

# Expertenbeitrag

## Marketing setzt auf Magazine





**Autor**  
**Dr. Beat Schaller**

[schaller@infel.ch](mailto:schaller@infel.ch)  
[www.infel.ch](http://www.infel.ch)

«Leser von Kundenmagazinen verleihen einer Marke mehr Appeal.»  
Dr. Beat Schaller, Agenturleiter Infel AG und Vorstand Schweiz im Forum  
Corporate Publishing.

### **Corporate Publishing**

**Laut einer britischen Studie steigern Kundenzeitschriften den Markenwert - vorausgesetzt, die journalistische Qualität stimmt.**

Die neuste Studie der britischen Association of Publishing Agencies misst die Wirksamkeit von Kundenmagazinen auf Unternehmensmarken. Sie untersucht das Verhältnis von Kunden zu verschiedenen Ebenen einer Marke - namentlich auf Markenwerte wie Awareness, Akzeptanz, Appeal und Affinität. Im Vergleich zur Kontrollgruppe zeigen britische Leserinnen und Leser von 25 untersuchten Kundenzeitschriften:

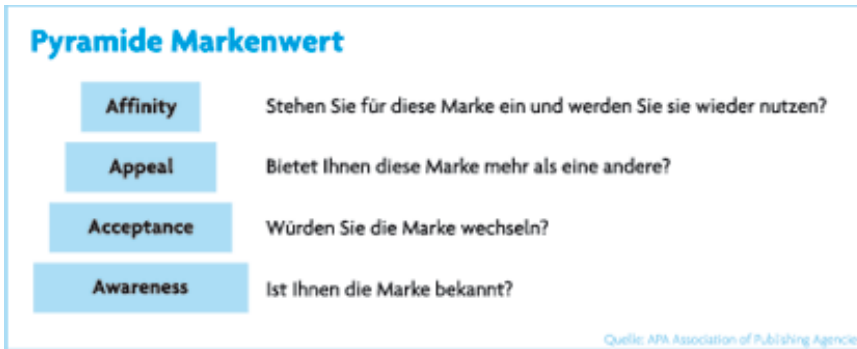
- eine höhere Awareness
- (plus 7 Prozent), das heisst, wer ein Magazin erhält, dem ist die Marke häufiger bekannt;
- eine höhere Akzeptanz
- (plus 15 Prozent) - im Klartext: Wer Kundenmagazine liest, wechselt die Marke seltener.

Mehr noch: Leserinnen und Leser von Kundenmagazinen verleihen einer Marke mehr Appeal (plus 16 Prozent). Sie sagen also häufiger aus, dass ihnen eine Marke mehr als eine höhere Affinität zur Marke an (plus 15 Prozent). Die Kunden, die Magazine lesen, stehen für diese Marke häufiger ein und werden diese auch häufiger wieder nutzen. Genau das ist für viele Unternehmen matchentscheidend.

### **Hoher Qualitätsstandard**

Dass Unternehmensmagazine die Markenwerte auf verschiedenen Stufen der Pyramide steigern, setzt einen hohen Qualitätsstandard der Publikationen voraus.

«Immer mehr britische Unternehmen wählen spezialisierte Agenturen in Corporate Publishing aus, die sich auf ihre Kernkompetenzen Journalismus, Gestaltung und Produktion konzentrieren», konstatiert Amanda Lintott von der Mintel Group Ltd. in London. Auch hier zu Lande investieren Unternehmen häufiger in journalistisch aufbereitete Kundenmagazine. Professionelles Corporate Publishing rückt also stärker ins Bewusstsein der Marketingleiter und führt zu einem erfolgsorientierten Schulterschluss: Marketing setzt auf Marken, setzt auf Magazine.



Legende: Signifikant höhere Markenuneigung bei Lesern von Kundenmagazinen.

Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint).

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)