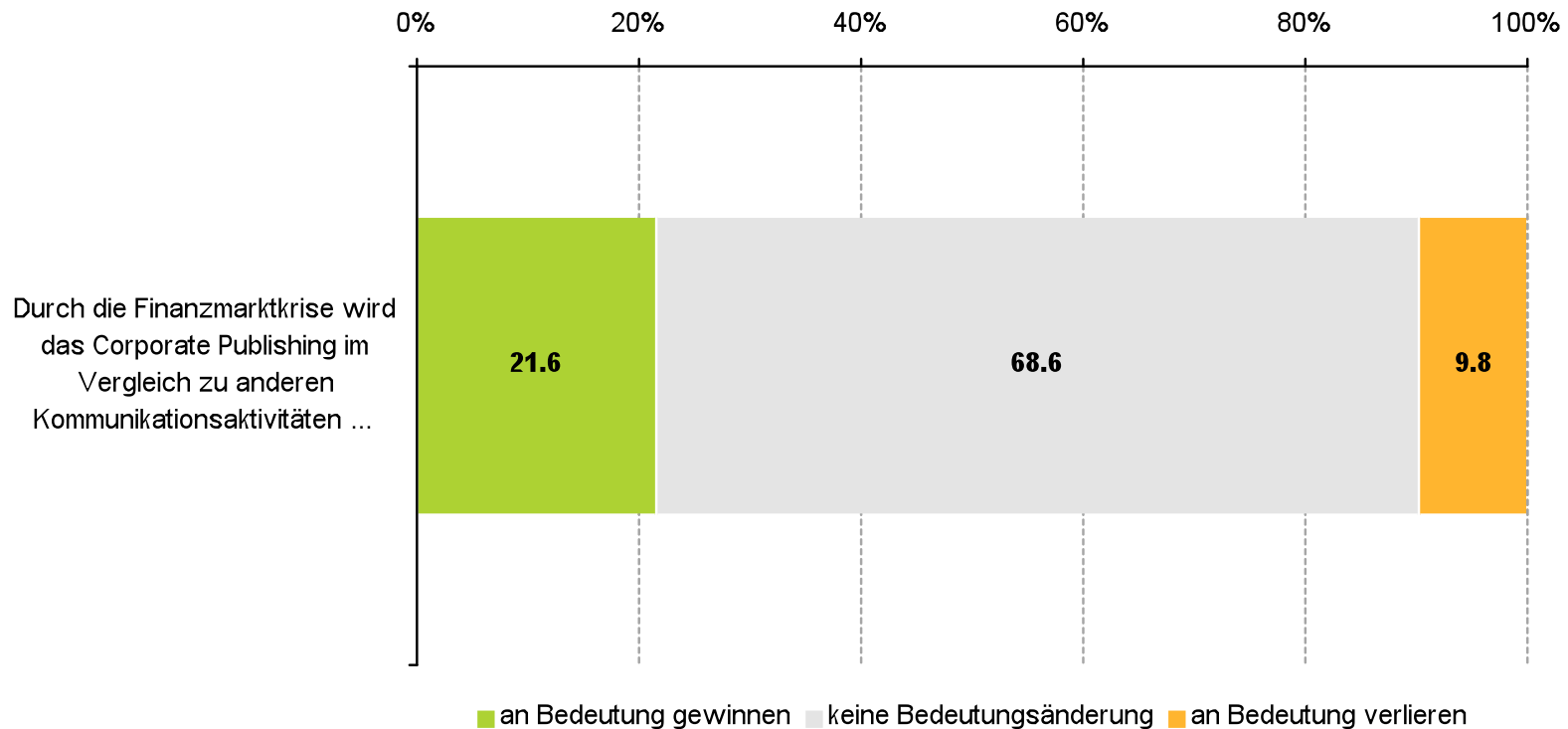
- Titel ca. 15.000
- Titel FCP-Mitglieder 1.800
- Auflagenvolumen FCP-Mitglieder 990 Mio. *
- Online-Projekte pro FCP-Mitglied Ø 7
- Ø Umsatzwachstum FCP-Mitglieder 2008 13,5 %
- Geschätzter Jahresumsatz CP-Branche 4,5 Mrd. €

* pro Jahr

3 >> Die Perspektive

Corporate Publishing trotz der Krise: Ein Fünftel der Unternehmensvertreter erwartet sogar einen Bedeutungsgewinn gegenüber anderen Kommunikationsaktivitäten.

