

Inflight- und Flughafen-Medien starten durch

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Corporate Publishing-Sektor ist derzeit ein wohlthuender Lichtblick im ansonsten eher trüben Medien-Business. Zu diesem Ergebnis kommt die kürzlich erfolgte Jahresumfrage des Branchenverbands Forum Corporate Publishing (FCP). Die 96 FCP-Mitglieder freuen sich trotz der Krise über zweistellige Wachstumsraten – und das zum sechsten Mal in Folge. Die hohe Bedeutung des Corporate Publishing-Marktes dokumentiert auch die Studie des Europäischen Instituts für Corporate Publishing, wonach allein im deutschsprachigen Raum rund 2,2 Milliarden Euro in rund 15.000 Corporate Publishing-Produkte investiert werden.

Mit unserem Online-Portal www.cp-monitor.de begleiten wir diesen aufstrebenden Markt seit fast fünf Jahren. Künftig werden wir auch mit dem neuen Magazin CP Monitor für weitere Begleitmusik sorgen. Die erste Ausgabe widmet sich – ganz im Sinne des „Aufsteigens“ – dem Bereich der Inflight-Magazine und der Flughafen-Kundenzeitschriften. Dieses Marktsegment hat sich in den vergangenen Jahren ausgesprochen positiv entwickelt und steht für einen sehr aktiven und zugleich zukunftsorientierten Sektor.

Lufthansa-Marketing-Chef Herbert Frach erklärt im Interview die Aufgaben und Ziele der unterschiedlichen Kundenzeitschriften seines Hauses. Ludger Wibbelt, Geschäftsführer Nielsen Media Research, analysiert die Werbeinvestitionen in die Mediagattung und sieben Experten führender Mediaagenturen definieren die Funktion und die Einsatzmöglichkeiten von Inflight-Magazinen bei der Mediaplanung. Lutz Glandt, langjähriger Verlagsmanager und heute Mitglied des Bereichsvorstandes Brief Deutschland Deutsche Post DHL AG, stellt die Bedeutung von Corporate Publishing in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise dar.

Eine ebenso informative wie anregende Lektüre wünschen



Peter Strahlendorf,
Verleger & Herausgeber



Beatrice Monington West,
verantwortliche Redakteurin



Informationsvielfalt über den Wolken, Seite 12



Infotainment am Flughafen nimmt zu, Seite 28

06 CP Trends

Titelthema

12 Inflight-Medien: Informationsvielfalt über den Wolken
Flugpassagiere sind eine interessante Zielgruppe, die sich mit dem Zeitschriften-Portfolio an Bord beschäftigen.

„Zielgruppen noch stärker segmentieren“

18 Interview mit Hubert Frach, Marketingleiter Deutsche Lufthansa AG, über die Kundenbindungsmaßnahmen der Airline

Inflight-Magazine liegen im Trend der Kundenbindung

20 Ludger Wibbelt, Geschäftsführer Nielsen Media Research, über Inflight-Magazine als Werbemittel und Werbeträger

Qualität erhöht Planungsrelevanz

21 CP Monitor fragte Mediaagenturen nach der Bedeutung von Inflight-/Kundenmagazinen in der Mediaplanung

Flughafen-Medien:

28 Mehr als nur ein Kundenbindungsmittel
Die Faszination Fliegen gibt es nicht nur über den Wolken, sondern auch auf dem Boden: Flughäfen sind ein Anziehungspunkt für Reisende und Flugbegeisterte

CP Markt

34 Corporate Publishing ist ein Milliardenbusiness
Europäisches Institut für Corporate Publishing (EICP) untersucht CP-Markt
35 6. FCP-Jahresumfrage: CP-Markt erneut mit zwei-stelligem Wachstum

Zielgenaue Kommunikation mit Kundenmedien

36 Interview mit Michael Höflich, Geschäftsführer FCP, zur Entwicklung der Kundenmagazine im deutschsprachigen Raum

Interne Kommunikation

38 Schuld ist nur der „Homo Oeconomicus“
Torsten Oltmanns, Partner bei Roland Berger Strategy Consultants, über Change Management

Mitarbeiter als Markenbotschafter

40 CP Monitor fragte CP-Dienstleister und -Verlage zur Bedeutung von Mitarbeiterkommunikation

44 CP Panorama

Redaktionssysteme

48 Neue vjoon K4- Version mit Funktionsinnovationen
Redaktionssystem kompatibel mit Adobe Creative Suite 4
49 WoodWing Enterprise 6 ist verfügbar
Neue Version mit Funktionen für Publikationen im Web

Ab jetzt mit System!

50 Hans-Jürgen Moers, Geschäftsführer muehlhaus & moers kommunikation, über den Einsatz von Redaktionssystemen

Passgenaue Instrumente statt teurer Programme

51 Meike Hebestreit, Geschäftsführende Gesellschafterin Das AMT, zur Wahl des passenden Redaktionssystems

Logistik

52 International Mail Net sieht die Krise als große Chance
53 TNT
53 Prime Mail

Corporate Publishing in Zeiten der Wirtschaftskrise

54 Lutz Glandt, Mitglied des Bereichsvorstandes Brief Deutschland im Konzern Deutsche Post DHL,...

55 CP Köpfe
57 Bücher/Studien

Hamburger Erkenntnisse: Vom Wachstum in die Reifephase

59 Interview mit Thomas Schmitz, Geschäftsführer schmitz-komm.de, zum Euroforum Seminar Kundenzeitschriften

61 Save the date...
62 Awards 2009
53 Impressum