

▶ **„Can Do“**

Herausgeber des Kundenmagazins „Can Do“ ist der Mobilfunkanbieter o2 (Germany), München. Das vier Mal im Jahr erscheinende Magazin hat eine Auflage von zwei Millionen Exemplaren und wird produziert von CP-Dienstleister BurdaYukom, München.



... [mehr](#) ▶

▶ **„Mobile.multimedia.Guide“**

Mit dem Supplement „Mobile.multimedia.Guide“ gehen T-Mobile Deutschland, Bonn, und Gruner+Jahr, Hamburg, neue Wege bei der Präsentation von innovativen Mobilfunktechnologien und -produkten.



... [mehr](#) ▶

▶ **„easy mobile“**

Vier Mal im Jahr erscheint das B-to-C Magazin „easy mobile“ aus der Feder von corps. Corporate Publishing Services, Düsseldorf. Herausgegeben wird das 24 Seiten umfassende Magazin von der mobilcom AG, Büdelsdorf.



... [mehr](#) ▶

▶ **Mobilfunk-Kundenmagazine - Ein Markt im Wandel**

Lange Zeit konnte der Mobilfunkmarkt beneidenswerte Zuwachszahlen verzeichnen, von denen andere Wirtschaftszweige nur träumten. Bei der Wahl der Anbieter zählte aus Kundensicht die Empfangbarkeit als oberstes Kriterium. Das Anbieter-Quartett, bestehend aus T-Mobile, Vodafone, E-Plus und o2, teilte sich sozusagen stillschweigend den Markt, sprich die Kundennachfrage, auf. Aus dem netten Nebeneinander der Mobilfunkanbieter ist nun aber ein harter Konkurrenzkampf entfacht, der in den letzten drei Monaten noch getoppt wurde durch den Launch der neuen E-Plus-Marken 'Simyo' und 'Base'. Seitdem regiert auch hier das Discount-Prinzip, welches den gesamten Telekommunikationsmarkt aus den gewohnten Bahnen werfen wird. Denn naheliegend ist, dass die anderen nachziehen werden.

Mobilfunk-Magazine

Mobil-funkanbieter	Titel	EW	Auflage
T-Mobile	Mobile.multimedia.Guide	1 x p.a.	7 Mio
o2	Can Do	4 x p.a.	2 Mio.
E-Plus	hello	4 x p.a.	1,1 Mio.
MobilCom	easy mobile	4 x p.a.	550.000
o2	elements (B-to-B)	3 x p.a.	15.000
Vodafone	megazin (B-to-B)	4 x p.a.	5.000

Quelle: eigene Recherche

... [mehr](#) ▶

Schutz für Ideen

DER
TITELSCHUTZ
ANZEIGER

▶ **,elements'**

Drei Mal jährlich erscheint das B-to-B Magazin ,elements' von o2 (Germany), München. Das Magazin für Geschäftskunden wird redaktionell betreut von G+J Corporate Media, Hamburg. Der journalistische Heft-Anspruch lautet: Kompetenz ohne Langeweile und viel Nutzwert ohne Werbeflut.

... [mehr](#)

Aktuelles▶ **wdv macht sich stark für Deutsche Rheuma Liga**

Rund zehn Millionen Bundesbürger leiden unter Rheuma. Für diese Zielgruppe ist, neben der ärztlichen Betreuung, ein positiver Umgang mit dem chronischen Leiden von besonderer Bedeutung.

... [mehr](#)

▶ **Erstausgabe von 'Mein Glückstag' noch unter den Erwartungen**

Am 2. September fanden bundesweit drei Millionen Haushalte die erste Ausgabe des kostenlosen, frauenaffinen Magazins 'Mein Glückstag' in ihren Briefkästen. Herausgeber ist der Geschäftsbereich Systemlösungen Dialog & Media der Deutschen Post AG. Der Launch des künftig zehnmal im Jahr erscheinenden, dialogorientierten Gratis-Magazins war bereits im Frühjahr angekündigt worden.

... [mehr](#)

▶ **IT-Kundenzeitschriften-Studie: Verpasste Chancen?**

Firmenzeitschriften sind längst ein fester Bestandteil der B-to-B-Kommunikation. Die Kölner Landscape Gesellschaft für Marketing und Consulting befragte rund 200 IT-Firmen - vorrangig spezialisierte Softwarehersteller - zum Thema Kundenzeitschriften. Darüber hinaus wurden im Rahmen eines Benchmarks 40 exemplarische Unternehmenspublikationen bewertet.

... [mehr](#)

Aktuelles▶ **Technik/Logistik**

Die WAZ Mediengruppe hat sich mit 25 Prozent an der NET-DBS Netzwerk Deutscher Briefservice GmbH, Düsseldorf, beteiligt. Die entsprechenden Verträge zwischen der NET-DBS und der WAZ Mediengruppe wurden in Essen unterzeichnet.

... [mehr](#)

Die Verlage Axel Springer, Georg von Holtzbrinck und WAZ bündeln ihre Aktivitäten auf dem Markt für Postdienstleistungen und gründen gemeinsam mit der Rosalia AG, Luxemburg, ein Unternehmen für die bundesweite Briefzustellung. ... [mehr](#)

▶ **Lesetipps**

Aktuelle Studien belegen: Permission Marketing ist einer der Megatrends der nächsten Jahre. Die Zeiten sind vorbei, als Unternehmen es sich leisten konnten, Werbung zu verbreiten, die keiner beachtet. Deshalb setzen Firmen heute auf den vom Verbraucher erwünschten Dialog. Das ist preiswerter, belästigt niemanden und bringt besseres Image sowie mehr Umsatz. ... [mehr](#)

Kurz und bündig

Der Energiedienstleister envia Mitteldeutsche Energie AG hat den Auftrag für sein Kundenmagazin neu vergeben. In einem Pitch hat sich die Dresdner Agentur Heimrich & Hannot durchsetzen können.

... [mehr](#)

Neil Sartori übernimmt zum 12. September die Leitung der Anzeigenabteilung der beiden Premium-Magazine ,Departures' und ,Centurion' von American Express Europe & Middle East.

... [mehr](#)

Impressum ▶

www.CP-Monitor.de
Portal für Kundenmedien

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16
22041 Hamburg

Redaktion:
Bea Monington West
(bmw)
monington@cp-monitor.de
Fon +49 40 - 60 84 74 45
Mobil 0170 - 963 10 95
Fax +49 40 - 60 84 74 44

Copyright © 2005
All Rights Reserved

Die Kisten müssen vom Hof!

Oberstes Kommunikations-Ziel aus der Sicht von JK, dem Problemlöser für Ihr Sales-Marketing. Beweise: H Sommer-Promotion '03: 44,4% Absatzsteigerung national April-August. mer-Promotion '04: 38% Rücklauf. er-Promotion: 7% Absatzplus in zwei Monaten. pier-Promotion: 23,8% Rücklauf. Was JK für Sie tun kann? Rufen Sie Joachim K. Knollmann an: 0521 9 65 39-10. Er verrät Ihnen mehr über das Erfolgsrezept von JK für Sie.

JK
DIE VERKAUFSSTEIGERUNGSAGENTUR