

Konsistente Kommunikation im Corporate Publishing

Stimmige Kommunikation sollte doch eigentlich ganz einfach sein: Auf der Webseite stellt sich die Firma so ähnlich dar wie im Geschäftsbericht. Die Produktbeschreibung im Datenblatt ist auch nicht so ganz weit weg von derjenigen im Presstext. Und die Präsentationen der Vertriebsmannschaft „Region Nord“ gleichen in den zentralen Aussagen in etwa dem, was die Kollegen im Süden vor Publikum erzählen. Das alles zusammen – und noch viel mehr – gibt ein rundes Bild vom Unternehmen, den Produkten und Dienstleistungen. Prima. Wäre das. Wenn es so wäre.



Dr. Michael Kausch
Geschäftsführer und Inhaber der
vibrio. Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH

„Sprechen – schreiben – schweigen.“ Vielleicht kennen Sie dieses berühmte Zitat Kurt Tucholskys. Wer mich kennt, weiß, dass ich eines der drei Dinge gar nicht kann. Das „Sprechen“ habe ich als langjähriger Pressesprecher bei Microsoft gelernt, das „Schreiben“ erst als kleiner Mitarbeiter einer ebenso kleinen Tageszeitung und später als Verleger und „Blattmacher“ meines eigenen Verlags.

Im Verlag haben wir unabhängige Fachzeitschriften und Fachinformationsdienste veröffentlicht, aber auch Firmenpublikationen für Bertelsmann, Informix und Microsoft entwickelt und realisiert. Das hierfür benötigte Know-how – von der verständlichen Schreibe über eine lesefreundliche Gestaltung bis zu Herstellung und Vertrieb – war uns in der Agentur immer hilfreich,



Die unerschöpfliche Mannigfaltigkeit der Aussagen über ein und die gleiche Sache in Text und Bild hat jedoch schon manche Marketingleiter an den Rand des Nervenzusammenbruchs gebracht. Vorsatz oder gar eine gewisse Abneigung gegen konsistentes Marketing ist allerdings selten im Spiel, wenn engagierte Mitarbeiter ihren kreativen Ideen freien Lauf lassen. Im Gegenteil: Es ist die Lust daran, selbst zu formulieren und zu fabulieren, was sie denken, was überzeugend wirken könnte. Dazu noch ein hübsches Bildchen aus dem Internet oder einer Fotoagentur und schon ist die Sache perfekt oder vielleicht

doch eher defekt? Corporate Publishing ist ein weites Feld.

Wie so oft steht und fällt der Erfolg auch im Falle eines CP-Projekts mit der Wahl der Partner. Wer soll das denn nun machen? Eine Werbeagentur? Ein Unternehmensberater? Oder ein Freelancer? Warum eigentlich nicht die Agentur, deren Kerngeschäft es ist, die punktgenaue Kommunikation im Marketingmix zu realisieren wie vibrio zum Beispiel. Als Agentur für PR und integriertes Marketing bietet vibrio die inhaltliche Expertise und das innovative Kommunikationsdesign, das wir in vielen CP-Projekten umsetzen.

Fortsetzung auf Seite 2 

wenn es darum ging, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften, Newsletter, Broschüren, Flyer oder andere werbliche und publizistische Materialien für unsere Kunden zu entwickeln. Dabei beherrschen wir Print ebenso wie Online.

Bei vibrio verstehen wir uns als „Übersetzer“, als Transmissionsriemen zwischen Wissen und Bedürfnissen unserer Kunden und den Interessen von Journalisten, Endkunden und Lesern. Wir machen schwierige Dinge verständlich, technische Produkte begreiflich und abstrakte Zusammenhänge emotional erlebbar. Wenn Sie manchmal das traurige Gefühl beschleicht, dass Sie keiner versteht, dann rufen Sie mich doch einfach an. Zuhören kann ich auch ;-)

Ihr Michael Kausch

Kontakt:

Dr. Michael Kausch,
Geschäftsführer und Inhaber,
vibrio. Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH,
Edisonpark Haus B, Edisonstraße 2,
D-85716 Unterschleißheim,
Phone +49 (0) 89 3215170

Mail michael.kausch@vibrio.de
Profile de.linkedin.com/in/michaelkausch
www.xing.com/profile/Michael_Kausch
www.facebook.com/agenturvibrio

Blogs www.vibrio.eu/blog
www.czyslansky.net

Twitter twitter.com/michaelkausch
twitter.com/vibrio

www.vibrio.eu

Corporate Publishing ist ein Eckpfeiler der bald 20jährigen Geschichte der Agentur. Der Gründer, Inhaber und Geschäftsführer von vibrio, Michael Kausch, war von 1995 bis 2000 Verleger und Geschäftsführer des Redmond-Verlages. Dessen Titel wie das „Microsoft Office Journal“, die Loseblatt-Werke der Reihe „redmond’s inside“, das „SYSTEM Journal“ oder das „Informix Magazin“ waren so erfolgreich, dass der Süddeutsche Verlag das Unternehmen übernahm. Der Verlag ging, das Know-how blieb. Bei vibrio.

