

## Digitale Kundenmagazine auf dem Vormarsch

■ Laut einer Studie des Europäischen Instituts für Corporate Publishing steigt die Bedeutung digitaler Medien für Kunden- und Mitarbeiterkommunikation im deutschsprachigen Raum. Bereits 88 Prozent der Unternehmen setzen auf elektronische Kanäle. E-Magazine (31 Prozent) rangieren aber noch an letzter Stelle, absolute Spitzenreiter sind Websites (80 Prozent), gefolgt von Newslettern (67 Prozent), Videos (40 Prozent) und sozialen Netzwerken (33 Prozent). Der Einfluss von Tablets wie dem iPad konnte bei der Studie noch nicht berücksichtigt werden.

Klassische Printmedien geraten damit aber noch nicht zwangsläufig ins

Abseits. 80 Prozent der Unternehmen sehen elektronische Corporate-Publishing-Medien als hervorragende Ergänzung zu Print, 76 Prozent stimmen den Einsatz der beiden Kanäle aufeinander ab. Entsprechend werden cross-mediale Konzepte weiter an Bedeutung gewinnen. Laut der Untersuchung werden im deutschsprachigen Raum 4,4 Milliarden Euro im Corporate-Publishing-Segment investiert, dabei entfallen 64 Prozent auf Printmedien und immerhin schon 36 Prozent auf die digitalen Ausgabekanäle. Durchgeführt hat die Studie das Unternehmen zehnvier aus der Schweiz.

➤ [www.zehnvier.ch](http://www.zehnvier.ch)