

PR Club Hamburg e.V.

Marken müssen Seelen haben

22.02.2008 - 14:26 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Auf der gestrigen PR Club Hamburg Veranstaltung diskutierten die Vertreter der großen Verlage Dr. Rainer Esser (GF Zeit Verlag), Fried von Bismarck (Verlagsleiter Spiegel Verlag, GF Spiegel Net GmbH u. Spiegel TV), Julia Jäkel (Verlagsleiterin Brigitte G+J), Dr. Thomas Schneider (journ. GF Bauer Verlagsgruppe), Philipp Welte (Chief Marketing Officer BILD-Gruppe und Zeitschriften Axel Springer AG) zusammen mit Christoph Schuh (Vorstand TOMORROW FOCUS AG) unter der Moderation von Kai-Hinrich Renner (Medienautor Welt Gruppe) über Lösungsansätze für eine erfolgreiche Markenpflege mit Zukunftspotential.

Wie gestaltet sich die Zielgruppenansprache der großen Verlage auf dem hart umkämpften und gesättigten Printmarkt? Mit dieser Frage eröffnete Kai-Hinrich Renner gestern Abend die Podiumsdiskussion mit dem Thema "Markenstrategien großer deutscher Printhäuser". Mehr als 220 Teilnehmer besuchten die PR Club Hamburg Veranstaltung in der Handelskammer Hamburg.

In der Bundesrepublik gibt es immer weniger Käufer im Printbereich, weil die Leser nicht nachwachsen. Fernsehen und Internet haben einen immer höheren Stellenwert in der Mediennutzung der heranwachsenden Generation. Die Verlagshäuser stehen vor der Herausforderung, der Überalterung ihrer Marken entgegenzuwirken.

Die Diskutanten stimmten überein, dass eine zukunftssträchtige Zielgruppenansprache für ein Medienunternehmen in crossmedialen Vermarktungsansätzen begründet ist. Journalistische Medienmarken müssen gepflegt werden, jedes Unternehmen braucht aber auch einen Wachstumspfad. Medienhäuser müssen sich als Kommunikationsunternehmen verstehen, "mit einem Mix aus Medien und Kommunikation", so Christoph Schuh, Vorstand TOMORROW FOCUS AG.

Julia Jäkel unterstreicht die Notwendigkeit, aus journalistischen Inhalten heraus, innovative Produkte hervorzubringen. So ist im Online-Angebot der Brigitte eine multimediale Schminkschule in Planung. Auch für Dr. Rainer Esser ist es von Bedeutung neben dem klassischen Angebot im Portfolio zusätzlich Leistungspakete und passende Produkte anzubieten, damit die Marke Zeit vielseitig erlebbar ist. Philipp Welte plant, mit der Marke BILD in der digitalen Welt in die Offensive zu gehen. "Wir leben davon, Reichweite zu vermarkten", so Welte. Seit dem Relaunch steigt die Zahl der Seitenaufrufe auf BILD online an. Zukunftspotential sieht Welte jedoch weniger im Internetauftritt als im Mobilportal der Marke BILD. Auch der journalistische Geschäftsführer der Bauer Verlagsgruppe, Dr. Thomas Schneider, setzt künftig verstärkt auf Online-Angebote und plant sein Billig-Segment weiter auszubauen.

Schneider sowie von Bismarck stellen heraus, dass Marken organisch sind und geben zu bedenken, dass bei der Ausschöpfung crossmedialer Möglichkeiten nur die Produkte eine Chance haben, die eine Seele aufweisen. Diese gelte es, beim Herausbringen einer Marke auf allen Kanälen herauszuarbeiten.

Über den PR Club Hamburg e.V.
Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR und verwandte Professionen in Norddeutschland. Im April 2000 von Dagmar Winklhofer-Bülow gegründet und bis heute geleitet, bietet er in acht Veranstaltungsreihen praxisnahe Fortbildung und Networking für PR-Profis, Unternehmer und alle Interessierten.
Unter seinem Claim "Hamburg macht PR" setzt er sich außerdem für eine

Stärkung des traditionsreichen PR-Standorts Hamburg und für postgraduale PR-Ausbildungsgänge mit anerkannten Zertifizierungen ein.

Heute hat der PR Club Hamburg ca. 30 Firmenmitglieder, ca. 25 Sponsoren und Kooperationspartner, sowie ca. 130 Individualmitglieder und ist als gemeinnützig anerkannt.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Simone Hopf
PR Club Hamburg e.V.
Großer Grasbrook 15
20457 Hamburg

Tel.: 040 / 36 09 76 30
Fax: 040 / 36 09 27 50
E-Mail: sh@pr-club-hamburg.de

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

PR Club Hamburg e.V.

<http://www.presseportal.de/pm/25569/pr-club-hamburg-e-v>

http://presseportal.de/rss/pm_25569.rss2