



Johler Norddruck passt Produktportfolio Medientrends an

Die Johler Norddruck GmbH, Neumünster, hat sich konform des Medientrends ausgerichtet und steht ab sofort neben dem klassischen Printmarkt auch als Servicepartner für elektronische Medien 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 „Kompetenzbeweis“ hat **Johler Norddruck** neben der Printausgabe des 16 Seiten umfassenden Kundenmagazins **FREUDE AM DRUCK** auch ein Multimedia Magazin mit gleichen Grundinhalten realisiert. Die Multimedia-Ausgabe kann sowohl am PC als auch mittels mobiler Endgeräte wie Netbook, Laptop oder dem neuen iPad gelesen werden und bietet 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 Multimedia-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“, erklärt Wildenheim.