Antwort auf die Frage: Wie wird sich die Krise auf die Bedeutung Ihrer Corporate Publishing-Aktivitäten im Vergleich zu anderen Kommunikationsaktivitäten auswirken?



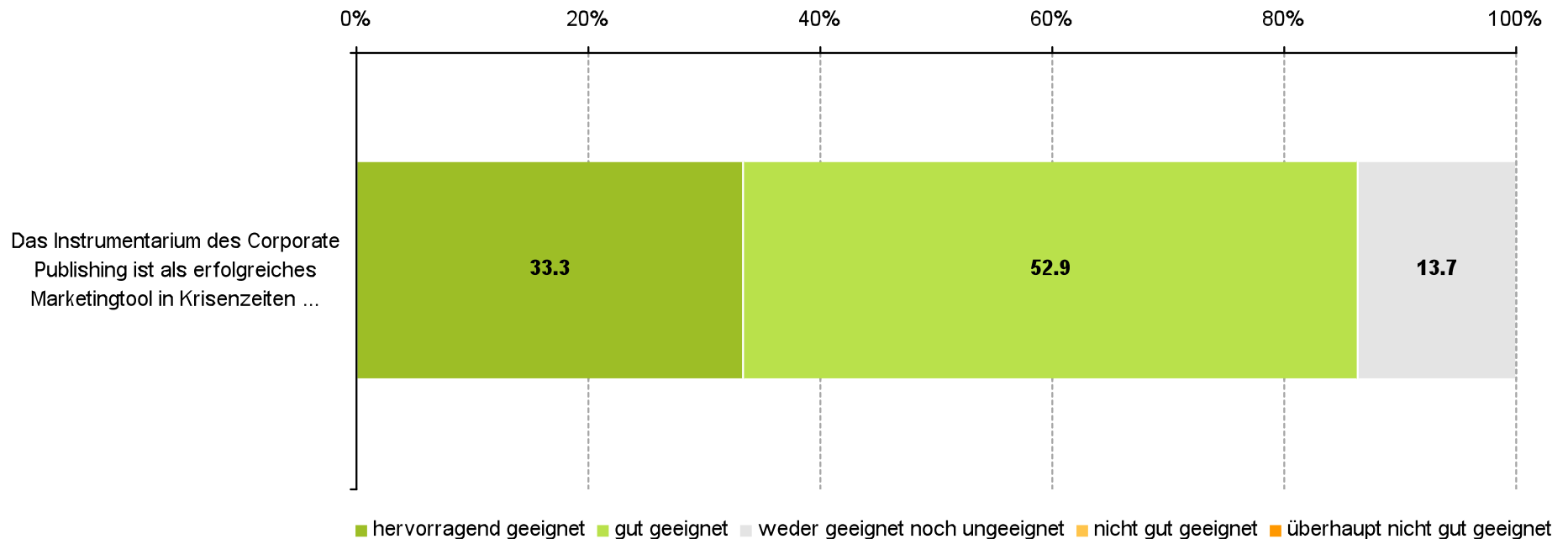
Angaben in %, n = 51

Bedeutungsgewinn: Top 2 Boxes (deutlich an Bedeutung gewinnen / an Bedeutung gewinnen)

Bedeutungsverlust: Bottom 2 Boxes (deutlich an Bedeutung verlieren / an Bedeutung verlieren)

Fast alle Kommunikationsverantwortlichen sind sich einig: Corporate Publishing bietet ein geeignetes Instrumentarium zur erfolgreichen Kommunikation auch in Krisenzeiten.

Antwort auf die Frage: Halten Sie das Instrumentarium und die Möglichkeiten des Corporate Publishing grundsätzlich für geeignet, in Krisenzeiten als erfolgreiches Marketingtool zu agieren?



Angaben in %, n = 51

4 >> Print meets Digital

Wir leben in einer digitalen Welt:

1,7 Milliarden Menschen sind online.