Wir realisieren Corporate-Publishing-Projekte wie Geschäftsberichte, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften, Imagebroschüren, Produktflyer, Datenblätter oder Kundenmailings. Von

der Konzeption bis zum Druck oder auch in Teilprojekten wie zum Beispiel die Erstellung der Texte. Wir sind darauf spezialisiert, komplexe Informationen zielgruppengerecht und leserfreundlich aufzubereiten. vibrio unterstützt nicht nur bei der Kommunikation von Alleinstellungsmerkmalen, sondern auch dabei, diese zu erarbeiten und auszuformulieren. Je nach Schwerpunkt und Budget wählen wir die passenden Kreativ-Partner aus und übernehmen das Briefing sowie die Prüfung der ersten Ergebnisse. Dabei ist vibrio nicht nur eine Koordinierungsinstanz, sondern als Experte das Bindeglied zum Unternehmen. Kunden bekommen so das Beste aus zwei Welten: Das Ergebnis einer dynamischen Teamleistung aus einer Hand.

BEISPIELE:



CWS-boco – CR-BROSCHÜRE

In einer 30 Seiten umfassenden Broschüre zu den Unternehmensaktivitäten im Bereich Corporate Responsibility erläutert CWS-boco sein soziales und Umwelt-Engagement. Als Briefing diente unter anderem ein Projekt einer CWS-boco-Landesgesellschaft. vibrio erstellte die erste Konzeption und lieferte nach einer Beratungsphase mit dem Auftraggeber ein Gesamtkonzept.

NOBISCUM – KUNDENMAGAZIN

nobisCum ist ein Prozess- und IT-Beratungsunternehmen für die Versicherungswirtschaft. Das Unternehmen hat das viermal jährlich erscheinende nobisCum Magazin im Jahr 2010 gestartet. Es richtet sich mit technischen und analytischen Fachbeiträgen an IT-Verant-

wortliche bei Versicherern. vibrio unterstützt nobisCum bei Konzeption, Themenplanung und Layout und erarbeitet einen Großteil der Beiträge in Zusammenarbeit mit den Experten im Unternehmen.

MESSBAR – IMAGEFLYER

MESSBAR.DE ist nicht nur ein Online-Shop für mobile Messinstrumente, sondern bietet auch attraktive Schulungen und Seminare an. Damit vor allem Bestandskunden das gesamte Portfolio kennenlernen und ein Cross-Selling-Ansatz ermöglicht wird, erstellte vibrio auf Basis der bereits bestehenden Corporate-Design-Richtlinien einen Imageflyer. Die Herausforderung bestand dabei darin, die vielfältigen Branchen abzubilden.

Fortsetzung auf Seite 3 

Blenden Sie Online-Käufern kurz vor dem entscheidenden Klick Ihr Angebot ein.

Yahoo! Behavioral Targeting Shoppers – Das erste Behavioral Targeting-Produkt für Deutschland, das nachweisbar die Kaufentscheidung beeinflusst. Wählen Sie Ihre Kategorie:

- Reise
- Finanzen
- Unterhaltung
- Technologie
- Telekommunikation
- Autos
- Einzelhandel
- und viele andere

Treffen Sie Ihre Zielgruppe. Jetzt.

YAHOO! – PRODUKTFLYER

Die Markteinführung eines neuen Targeting-Modells sollte von einem digital und gedruckt zu verbreitenden Überblicksflyer unterstützt werden. vibrio übernahm die Planung und Realisierung der Dokumente, erstellte das Layout und kümmerte sich um den Druck. Im weiteren Verlauf des Projekts zählte auch die Adressgenerierung zu den Leistungen von vibrio. Die Ergebnisse wurden im Markt gewürdigt: In einer w&v-Umfrage wurde Yahoo! in der Disziplin „Targeting“ am besten bewertet.

Die AMADEE® Methodologie

Prozess Know-how

Die AMADEE® Technologie

Geschäftsprozesse neu entdecken

AMADEE – BROSCHÜRE BPM

Mit nichts weniger als der populären Erklärung von „Business Process Management“ für Geschäftsentscheider wurden wir von Amadee beauftragt. Um verständlich über komplizierte Sachverhalte schreiben zu können, muss der Autor aber zuerst die Bits und Bytes, die Prozesse und Produkte verstanden haben. Tut er das nicht, bleibt er fachlich an der Oberfläche und sprachlich bei Schlagworten. Und dann entsteht, was weder Leser noch Kunden hilft..

„Flage zeigen gegen Raubkopien“

Schwarze Plagiate ist kein Kaufverbot. Der Verleib und Einsatz illegaler Software hat negative Auswirkungen auf Arbeits- und Ausbildungsplätze und reduziert Innovationskraft. Auch die Erweise, der unwirtschaftlich gefällige Software ersetzt, wird geschädigt. Er verliert den Anspruch auf Support und preiswerte Updates und riskiert zudem, dass sein Computer durch die illegalen Softwarekopien infiziert wird.

