



## **Johler passt Produktportfolio Medientrends an**

Informationsbeschaffung war in der Vergangenheit meist eine entweder/oder Frage. Entweder informierte sich der Kunde über ein Printmedium, wie eine Zeitschrift, Katalog oder Broschüre, oder er beschaffte sich seine Informationen im Zeitalter des Internet über eine Website. Heute entscheiden sich die Zielgruppen für mehrere parallele Informationskanäle zur Gewinnung der gewünschten Information. Multi-Media-Formate gewinnen damit immer mehr an Bedeutung.

Neue Smartphones und aktuelle Tablet-PCs machen sie salonfähig: Die Multi-Media-Versionen von erfolgreichen Tageszeitungen, Magazinen und Zeitschriften. Immer mehr Verleger versuchen ihre wertvollen Printinhalte auf zusätzlichen digitalen Kanälen zu verbreiten. Und die Marktauguren sprechen diesem Vertriebsweg auch wirtschaftliche Chancen zu. Denn sie sind durch die mobilen Endgeräte überall und jederzeit verfügbar und sie bieten neue, innovative Geschäftsmodelle. Die Johler Norddruck GmbH setzt sich bereits seit einiger Zeit intensiv mit diesem neuen Thema auseinander. Als traditionelles Druckunternehmen hat man in Neumünster erkannt, dass sich neben dem klassischen Printmedienmarkt parallel ein neuer elektronischer entwickelt. Hier steht Johler heute schon als kompetenter Servicepartner zur Verfügung.

Für Detlef Wildenheim, Geschäftsführer und verantwortlich für den Gesamtvertrieb bei Johler, ist die neue, zusätzliche Medienform eine konsequente, kundenorientierte Entwicklung des rasant wachsenden Marktes der neuen digitalen Vertriebskanäle: "Unser Kerngeschäft ist und bleibt die professionelle Herstellung von Printprodukten. Wir sehen jedoch das ständig steigende Kundenbedürfnis nach neuen Medienformen, die mehr Interaktion zulassen und mehr von einer echten Erlebniswelt vermitteln. Wir werden unser Produktportfolio diesen neuen Medientrends anpassen."

Als Beweis für die bestehende Kompetenz in den neuen Marktsegmenten hat Johler Norddruck neben dem eigenen 16-seitigen Kundenmagazin "Freude am Druck" als Printausgabe erstmals parallel auch ein Multi-Media-Magazin mit gleichen Grundinhalten realisiert. Die Multi-Media-Ausgabe kann sowohl am PC als auch mittels mobiler Endgeräte wie Netbook, Laptop oder dem neuen iPad gelesen werden. Bieten tut die Multi-Media-Ausgabe jedoch deutlich mehr als die gedruckte Schwester. Sie beinhaltet Zusatz- und Hintergrundinformationen zu einzelnen Themen, die im gedruckten Magazin keinen Platz gefunden hätten. Die Formen der zusätzlichen Inhalte sind innovativ und zukunftsgerichtet. Audio- und Videodateien, Fotosammlungen, aktive Weblinks oder direkte e-mail-Möglichkeiten finden sich in der multimedialen Ausgabe wieder. Durch einstellbare Funktionen können die Seiten individuell vergrößert werden, sodass die Lesbarkeit auch auf kleineren Displays von Endgeräten gut gegeben ist.

"Auf diesem Gebiet sammeln wir mit unserem eigenen Kundenmagazin weitere Erfahrungen,

die wir unseren zahlreichen Kunden weitergeben können", so Wildenheim. "Für Herausgeber von Magazinen, Katalogen und Broschüren bietet die Form der Multi-Media-Veröffentlichung gleichzeitig eine hochinteressante Erweiterung geldwerter Geschäftsmodelle. Denn ihre Kunden können deutlich viel mehr und unterschiedliche Werbebotschaften in einem Multi-Media-Magazin platzieren, als auf einer gebuchten Anzeigen- oder Katalogseite."