

unsere Markenwerte „Nähe, Stärke, Vertrauen“ wirksam transportieren.

CP MONITOR: Ihr Magazin wurde mehrfach national und international ausgezeichnet. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Dietmar Seidel: Ich denke, dass die gerade skizzierte Form der Zielgruppenansprache ein maßgeblicher Bestandteil davon ist. Zur Qualität der HEIDELBERG NACHRICHTEN tragen aber auch die vielen verschiedenen journalistischen Darstellungsformen bei. Wir machen ja schließlich kein Sammelsurium quasi-wissenschaftlicher Aufsätze, sondern publizieren ein im wahrsten Sinne des Wortes „lesenswertes“ Magazin. Dazu gehört eine entsprechende Heft-Dramaturgie, in der pfiffige oder augenzwinkernde Headlines ebenso Platz finden sowie eine großzügige Bebilderung. Zur Bebilderung verwenden wir im Übrigen fast ausschließlich Originalfotos, die zusammen mit den Reportagen aus den verschiedensten Nationen ein „Live“-Gefühl vermitteln. Dieses gleichsam nutzbringende wie unterhaltende Portfolio scheint bei den Juroren ganz gut anzukommen. Auf jeden Fall hat es die HEIDELBERG NACHRICHTEN zur erfolgreichsten Publikation unserer Branche gemacht.

CP MONITOR: HEIDELBERG NACHRICHTEN erscheinen bereits seit 1930. Welchen Anspruch hatte das Magazin damals und welchen heute?

Dietmar Seidel: Auch auf die Gefahr hin, dass ich jetzt altbacken wirke: Der 1930 definierte Anspruch, den Lesern „Anregungen und Ratschläge für fortschrittliche Drucker“ an die Hand zu geben, gilt auch heute noch. Womöglich gilt er heutzutage sogar mehr

denn je. Denn unsere Branche ist von den Auswirkungen der Finanzkrise hart getroffen worden, und das bedeutet: Viele unserer Kunden können effizienzsteigernde Anregungen und Ratschläge wirklich gut brauchen. Wir tun unser Bestes, um diesem Bedarf mit jeder neuen Ausgabe gerecht zu werden.

CP MONITOR: Seit über sechs Jahren produzieren Sie die HEIDELBERG NACHRICHTEN zusammen



Dietmar Seidel,

45, begann seine journalistische Laufbahn bei der WAZ-Gruppe in Nordrhein-Westfalen. Schon vor dem Studium der Publizistik, Anglistik und Politologie war er für die WAZ als Fester Freier und Pauschalist im Einsatz. Nach Abschluss des Studiums mit Schwerpunkt Unternehmenskommunikation absolvierte Seidel ein Volontariat bei der heutigen Evonik Industries AG, Essen, bevor er zu ABB, Mannheim, wechselte und dort im Jahre 1997 die Leitung des Mitarbeitermagazins KONTAKT übernahm. 1999 kam er als Leiter Corporate Publishing zur Heidelberger Druckmaschinen AG.

Die Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) ist mit ihren Bogenoffset-Druckmaschinen einer der international führenden Lösungsanbieter für die Printmedien-Industrie. Der Name Heidelberg steht weltweit für Spitzentechnologie, Topqualität und Kundennähe. Das Kerngeschäft des Technologiekonzerns umfasst die vollständige Prozess- und Wertschöpfungskette der Formatklassen 35 x 50 cm bis 121 x 162 cm im Bogenoffsetdruck.

HEIDELBERG NACHRICHTEN

Erscheinungsweise: 2 x p.a.

Umfang: Ø 56 – 64 Seiten

Auflage: 110.000 Exemplare

Sprachen: Deutsch, Englisch, Spanisch und Französisch

Direktversand über die Vertriebsgesellschaften in 120 Ländern

 www.heidelberg.com

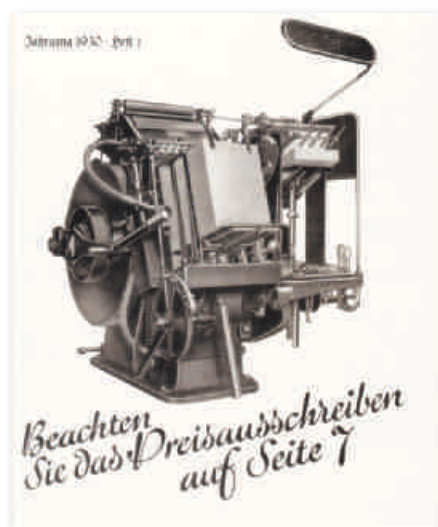
mit Signum communication. Was hat sich durch die Zusammenarbeit verändert?

Dietmar Seidel: Wir haben das Redaktionskonzept radikal umgebaut. Was zuvor monothematisch war, kommt nun viel abwechslungsreicher daher – und trifft die Zielgruppen dennoch. Das lässt sich an der Rubrizierung ablesen: In „Profile“ porträtieren wir erfolgreiche Kunden und zeigen dadurch anderen Druckereibetrieben auf der Welt, welche Geschäftsmodelle sie mit welcher Druckmaschine in die Praxis umsetzen können. „Lösungen“ ist eher für die technisch Interessierten, die wissen wollen, wie neue Heidelberg-Produkte funktionieren und welchen Nutzen sie davon haben. „Innovationen“ machen den Leser mit Wissenswertem aus der gesamten Printmedien-Branche bekannt. „Chancen“ thematisiert vor allem betriebswirtschaftliche Aspekte; liefert also Futter für die Management-Ebene. „Perspektiven“ wartet mit der ein oder anderen originellen Branchen-Anekdote auf, während „Tipps & Tricks“ dem Drucker an der Maschine konkrete Hilfestellung zu den unterschiedlichsten Anwendungsproblemen leistet. Durch dieses funktions- und länderübergreifende Informationsangebot wollen wir den Gedanken einer „Heidelberg Community“ fördern. Und da die Kollegen von Signum communication inzwischen genau wissen, wie diese Community „tickt“, ist die Zusammenarbeit sehr fruchtbar.

CP MONITOR: Wir leben im Zeitalter der Medienkonvergenz. Neben der gedruckten Version erscheinen die HEIDELBERG NACHRICHTEN auch als E-Paper. Wie wird die Online-Version angenommen?

Dietmar Seidel: Als Druckmaschinenhersteller bewegen wir uns natürlich primär in der Welt der Printmedien. Daher fragen unseren Zielgruppen letztendlich immer nach der gedruckten Version. Wir stellen aber fest, dass das E-Paper hervorragend als „Appetizer“ funktioniert: Fast alle unsere Neu-Abonnenten haben sich vor Anforderung der gedruckten Fassung zunächst das E-Paper angeschaut. Ohnehin kommen die mit Abstand meisten Abos über unsere Website herein. Außerdem erfreut sich unser elektronischer Kunden-Newsletter HEIDELBERG ONLINE wachsender Beliebtheit: Die Leser nutzen dieses Angebot, um sich zwischen den Erscheinungsrhythmen der gedruckten HEIDELBERG NACHRICHTEN auf dem Laufenden zu halten. So ergänzen sich Print und Online ideal.

Das Gespräch führte
Beatrice Monington West



HEIDELBERG NACHRICHTEN, Erstausgabe aus dem Jahr 1930