Die Kundenzeitung – das perfekte Instrument für die professionelle Kundenkommunikation

Kunden sind heute anspruchsvoll wie auch kritisch und sie wollen über Produkte und Dienstleistungen detailliert informiert werden. Das ist mit einer reinen Werbebotschaft heute nicht mehr möglich.

Eine Kundenzeitschrift stellt deshalb ein hervorragendes Instrument dar, mit Kunden in Kontakt zu treten und ist dabei gleichzeitig eine hochwertige Visitenkarte des Unternehmens.

Doch welche Vorteile bringt eine eigene Kundenzeitschrift?

Mit einer Kundenzeitschrift können Firmen Kunden und Interessenten anschaulich erläutern, was ihnen Besonderes geboten wird, worin die Vorteile gegenüber anderen Angeboten liegen. Die Leistungspräsentation durch ein Kundenmagazin bietet die Möglichkeit, sich von der **Konkurrenz abzuheben** und sich zu **positionieren**.

Firmeninterne Ereignisse sowie Projektbeispiele und **Praxisberichte**, welche das Leistungsspektrum des Unternehmens präsentieren, lassen sich einfach kommunizieren und vorstellen. So können vielfältige Informationen über das Unternehmen verbreiten werden.

Außerdem können Botschaften zielgruppenspezifisch formuliert und an speziell ausgewählte Adressaten versandt werden – dies ist ein großer Vorteil im Vergleich zu anderen Werbemaßnahmen.

Eine Kundenzeitung kann über vielerlei Kanäle verbreitet werden. Man kann sie per Post an Interessenten schicken, auf Messen verteilen oder beispielsweise im eigenen Geschäft oder Büro auslegen. So kann diese Art der Marketingaktivität als Instrument der **Neukundengewinnung, v**or allem aber der **Kundenbindung** genutzt werden.

Darüber hinaus erhöht man durch die Ausgabe von Kundenzeitschriften seinen eigenen **Bekanntheitsgrad**, denn mit einem Kundenmagazin betreibt man gezielte Öffentlichkeitsarbeit. So können Sie eine vertrauensbildende Geschäftsbeziehung schaffen. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Firmenstärken zu präsentieren und somit Ihre Corporate Identity zu unterstreichen.

Vor allem in der heutigen Zeit des Internets muss man auch online immer aktuell sein. Die **Printversion** einer Kundenzeitschrift kann auch elektronisch genutzt werden und so beispielsweise per E-Mail versandt, als News oder als

Kundenzeitungen eignen sich für viele Branchen

Download auf die eigene Website gestellt oder auf den gängigen Internetportalen wie Facebook oder Xing zum Download bereit gestellt werden.

Ein weiterer interessanter Vorteil einer Kundenzeitung besteht darin, dass die dort vorgestellten Praxisbeispiele und Referenzen katalogisiert werden und somit themenbezogen bei Anfragen oder Angeboten als **Referenz** genutzt werden können.

Des Weiteren können Kundenmagazine auch zur **internen Kommunikation** eingesetzt werden. Durch die Mitarbeit an der Kundenzeitung werden die Angestellten motiviert und weiter in das Unternehmen integriert.

Die Vorteile einer Kundenzeitung im Überblick:

- Abgrenzung zur Konkurrenz & Positionierung
- Kommunikation firmeninterner Ereignisse
- Präsentation von Projektbeispielen
- Vielerlei Einsatzmöglichkeiten
- Neukundengewinnung & Kundenbindung
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Printversion zur Optimierung des Internetauftritts
- Nutzung vorgestellter Praxisbeispiele als Referenz
- Verwendung als Instrument der internen Kommunikation

Wen spricht man mit einer Kundenzeitung an?

Generell hat man die Möglichkeit, verschiedene Zielgruppen gleichzeitig anzusprechen. Firmeninterne Ereignisse, Projektbeispiele und Branchen-News sind sowohl interessant für bereits bestehende sowie potentielle Kunden und Interessenten, also auch für Handelspartner und Lieferanten, Mitarbeiter oder gar Branchenvertreter und Verbände.

Wie sieht eine professionell erarbeitete und konzipierte Kundenzeitschrift aus?

Sowohl inhaltliche als auch graphisch muss einiges beachtet werden, denn die Leser erwarten eine professionelle Darstellung und eine niveauvolle Textgestaltung.

Daher ist es wichtig, im Vorfeld zu entscheiden, welche Zielgruppen explizit angesprochen werden sollen, damit man dann im zweiten Schritt ein darauf abgestimmtes Dialogangebot zusammenstellen kann.

Inhaltlich gesehen gibt es eine Vielzahl an Optionen, die man in eine Kundenzeitschrift einarbeiten kann. Wie bereits erwähnt, können Sie firmeninterne Ereignisse wie beispielsweise Jubiläen, Ausbildungsmöglichkeiten oder neue Kooperationen kommunizieren. Des Weiteren stellt die Vorstellung von Praxisprojekten, Berichte über Messeauftritte oder Informationen über spannende Aufträge eine weitere Option für interessante Zeitschrifteninhalte dar. Auch Berichte über branchenspezifische Themen sind möglich, genauso wie unternehmensunabhängige Inhalte – beispielsweise Leserbriefe oder Preisausschreiben.

Eine Kundenzeitschrift sollte exklusiv und aktuell sein. Doch auch die graphische Darstellung muss stimmen. Qualitativ hochwertige und ansprechende Bilder wecken Aufmerksamkeit und motivieren dazu, sich mit den Inhalten zu beschäftigen.

