

Forschung unterhaltsam präsentiert

Als am 16. Juni 2004 die Jury des Wettbewerbs ‚BCP – Best of Corporate Publishing‘ die Besten in der Branchengruppe ‚Gesundheit‘ auszeichnete, waren Barbara Funk-Ott und Frank Richtersmeier, die beiden verantwortlichen Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation von Schering, sichtlich stolz. Immerhin hatte die Jury das Schering-Forschungsmagazin bereits zum zweiten Mal zum besten Kundenmagazin im Bereich ‚Gesundheit‘ gewählt. Unter den 515 eingereichten Kundenmagazinen aller Branchen lag ‚livingbridges‘ sogar auf dem 2. Platz der Gesamtwertung.



Die w&v urteilte damals: „Die Entscheidungsebene mag keine techniklastigen Texte. Information, augenzwinkernd präsentiert, ist oft spannender.“ Dass ‚livingbridges‘ was vom Augenzwinkern versteht, zeigt auch die Zitrone mit Duftlack auf Seite 19. Reibt man an ihr, entfaltet sich ein zarter Zimtduft. Wer jetzt verwirrt ist, liegt richtig: Es geht um Wirklichkeit und Wahrnehmung in dieser Ausgabe.

Doch das Heft – gedruckt und weiterverarbeitet im Druckhaus Berlin-Mitte – kann noch mit mehr Feinheiten aufwarten: So ergibt der partielle Auftrag von UV-Lack

1. Preis in der Branchengruppe Gesundheit: Schering AG (2004)

zusammen mit 2 x Pantone-Leuchtfarbe eine interessante Oberflächenstruktur. Ein Gewinnspiel mit beigehefteter Antwort-Karte und die Möglichkeit, das Magazin mit einer zweiten Antwortkarte kostenlos zu abonnieren oder weiterzupfehlen, sorgen für guten Kontakt mit den Lesern.

Die Macher des Heftes (das Magazin wird in Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Widera/Köln und Magazine

Factory/Hamburg erstellt) beweisen, dass wissenschaftliche Publikationen nicht trocken sein müssen: Ein Inhaltsverzeichnis in Form von Mindmaps, hochwertige Fotos und ein Comic lassen ein Wissenschaftsmagazin entstehen, dass die Konkurrenz am Kiosk nicht scheuen muss. ‚livingbridges‘ ist in Deutsch und Englisch zu beziehen.

www.schering.de

DBM legt Seminarreihe auf

Um Sie bei Ihrer Arbeit mit Ihren Printprodukten noch mehr zu unterstützen, bieten wir eine Seminarreihe für unsere Kunden und Interessenten an. Wir freuen uns, dass wir für das Thema ‚Kundenzeitung‘ Frau Anja König gewinnen konnten. Sie ist Fachwirtin Direktmarketing, Dozentin an der Deutschen Direktmarketing-Akademie und entwickelt und betreut für

zahlreiche mittelständische Unternehmen Kundenzeitungen und Newsletter.

Das eintägige Seminar vermittelt verschiedene konzeptionelle Ansätze, journalistische Inhalte und Produktions- bzw. Vertriebsmöglichkeiten. Gerne können Sie Ihre Kundenzeitung zum Seminar mitbringen.

Termin: 10.5.05 von 9.30 bis 16.00 Uhr
Ort: Druckhaus Berlin-Mitte, Schützenstraße 18, 10117 Berlin – Seminarraum
Kosten inklusive Verpflegung: 40,- € inkl. MWSt

Sie können sich direkt mit dem Antwortfax in dieser Ausgabe bei unserem Vertriebsleiter Herrn Wittfoht anmelden.

BONJOUR

Das Tankstellen-Magazin von TOTAL besteht aus einem 170 g/m² starken Umschlagkarton, der durch eine Cellophanierung veredelt wurde. Die Innenseiten bestehen aus 100 g/m² mattgestrichenem Bilderdruckpapier. Gleichwohl entsteht der Eindruck eines Hochglanzmagazins. Durch die Rückstichheftung mit Ringösen ist das Kundenmagazin auch zum Abheften geeignet.

www.total.de



KLEXER

Das Grundschul-Magazin des Cornelsen Verlages richtet sich an Lehrerinnen und Lehrer und beweist, dass Illustrationen nicht nur Schulbücher auflockern. Bestellkarte und Antwortcoupon sorgen für einen intensiven Kontakt mit der Zielgruppe.

www.cornelsen.de

REISEZEIT

Die Kundenzeitung der Travel Charme Hotel GmbH richtet sich an Gäste und Freunde der Hotelgruppe. Durch die Verwendung des 135 g/m² starken, glänzenden Bilderdruckpapiers ‚Luxomagic‘ entsteht trotz Zeitungsformat ein hochwertiger Gesamteindruck. Die stimmungsvollen Fotos kommen auf diesem Untergrund gut zur Geltung.

www.tc-hotels.com



Leipziger Buchmesse vom 17.-20.3.2005



Am Stand des Cornelsen Verlags Berlin,
Foto: Leipziger Messe GmbH / Uwe Frauendorf

Nach einem erfolgreichen Start im letzten Jahr werden wir auch diesmal auf der Leipziger Buchmesse mit einem Stand vertreten sein. Gemeinsam mit der Berliner Buchbinderei Stein & Lehmann informieren wir Sie über die vielfältigen Möglichkeiten der Buchproduktion in unserem Haus.