Microsoft investiert viel in den Schutz seiner Produkte vor Nachahmern und verbessert ständig die Softwareentwicklung, die Hard- und Software, Wert nach dem Software-Kauf Zweifel an der Echtheit seines Microsoft Produktes kommen, haben die verlässliche Ware zur Überprüfung am Microsoft Stand.

Microsoft

Raubkopiefütterung alle 5 Minuten

Schwarze Raubkopien sehen Sie schwarz.

Bei Raubkopieren sehen wir rot.

Original Software-User haben den Durchblick!

Original Software sehen Sie klar.

Original Software geben Sie auf Nummer Sicher.

Microsoft

Geistiges Eigentum im digitalen Zeitalter

STERNKINDER

LEBENS

MAKRO

MAKRO

MAKRO

MICROSOFT – COLLATERALS

Karl-Theodor zu Guttenberg hat vermutlich mehr bewirkt als die mehr als zehnjährigen PR- und Marketing-Aktionen für die Aufklärung über das, was geistiges Eigentum ist. Hätten wir geahnt, welche Wellen... Aber das ist ja ein ganz anderes Thema. Für Microsoft entwickelten und realisierten wir jedenfalls eine Vielzahl von Flyern, Mailings, Give Aways und Broschüren rund um Kampagnen für den Schutz des Copyrights, des Urheberrechts und den Kampf gegen Softwarepiraterie.

Know-how und Erfahrung der Mitarbeiter für Ihre Effizienz

in nachhaltiger Partnerschaft

Partnerschaft mit dem Kunden ist ein Gewinn für beide Seiten.

Industrial Automation

Real Systeme

Logisches Know-how

Logisches Know-how

kratzer

KRATZER AUTOMATION – FIRMENBROSCHÜRE

Für den mittelständischen Zulieferer der Automobilindustrie Kratzer Automation ging es um die Erstellung einer Firmenbroschüre, die die Firmenphilosophie des eigentümergeführten Unternehmens darstellt: Nachhaltigkeit und Werteorientierung standen dabei im Vordergrund. Im Vorfeld moderierte vibrio Workshops, in denen die zentralen Aussagen und Werte in Worte gefasst wurden.

Fortsetzung auf Seite 4 



CITRIX – PRODUKT- UND IMAGEBROSCHÜREN

Für Citrix Systems realisierten wir in rund acht Jahren der Zusammenarbeit viele technische und Image-Broschüren rund um Server Based Computing und Access-Lösungen. Dabei reichten die Zielgruppen von Geschäftsentcheidern aus dem Mittelstand, über CEOs und COOs internationaler Konzerne bis zu technischen Entscheidern und CIOs aus allen Branchen.

SAIL AWAY – FIRMENBROSCHÜRE

Kein Beispiel das nicht hinkt, kein Bild das richtig passt. Aber beides hilft, den Leser in einer gelernten Welt abzuholen und in eine neue zu begleiten. Umso besser ist es, wenn man für die Analogien nicht das Themenfeld „Spinnen und Schlangen“ braucht. Für das Beratungsunternehmen Sail Away haben wir die Herausforderungen, die das Change-Management stellt und wie es systemisches Coaching lösen kann, mit Metaphern aus dem Segel-Sport veranschaulicht.



CABLETRON/ENTERASYS – MITARBEITERZEITSCHRIFT

Ein wesentlicher Teil des Change-Managements ist die interne Kommunikation. Wann immer Firmenkulturen verschmelzen oder sich Unternehmen neu erfinden, achtet das Top-Management darauf, dass die Mitarbeiter perfekt informiert und damit eingebunden sind. Als ein Instrument dieser Führungsaufgabe haben wir für Enterasys eine interne Mitarbeiterzeitschrift konzipiert und realisiert. Denn Enterasys war der neue Name vom IT-Urgestein „Cabletron“ – unter neuer Führung.

CERNER – FIRMENBROSCHÜRE

Klinikinformationssysteme sind hilfreich, aber komplex, und die potenziellen Käufer auf einem unterschiedlichen Wissensstand. Also galt es bei diesem Projekt, eine Gratwanderung zu meistern: für Einsteiger verständlich zu formulieren, ohne die Experten zu langweilen und aus der Fülle der Features die wichtigsten herauszufiltern.



COMPAQ – SO ZIEMLICH ALLES

Wir haben uns lange überlegt, ob es Sie noch interessieren könnte, dass wir für eine Firma namens Compaq über mehr als acht Jahre lang so ziemlich alles an Corporate Publishing entwickelt haben, was anstand: Kundenmagazine, Händler-News, Produktflyer, Image-Broschüren, White-Papers. Wir haben uns, Sie können es ja hiermit lesen, dafür entschieden. Warum? Weil wir richtig gefordert waren, trotz der Masse immer und stets, bei jedem einzelnen Projekt, auch die geforderte Klasse zu bieten.