

@-traction

WERBEAGENTUR

+++ WISSENSWERTES +++

AKTUELLES +++ KUNDENINFO +++ NEWS +++

OST +++ MARKETING +++

71%

der Unternehmen im deutschsprachigen Raum setzen auf inhaltsgetriebene Kommunikation (Corporate Publishing) in Print und Online.

Liebe Leser,

mit unserem Infobrief möchten wir unsere Kunden und Geschäftspartner in regelmäßigen Abständen über neue Entwicklungen rund um das Thema Kommunikation informieren.

Es ist daher kein Zufall, dass unsere erste Ausgabe einen Klassiker in der Unternehmenskommunikation näher betrachtet – die gedruckte Image-Broschüre. Die meisten verbinden mit dem Begriff „Klassiker“ Werte wie Beständigkeit, Treue und Mustergültigkeit über eine lange Zeit hinweg. Das gilt auch für Druckwerke wie Image-Broschüren, trotz des viel beschworenen Untergangs von Print.

Deswegen haben wir für Sie Ergebnisse aus aktuellen Studien zusammengefasst, welche die Bedeutung von Druckwerken für Ihre Unternehmenskommunikation unterstreichen.

Überzeugen Sie sich selbst.

Ihr @-traction-Team

Ihr Ansprechpartner
TILMANN KÜBLER

Elmestraße 13
71254 Ditzingen

Telefon 07156 959202
E-Mail kuebler@attraction.de

IMAGE-BROSCHÜREN

GEDRUCKTE SELBSTDARSTELLUNGEN ALS KOMMUNIKATIONSMITTEL

6 von 10

deutschen Unternehmen nutzen Printprodukte zur Unternehmenskommunikation.

Image-Broschüren dienen der Selbstdarstellung einer Organisation, eines Unternehmens oder einzelner Bereiche. Sie charakterisieren die Organisation, stellen Produkte und Arbeitsfelder vor – und zeigen damit Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale auf.

Image-Broschüren sind nicht nur reine Informationsvermittler, sie stellen einen emotionalen Bezug zur Organisation her, indem sie die Wahrnehmung bei Kunden, Geschäftspartnern, Medien und Konkurrenten beeinflussen.

Deswegen darf eine Image-Broschüre weder als Ersatz noch als komprimierte Fassung eines Internet-Auftritts gesehen werden – sie ist ein eigenständiges Instrument der Organisationskommunikation mit klaren Inhalten und Zielsetzungen.

Dies kann eine Image-Broschüre leisten:

- den Bekanntheitsgrad erhöhen
- Bewusstsein für die Leistungen des Unternehmens/der Organisation schaffen
- Vertrauen in und Verständnis für Handlungen des Darzustellenden herstellen
- die Imagebildung fördern und Einstellungen gegenüber der Einrichtung bewirken.

2/3

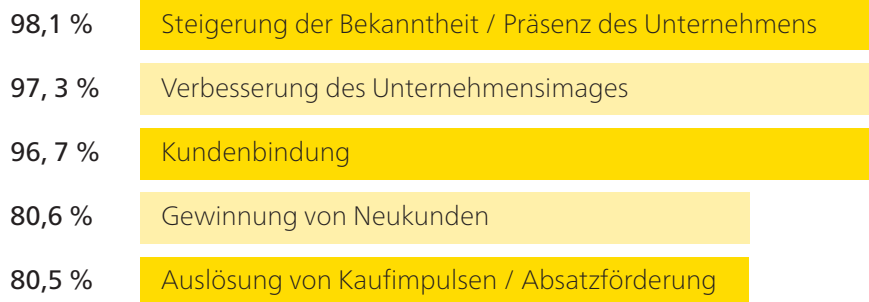
der Unternehmensvertreter sind überzeugt, dass Printmedien auch in Zukunft eine wesentliche Rolle in der Unternehmenskommunikation einnehmen.



Vorteile als Kommunikationsinstrument:

- Druckwerke bewirken auch in der digitalisierten Welt eine unterbewusste Hochachtung von der Arbeit und dem Aufwand der Erstellung. Denn unsere Gesellschaft, vom Entscheidungsträger bis zu den sogenannten „digital natives“, ist über das gedruckte Wort sozialisiert worden.
- Die Haptik spielt für den Menschen nach wie vor eine grundlegende Rolle. Printprodukte transportieren demnach nicht nur über ihre Inhalte Wertigkeiten an den Leser.
- Eine Broschüre kann überall gelesen werden also auch im Flugzeug oder im Funkloch. Druckwerke bieten dem Leser die einfachste Möglichkeit sich Notizen zu machen oder Stellen zu markieren. Der Zugang zu den transportierten Informationen ist so jederzeit in gleich bleibender Qualität gewährleistet.
- Optisch ansprechende Image-Broschüren werden aufgehoben. Ein entscheidender Vorteil gegenüber digitalen Produkten.
- Die Image-Broschüre ist die anspruchsvollste Art die Unternehmensbotschaft sowie auch Unternehmensidentität und Unternehmenskultur zu transportieren.

Wie schätzen Unternehmen die Wirkung von gedruckten Kommunikationsprodukten ein:



Quelle: Basisstudie IV. Print, Online, Mobile – CP in einer neuen Dimension. Zehnvier. München, 2014

Herausgeber: @-traction | Werbeagentur . Elmestraße 13 . 71254 Ditzingen / V. i. S. d. P.: Tilmann Kübler