Wenn Sie unserem Vertriebsleiter Herrn Wittfoht Ihren Besuch unter hwittfoht@druckhaus-berlin-mitte.de ankündigen, schicken wir Ihnen Ihre persönliche Freikarte für die Leipziger Buchmesse.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Halle 2 Stand C 108. Und weil der heimliche Renner der letzten Buchmesse eigentlich unsere Smarties waren, gibt es natürlich wieder eine süße Überraschung.

Michael Höflich Geschäftsführer Forum Corporate Publishing



Gibt es aus Ihrer Sicht einen Trend bei Kundenmagazinen?

Angesichts der zunehmenden Zahl an Magazinen, die sich an Top-Entscheider im Unternehmen richten, wird die Haptik des Magazins wichtiger. Hier lässt sich ein Trend zu hochwertigem Papier, z. B. ab 150 g/m², erkennen, um die Zielgruppe auf Augenhöhe anzusprechen. Auch Drucklackierung beobachten wir immer öfter. Es gibt allerdings noch einen anderen Trend ...

Und der wäre ...

Die Zielgruppe der Mitarbeiter wird wichtiger. Unternehmen übertragen ihre positiven Erfahrungen mit Kundenmagazinen nun auf Mitarbeiterpublikationen. Zum einen müssen Veränderungen im Unternehmen mit ehrlicher, qualifizierter Information begleitet werden. Zum anderen geht es darum, bei Mitarbeitern größtmögliche Identifikation mit dem Unternehmen zu erreichen. Ich sehe in der Mitarbeiterkommunikation einen Wachstumsmarkt für Corporate Publishing-Dienstleister.

Vielen Dank für Ihre Antwort.



DBM **products**
für Kunden und Partner

Absender



**DRUCKHAUS
BERLIN-MITTE**

Impressum
Druckhaus Berlin-Mitte GmbH
V.i.S.d.P. Henry Wittfoht
Schützenstr. 18
10117 Berlin-Mitte
Tel: 030 - 20 35 32 34
Fax: 030 - 20 35 32 75
www.druckhaus-berlin-mitte.de

Realisation + Text Anja König Unternehmenstexte
Gestaltung Andrea Jaschinski

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt
10831 Berlin BZ 10

Druck ABC

Lackierung Methode zur Veredelung und zum Schutz von Drucksachen. Dabei wird nach oder während des Druckvorgangs ein Lack auf die bedruckten Bögen aufgetragen.

Laminierung Methode zum Schutz oder zur Veredelung von Drucksachen. Dabei wird das Produkt mit einer transparenten Kunststoffolie überzogen.

Laser-Ausdrucke haben gegenüber anderen Druckprinzipien wie z. B. Tintenstrahldrucken den Vorteil, dass sie bezüglich Schrift, Gestaltung und Umbruch der Endausgabe identisch sind.

Kundenberater

Team 1

Angelika Pfistner Tel. 20 35 32 17
APfstner@druckhaus-berlin-mitte.de
Jens Fischer Tel. 20 35 32 25
JFischer@druckhaus-berlin-mitte.de

Team 2

Siegfried Müller Tel. 20 35 32 82
SMueller@druckhaus-berlin-mitte.de
Christian May Tel. 20 35 32 11
CMay@druckhaus-berlin-mitte.de
Miriam Rehahn Tel. 20 35 32 16
MRehahn@druckhaus-berlin-mitte.de

Repro/Digitaldruck

Ines Schorstein Tel. 20 35 32 04
ISchorstein@druckhaus-berlin-mitte.de

Team 3

Christa Schulz Tel. 20 35 32 14
CSchulz@druckhaus-berlin-mitte.de
Ingrid Hartwig Tel. 20 35 32 76
IHartwig@druckhaus-berlin-mitte.de

im Außendienst

Frank Krebs Tel. 20 35 32 39
FKrebs@druckhaus-berlin-mitte.de
Dirk Klein Tel. 20 35 32 71
DKlein@druckhaus-berlin-mitte.de

Vertriebsleiter

Henry Wittfoht Tel. 20 35 32 12
HWittfoht@druckhaus-berlin-mitte.de



Ihre Adresse

Firma Ansprechpartner
Straße PLZ/Ort
Telefon Fax
E-Mail Internet

Ihre Wünsche

- Bitte beraten Sie uns zum Thema Kundenzeitungen
- Wir melden hiermit Personen für das Seminar ‚Professionelle Kundenzeitungen‘ am 10.5.05 an.
- Bitte schicken Sie uns ein Angebot für unsere Kundenzeitung
 - A 4 A 5 anderes Format mm x mm

	Umschlag	Innenseiten
Auflage
Seitenzahl
Papiersorte
Grammatur
Farben / farbig <input type="checkbox"/> 4c/Euroskala <input type="checkbox"/> Lack (vollflächig) <input type="checkbox"/> Lack (partiell) / farbig <input type="checkbox"/> 4c/Euroskala <input type="checkbox"/> Lack (vollflächig) <input type="checkbox"/> Lack (partiell)
Sonderfarben
Veredlung	<input type="checkbox"/> UV-Lack <input type="checkbox"/> Cellophanierung	<input type="checkbox"/>
Weiterverarbeitung	<input type="checkbox"/> Rückstichheftung <input type="checkbox"/> Klebebindung	<input type="checkbox"/> Hardcover
Versand	<input type="checkbox"/> Frei Haus <input type="checkbox"/> Abholung	<input type="checkbox"/> Direktversand an Empfängerliste

Ihre Mitteilungen

- Wir möchten die ‚products‘ regelmäßig erhalten.
- Wir möchten die ‚products‘ nicht mehr lesen.
- Bitte schicken Sie die ‚products‘ auch an
- Unsere Adresse hat sich geändert (siehe oben)
-