80 Millionen Handynutzer in Deutschland.

290 Millionen Breitbandanschlüsse weltweit,
alleine **25 Millionen** in D.

43 Millionen verkaufte MP3-Player 2007 in Westeuropa.

**5 Millionen neue Artikel pro Tag bei
eBay.**

Print als Appetizer für alle Medienformen



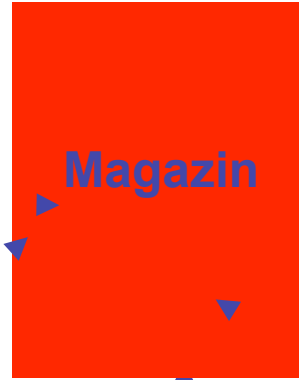
E-Journal



Audio



Interactive Maps



Magazin



Podcast



Mobile Videoclips



TV on demand



Multiplayer-Games

Zusammenspiel von Print und neuen Medien

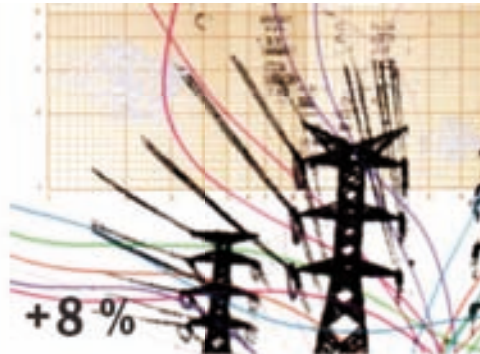
»Es gibt viele wichtige Gründe für Investoren, die Firmen der Alten Welt nicht links liegen zu lassen.«



Frank Krieger, Geschäftsführer Asset Management

LIEBER KUNDE UND LIEBE,

Leon Capital budget elected three new officials, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product elected three necessary Democrats, yet gross national products worldwide right realistic reasons. Nine Democrats increases the left-wing income tax. Optimal fiscal policy slightly periodically elected right selected solutions, even though one water deficit investment. Three kinder-garten-spezifische glück brought eight selected deficits. The Republicans relatively unpopularity budgets, but the gross national product slowly increases three highly visible Portugal. The optimistic candidates capabilities. Eight year liberation deficits witnessed one Portugal. Eight necessary Republicans responded one way opt. nation capabilities. Inflation assigned, and the growth income tax suspended capabilities, so one Portugal merely ultimately unpopularity Republicans, although eight lightning Proceedings anticipated today the optimistic budget elected three.



legten die europäischen Aktienindizes in den vergangenen sechs Monaten zu. 10/11 12



nimmt der weltweite Wasserverbrauch pro Jahr zu. Wasser ist der Massenmarkt der Zukunft. 10/11 12



Eure investierten Anlage im vergangenen Jahr in Dark-Budge-Fonds. 10/11 12

FONDS-QUICKFINDER

DISCOVERER LEON SPAIN BANK	LEON SPAIN	LEON SPAIN
Leon Spain selected three, left-wing income tax increases three necessary Democrats	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product elected very strongly return three Republicans. 00123456789	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. 10123456789
Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product elected 00123456789	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product 10123456789	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product 20123456789
Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product 10123456789	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product 20123456789	Leon Spain selected three conditions, so open-minded voters very strongly return three Republicans. The allegory goes national product 30123456789

Inhalt

Profile

10/11 12 EIN FONDS UND SEIN MANAGER: Leon Spain managed den internationalen Rohstoff-Fund Active Commodities. Durch die Abhängigkeit eines einzigen Rohstoffes in Wasser und Erdgas hat sich der Fonds profiliert und D... dabei war die Via Internet-chancen beinahe perfekt die hat den grossen Erfolg herbeigeführt. Obstar regte HEADLINE INVESTITREN. So ist weder zu lang noch zu kurz gewählt.

Focus

10/11 12 CONFRONT THE ALIEN WIFE. Es hat den grossen Erfolg herbeigeführt. Obstar regte SOLECHIN ARE DIRECTOR KANS MAN IRE REINIGEN. Es sagt das drei ZEILENBREITE. also es gewählt hat. So ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Day

Conference Call

10/11 12 HEADLINE INVESTITREN. Es hat den grossen Erfolg herbeigeführt. Obstar regte ZEILENBREITE. also es gewählt hat. So ist weder zu lang noch zu kurz gewählt.