Zwei weitere Aspekte bei der Erstellung einer Kundenzeitschrift sind zu beachten: die Entscheidung

über die Erscheinungshäufigkeit und den Umfang. Bei beiden Kriterien sollte Kontinuität bewahrt werden.

Die Erscheinungshäufigkeit sollte nach einem festgelegten Rhythmus erfolgen und auch der Umfang der Zeitung sollte nicht zu sehr schwanken.

Ziel ist es, mit einem wirksamen und kostengünstigen Instrument eine effektive Kommunikation zwischen Zielgruppe und Unternehmen zu erreichen.

Nutzen auch Sie die Chance und informieren Sie Ihre Kunden mit einem klaren redaktionellen Konzept über firmeninterne Neuigkeiten, aktuelle Projekte und sonstige wertvolle Informationen rund um Ihr Unternehmen und Ihre Branche.

Wir informieren Sie gerne über die Möglichkeiten zur Umsetzung Ihrer eigenen Kundenzeitschrift.

Mögliche Inhalte einer Kundenzeitung:

1) Unternehmensspezifisch

- Informationen über Markteinführungen
- Ankauf von Unternehmen, Kooperationen etc.
- Informationen über spannende Aufträge
- Messen & Ausstellungen
- Sponsoringaktivitäten & Jubiläen

2) Branchenspezifisch

- Beschreibung von Entwicklungstendenzen der Branche
- Buchtipps zu Neuerscheinungen aus der Branche
- Stellungnahme von Fachleuten zu branchenspezifischen Themen

3) Firmenunabhängig

- Interview mit Personen aus Wirtschaft & Politik
- Leserbriefe & Preisausschreibungen

2 INFORM NR. 7 / MAI 2010

hansgrohe

www.hansgrohe.de

Top-Verarbeitung für Design-Dusche von Hansgrohe

Wenn innovatives Design und edelste Materialien zusammentreffen, muss die Verarbeitung mit größter Sorgfalt erfolgen. Für die neuartige Kopfbrause Raindance Rainfall (www.hansgrohe.de) der Hansgrohe AG, einem der Innovationsführer der internationalen Sanitärbranche in Technologie und Design, fertigt BUT die gestanzte und gelaserte Unterplatte aus Messing.

Eine besondere Herausforderung bei diesem hochpreisigen Zulieferteil besteht darin, dass keinerlei Beschädigungen an den Oberflächen auftreten dürfen. Bei der Stanz- und Laserbearbeitung, beim Materialhandling wie auch beim Transport muss deshalb mit größter Sorgfalt vorgegangen werden. Hohes Verarbeitungs-Know-how, verbunden mit einer behutsamen Materiallogistik, werden deshalb BUT abverlangt. „Bei einem Top-A-Produkt wie Raindance Rainfall muss auch unser Lieferant höchste Qualität und Zuverlässigkeit gewährleisten", beschreibt Udo Stolzer, Teamleiter Strategischer Einkauf Metalle, die Ansprüche, die Hansgrohe an seine Fertigungspartner hat.

Je nach dem Anforderungsniveau unterzieht die Hansgrohe AG ihre Lieferanten umfangreichen Prüfungen. Die Leistung eines Top-Lieferanten wie BUT wird monatlich im Rahmen eines Kontroll-Checks überprüft. Ein Lieferantenaudit, das erstmals im Dezember 2009 durchgeführt wurde, hatte BUT bereits mit Bravour bestanden.

Die Kopfbrause Raindance Rainfall hat viele Designpreise gewonnen

Gestanzte und gelaserte Unterplatte

Kundenbeispiele unterstreichen die besondere Kompetenz!

CHECKLISTE:
IST EINE KUNDENZEITUNG FÜR MEIN UNTERNEHMEN LOHNENSWERT?

Wichtige Punkte	Ja	Nein	Anmerkungen/Erläuterungen
Unsere Stärken gegenüber der Konkurrenz sollten deutlicher hervorgehoben werden!			
Wir vermitteln unsere fachliche Kompetenz noch nicht optimal!			
Unsere Produkte/Leistungen sind erklärungsbedürftig und verlangen nach zusätzlichen Erläuterungen!			
Produktnutzen kommunizieren wir noch nicht ausreichend und häufig genug!			
Wir wollen neue Kommunikationswege zur Kundeninformation nutzen!			
Wir möchten neue Kunden gewinnen!			
Unsere Kommunikationsmaßnahmen sind eher auf kurzfristige Erfolge ausgelegt!			
Wir wollen verstärkt positive Erfahrungsberichte und Referenzbeispiele einsetzen!			
Unser Vertrieb soll durch zusätzliche Kommunikationsinstrumente unterstützt werden.			
Wir wollen das Spektrum der Kommunikationsmittel weitgehend optimal ausnutzen!			

Auswertung: Wenn überwiegend „Ja“ angekreuzt wurde, dann ist eine Kundenzeitung für Ihr Unternehmen lohnenswert!

In einem persönlichen Gespräch stehen wir Ihnen für all Ihre Fragen bezüglich Ihrer eigenen Kundenzeitung zur Verfügung und erarbeiten gerne mit Ihnen ein Konzept.

Das Marketing Büro® Diplom-Volkswirt Markus Gschwind UG (haftungsbeschränkt)
Im Liebgraben 3 · D-77749 Hohberg · Fon 07808 / 94 38 200 ·
info@dasmarketingbuero.de · www.dasmarketingbuero.de