

Inhalt

Einleitung.....	7
1 Definition.....	15
2 Funktion.....	23
2.1 Das Image verbessern	24
2.2 Die Kunden binden	25
2.3 Zuständigkeit im Unternehmen.....	28
3 Markt.....	33
3.1 Kundenzeitschriften historisch.....	33
3.2 Marktdaten	34
3.3 Finanzierung und Kosten	41
3.4 Refinanzierungsmöglichkeiten	47
3.5 Ökonomische Bedeutung	50
3.6 Mediendienstleister	51
3.7 Branchen.....	55
4 Trends	61
4.1 Kundenzeitschriften mit TV-Programm.....	61
4.2 Corporate Books	64
4.3 Crossmedia und Internet	67
4.4 Couponing.....	71
4.5 Absatzförderung.....	73
5 Fallstudien	89
5.1 Bäckerblume.....	89
5.2 Centaur.....	92
5.3 Lufthansa Magazin.....	96
5.4 think:act.....	100
5.5 t-mobile life	103
5.6 The Mini International	107

6	Erfolg	111
6.1	Kampf um die Aufmerksamkeit	112
6.2	Leserakzeptanz als Schlüssel zum Erfolg	112
6.3	Bekanntheit und Nutzung	114
6.4	Erfolgsfaktor journalistische Qualität	118
6.5	Guter Journalismus ist der beste Verkäufer	121
6.6	Zielgruppengerechte Themenwahl	122
6.7	Visuelle Gestaltung	128
6.8	Wirkung und Kontrolle	134
7	Praxis	141
7.1	Gründe für eine Kundenzeitschrift	141
7.2	Konzeption	146
7.3	Redaktionelle und grafische Umsetzung	155
7.4	Vertrieb und Administration	184
7.5	Kostenmanagement und Honorare	187
8	Beruf	191
	Glossar	199
	Literatur	203
	Index	210