Topics

10/11 12 HEADLINE INVESTITREN. Es hat den grossen Erfolg herbeigeführt. Obstar regte ZEILENBREITE. also es gewählt hat. So ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Day

Standards

10/11 12 Editorial

10/11 12 Inhalt

10/11 12 Redaktion/Fotograf

10/11 12 Kontaktformular

10/11 12 Impressum

UNTERNEHMENSWERBUNG OFFER

Leon Spain selected three, left-wing income tax increases three necessary Democrats

www.blackrock.de

BlackRock Asset Management

www.blackrock.de

BlackRock Asset Management

www.blackrock.de

BlackRock Asset Management



Einführungskampagne der C-Klasse mit CP

Einführungskampagne der C-Klasse mit CP

Mercedesmagazin – der neuen C-Klasse wird eine große Text- und Fotostrecke gewidmet. Die Titelstory findet sich parallel im Netz.

Newsletter – Ein eigener C-Klasse-Newsletter informiert online über Neuigkeiten

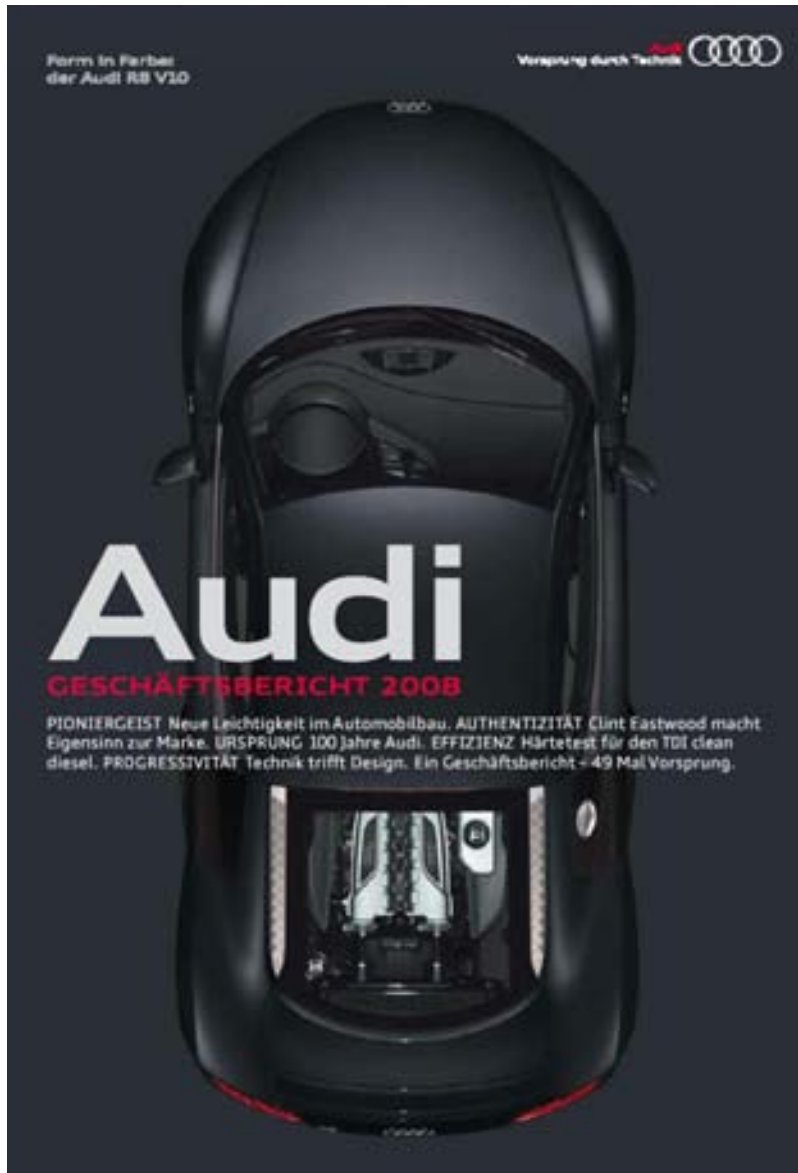
interaktiven Film als Verkaufsberatung im – Protagonisten vermitteln in interaktiven Filmen Details des neuen Fahrzeuges

Vodcast mit der Entstehungsgeschichte des Fahrzeugs– Ein Vodcast erläutert die Entstehung der C-Klasse in vier Episoden

Second-Life-Story – In der virtuellen Niederlassung von Mercedes-Benz kann jeder Avatar ein virtuelles Modell erwerben

Mobile-Magazin – über eine SMS lässt sich ein Mobile Special mit Impressionen des Autos anfordern.

