

**pr-txt**  
Marco Michels  
Jahnstraße 51  
35394 Gießen  
0641 – 5817427  
mm@pr-txt.de  
www.pr-txt.de

Gießen, den 19.05.2022

## Pressemitteilung

# Klassische Kundenmagazine

## Aussterbende Marketing-Dinos oder ergiebige Content-Quellen?

**Ganz gleich, ob Bäckerblume, DB mobil oder ADAC Motorwelt: Beim Stichwort Kundenmagazin blättern sofort eine Reihe von Zeitschriften vor dem inneren Auge auf. Dabei stellt sich aus Marketing-Sicht die Frage, ob derartige Oldschool-Print-Medien endgültig ausgelesen sind oder in Social-Media-Content-Zeiten eine zweite Blüte erleben? Wir meinen ja! Denn gut gemachte Kundenmagazine schaffen eine hervorragende Grundlage für gehaltvolles Content-Marketing.**

- . **Gute Kundenmagazine pflegen Marke und Image**
- . **Ergiebige Content-Quelle für Social-Media-Aktivitäten**
- . **Vernetzung von analog und digital**
- . **Vielseitig einsetzbar, ideal für B2B-Bereich**

### Medium mit Marketing-Mehrwert

Gerade im B2B-Bereich nutzen viele Unternehmen Kundenzeitschriften als Marketing-Instrument. Die Gründe dafür sind vielschichtig: Kundenmagazine pflegen Image und Marke, schaffen Vertrauen und helfen, mit Kunden und Interessenten in Kontakt zu bleiben. Das funktioniert allerdings nur, wenn die Inhalte abwechslungsreich, unterhaltsam und interessant sind und einen echten Lese-Mehrwert bieten. Klingt bekannt? Klar. Denn wie erfolgreiches Online- und Social-Media-Marketing brauchen auch Kundenmagazine guten Content. Ist dieser einmal erstellt, wird ein Kundenmagazin zur Quelle für hochwertige Inhalte, die sich crossmedial nahezu unbegrenzt weiterverwerten lassen – in Blogs, in Newslettern und E-Mailings oder in den Social-Media-Kanälen von LinkedIn bis Instagram.

### Unerschöpfliche Content-Quellen

Gute Kundenmagazine sind von Natur aus vielseitig angelegt. Typisch magazinig ist ein bunter Mix aus informativen und emotionalen Texten. So bieten Kundenmagazine Raum für die Vorstellung von neuen Produkten, Projekten und Personen sowie von sozialem Engagement und firmeninternen News. Darüber hinaus können sie über den unternehmerischen Tellerrand blicken und Markt- und Branchentrends aufgreifen und beleuchten. Um optimal zu wirken, brauchen sie – wie alle Online- und Social-Media-Kanäle – natürlich auch gute Bilder. Deshalb liefern Kundenmagazine nicht nur die Basis für digitalen Textcontent, sondern die passenden Bilder gleich mit.

### **Print wirkt weiter. Und länger.**

Auch unabhängig von der effizienten Multi-Channel Content-Verwertung haben Zeitschriften eine rein analoge Daseinsberechtigung. Denn gedruckte Kundenmagazine lassen sich aufmerksamkeitsstark am POS und auf dem Messestand platzieren oder per Post an ausgewählte Kunden und Interessenten senden. Als physisch präsente Medien stehen sie für eine hohe Wertigkeit und hinterlassen einen bleibenderen Eindruck als ein paar flotte Posts, die nach einem flüchtigen Klick schnell wieder vergessen sind. Für Vertriebler und den Außendienst liefern sie überdies guten Stoff für einen flotten Gesprächseinstieg.

### **Brücke zwischen analog und digital**

Auf der eine Seite sind Kundenmagazine Content-Lieferant für digitale Medien. Auf der anderen Seite können sie aber auch gezielt auf digitale Inhalte verweisen und Themen multimedial bespielen. Via Links und QR-Codes gelangen Leser beispielsweise direkt zu Youtube-Videos, können Flyer, Broschüren und Whitepaper downloaden oder werden zur Diskussion in einem Online-Forum eingeladen. Die strategische Einbindung von Kundenmagazinen in den Marketing-Mix bietet viele kreative Möglichkeiten, von denen insbesondere international aufgestellte Unternehmen profitieren. Denn guter Content ist immer auch eine Kostenfrage und rechnet sich noch besser, wenn Sprachversionen erstellt werden.

### **Wenn Kundenmagazin, dann richtig**

Bei allen Vorteilen und Möglichkeiten von Kundenmagazin muss aber immer klar sein: Die Planung, Erstellung und Verteilung von Magazinen ist arbeitsintensiv und kostet Geld. Damit diese Aufwendungen nicht unter ihren Möglichkeiten verpuffen, sollten Kundenzeitschriften nicht zwischen Sekretariat und Kaffeemaschine hausintern gefüllt, sondern von Anfang an professionell betreut werden. Das beginnt mit einem stimmigen Gesamtkonzept, geht über lesenswerte Texte und attraktive Fotos und reicht bis zur Auswahl des passenden Papiers für den Druck.

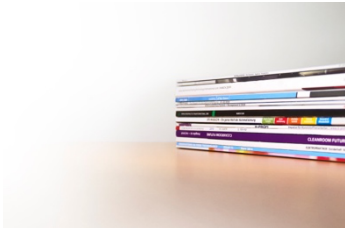
### **pr-txt – Texte für Technik**

Die Textagentur pr-txt entwickelt Magazin-Konzepte, erstellt hochwertigen Content und übernimmt auf Wunsch die komplette Redaktion inklusive grafischer Umsetzung. pr-txt ist auf technische Produkte und anspruchsvolle Dienstleistungen spezialisiert. Seit mehr als 20 Jahren textet die Agentur für namhafte Kunden unter anderem aus den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Automotive, Pharma- und Medizintechnik sowie Foodservice-Equipment und nachhaltige Energie. Viele stammen aus dem Großraum Gießen und Mittelhessen. Dank Teams, Skype und Co. gibt es darüber hinaus auch überregional langjährige Partnerschaften unter anderem in Frankfurt, München, Hamburg und Österreich.

Weitere Infos unter: [www.pr-txt.de](http://www.pr-txt.de)

### **4.742 Zeichen inkl. Leerzeichen**

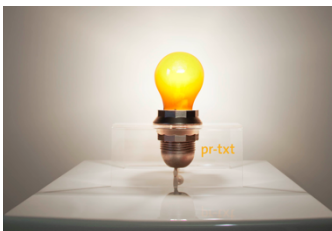
Abdruck honorarfrei, bitte geben Sie als Quelle pr-txt an. Bitte senden Sie einen Link oder ein Belegexemplar an obige Adresse. Hochauflösende Bilder auf Anfrage.



Technisch orientierte Kundenmagazine sind unterhaltsam, informativ und liefern hochwertigen Content für alle Kanäle.



Texter, Redakteur, Content-Creator: Marco Michels schreibt seit mehr als 20 Jahren für unterschiedlichste Medien, Magazine und Kundenzeitschriften.



Licht im technischen Dunkel: Kundenmagazine eignen sich ideal, um Referenzberichte und Use-Cases kurzweilig vorzustellen.