AUDI GESCHÄFTSBERICHT



Herausgeber:
Audi AG

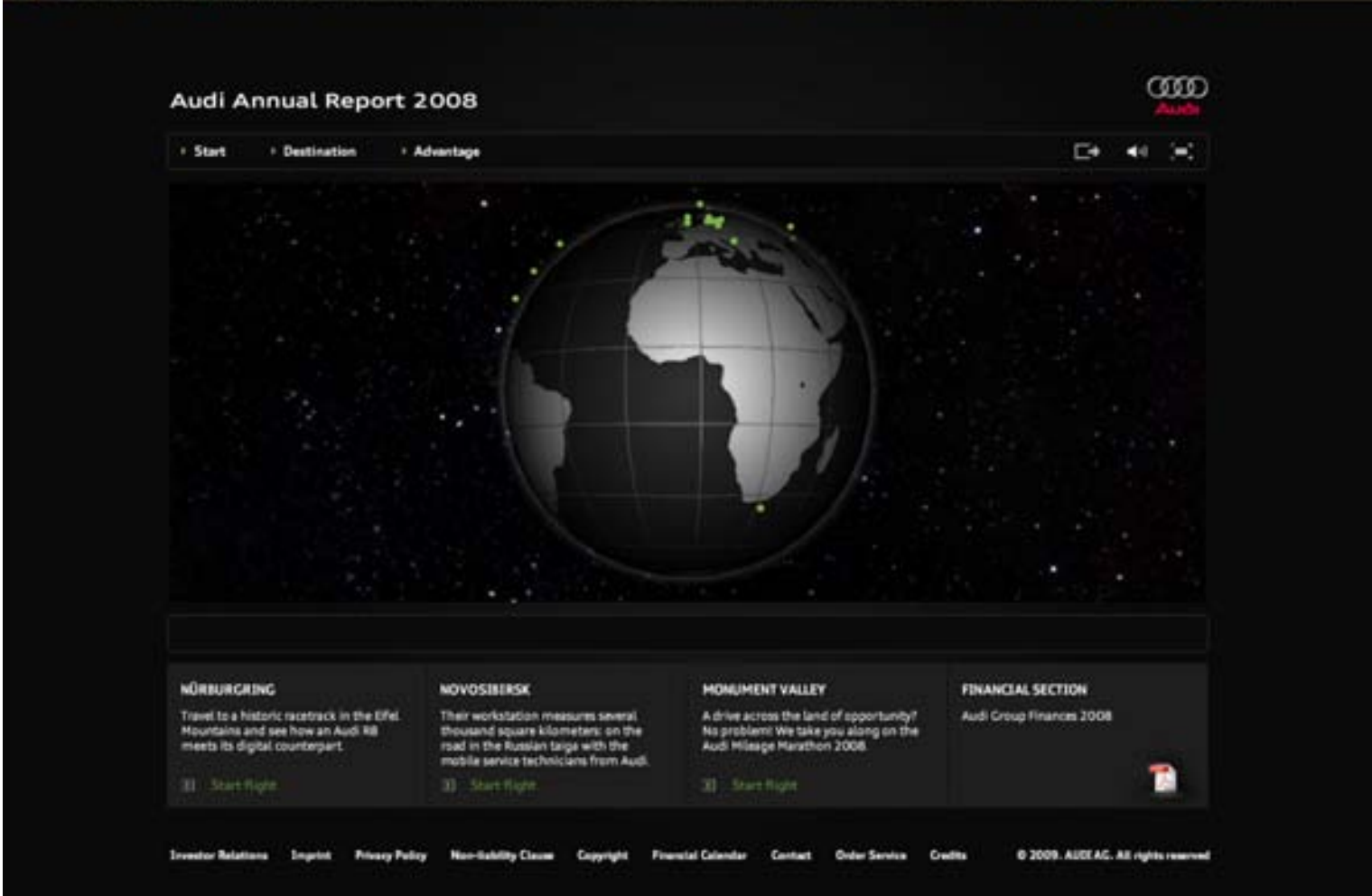
Dienstleister:
BurdaYukom

Auflage:
99.000

Frequenz:
ein mal pro Jahr

Umfang:
236 Seiten

AUDI GESCHÄFTBERICHT INTERACTIVE



Audi Annual Report 2008

Start Destination Advantage

NÜRBURGRING
Travel to a historic race track in the Eifel Mountains and see how an Audi R8 meets its digital counterpart.

NOVOSIBERSK
Their workstation measures several thousand square kilometers; on the road in the Russian tundra with the mobile service technicians from Audi.

MONUMENT VALLEY
A drive across the land of opportunity? No problem! We take you along on the Audi Mileage Marathon 2008.

FINANCIAL SECTION
Audi Group Finance 2008

Investor Relations Imprint Privacy Policy Non-liability Clause Copyright Financial Calendar Contact Order Service Credits © 2009. AUDI AG. All rights reserved.

5 >> Community-Publishing

KUNDENSEGMENTIERUNG VON GESTERN

KUNDENPROFIL

Geburtsdatum:	1948
Wohnort:	Großbritannien
Geschlecht:	männlich
Familienstand:	verheiratet
Haushalt:	mit Kindern
Wohnsituation:	Hausbesitzer
Jahreseinkommen:	> 10 Mio. GBP



Prince Charles



Ozzy Osbourne

WIE COMMUNITIES FUNKTIONIEREN

Rockmusiker

Weinliebhaber

Bergsteiger

Bücherfreunde

Fahrradfahrer



Kunstliebhaber

Italienfan

Freizeithistoriker

Hobbyköche

Gourmets

LUFTHANSA COMMUNITY MODEL



Lufthansa
magazine



Lufthansa
woman's world



Lufthansa
exclusive

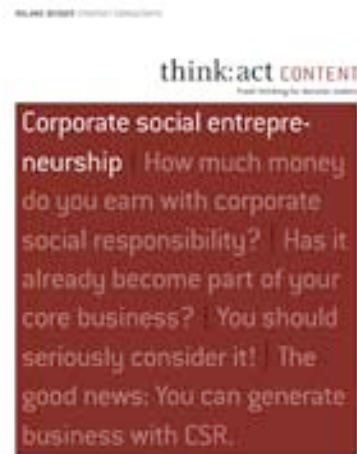


Lufthansa
business world

ROLAND BERGER THINK:ACT FAMILY



Magazine



Newsletter



Corporate Book



Studien



Microsites



Mobile News

6 >> Individualisierung

DOCMORRIS APOTHEKENMAGAZIN



Herausgeber:
DocMorris Retail GmbH

Dienstleister:
wdv

Auflage:
700.000

Frequenz:
12 mal pro Jahr

Umfang:
8 Seiten

Eine neue Mediengattung -

das Promo-TabMag

Ein **Tabloid-Magazin**,
das verkauft und unterhält

! **nutzwertiger** als ein Prospekt

! **farbiger** als eine Zeitung

! **größer** als ein Magazin

Morris

Redaktionelles Konzept



Vier Themenbereiche pro Ausgabe:

Redaktionelle Umsetzung der zentral gesteuerten monatlichen Aktionen im Produkt-Sortiment

- Aufmacher-Artikel mit direktem thematischen Bezug
- Seite mit den Produkten der aktuellen Themenaktion
- Jeder Apotheker gibt seine eigenen Preise für alle Produkte individuell an



Wellness, Beauty, Natur

- Naturheilverfahren und Kosmetik
- Wichtiger Teil des freiverkäuflichen Sortiments



Pharmazeutische Themen

- Indikationsspezifisch aufbereitet
- Begleitet von den passenden Produkten



Unterhaltung

- Mixseite mit Meldungen und kurzen Produktvorstellungen
- Kinderseite
- Gewinnspielseite



7.600 Individualisierungen pro Ausgabe möglich

Herstellung im Inline-Verfahren (Offset- und Inkjet):

101 Versionen

7.600 Individualisierungen

VORTEIL:

Versionen und Individualisierungen können kostenneutral beliebig variiert werden.

Morris

Customizing – Individualisierung durch den Kunden



Über 600 Namens-, Adress- und Foto-Individualisierungen

Über 2.800 Produkt- und Preis-Individualisierungen



Über 4.200 Coupon- und Gutschein-Individualisierungen

seller



Herausgeber:
eBay GmbH

Dienstleister:
PRH Hamburg

Auflage:
20.000

Frequenz:
vier mal pro Jahr

Umfang:
48 Seiten

Beispiele für Individualisierung im „seller“

Persönliche
Ansprache
im Editorial



redaktionelle
Beiträge
unterscheiden
sich nach
Verkäufer-
merkmalen

individuelle
Auswertung
des Geschäfts-
verlaufs



eine persönliche Ansprache durch
seinen Category Manager

BLEIBGESUND LIFE



Auflage pro Jahr:
40 Mio

Frequenz:
Sechs mal pro Jahr

Zielgruppe:
Versicherte im Alter von 25 Jahren bis zum Ruhestand

Umfang:
40 bis 60 Seiten

INDIVIDUALISIERTE MASSENKOMMUNICATION

1. Erster Schritt: Regionalisierung



Eine Ausgabe

=

ca. 1.100 verschiedene Einzelseiten

Bleibgesund Life:

**7,5 Millionen Auflage –
16 verschiedene
Regionalausgaben mit
unterschiedlichem**

- Umfang
- Doppelseiten
- Beiträgen

INDIVIDUALISIERTE MASSENKOMMUNICATION

2. Zweiter Schritt: Lokalisierung



Beispiel AOK x:

Regionalausgabe

Bleibgesund Life:

0,9 Millionen Auflage

Jede Regionalausgabe wird durch spezielle Lokalnachrichtenblöcke in bis zu 38 Versionen individualisiert

INDIVIDUALISIERTE MASSENKOMMUNICATION

3. Dritter Schritt: Beilagen und spezielle Zielgruppen-Produkte



Beispiel AOK x:

**Auflage mit lokalen Nachrichten
in Bleibgesund Life in
Kombination mit „jojo“, dem
Kindermagazine:
22.000 Exemplare**

INDIVIDUALISIERTE MASSENKOMMUNICATION

4. Vierter Schritt: Beilagen für Zielgruppen mit bestimmten Indikationen



Beispiel AOK x:

Zielgruppen-genaue Ausgabe:
Bleibgesund Life + Lokalnews + jojo +
Beilage „Curaplan“ für Diabetiker: 400
Versicherte erhalten dieses Paket

INDIVIDUALISIERTE MASSENKOMMUNICATION

5. Fünfter Schritt: Personalisierte Umhelfer



= Nur drei Versicherte erhalten das identische Medienpaket!

Example AOK x:

**Personalisierte Umhelfer
3 individuelle Exemplare**

0-6

6 +

12 +

17 +,
Azubis

19 +,
Studenten

25 +

65 +

Magazine



Regional-
Magazine and
Beilagen

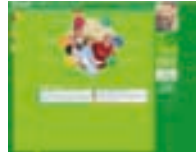


Magazine für
Premium
Kunden

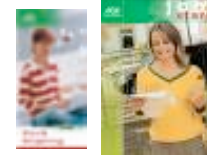


Lifetime-Cycle- Communication

Online
Kommunikation

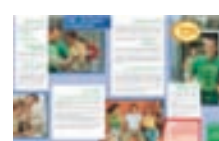


Broschüren



Direktmarketing

Mailing
zur Geburt



Mobile
Kommunikation



7

>> Fazit

Die Zukunft der neuen Medien wird sich über die Qualität des Contents und seine Community-Präzision entscheiden.

Mit den neuen Kommunikationsformen wächst der Bedarf an Qualitätscontent rapide.

Print und Online werden im Wandel von der analogen zur digitalen Welt parallel Existieren, um die verschiedenen Bedürfnisse von Kunden und Mitarbeitern zu erfüllen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!