

## **Pressemitteilung / Fachzeitschriften**

**Zur sofortigen Freigabe**

Düsseldorf/Hamburg, 13. April 2005

### **Corporate Publishing Titel als Werbeträger:**

**DIALOGHAUS eröffnet mit dem Center Corporate Media neue Werbewege  
für Direktmarketing Anwender**

**Der Markt der Kundenmagazine boomt. Laut der Branchenvereinigung Forum Corporate Publishing (FCP) gibt es allein auf dem deutschsprachigen Markt über 3.500 Kundenmagazine, Mitarbeiterzeitungen und Verbandszeitschriften. Warum, so fragt sich, nutzen die Direktmarketing-Anwender diese hochwertigen und äußerst zielgruppenspezifischen Zeitschriften kaum für ihre Kundengewinnung? Wieso lassen so viele Werbungtreibende die zahlreichen Möglichkeiten zur Medienkooperation ungenutzt?**

DIALOGHAUS will mit dem neuen Center Corporate Media Abhilfe schaffen und für seine Kunden die Chancen des Corporate Publishing-Segments nutzbar machen. Dafür hat das DIALOGHAUS-Team in akribischer Recherche detaillierte Informationen über rund 400 relevante CP-Titel zusammengetragen und in elf Zielgruppenbereiche strukturiert. Mediadaten und Zielgruppe, Profil und Preise zu den unterschiedlichsten Titeln der unterschiedlichsten Branchen – die Auswahl reicht von Architektur / Handwerk / Bau über Gesundheitswesen / Pharma bis hin zu Luxusgütern – stehen damit nun zur Verfügung. Einen ersten Vorgeschmack bietet die DIALOGHAUS-Titelgalerie im Internet unter [www.dialoghaus.com](http://www.dialoghaus.com), wo Interessierte schon einmal einen Einblick in die geballte Informationsvielfalt rund um die CP-Zeitschriften bekommen.

---

**Ihr Pressekontakt bei DIALOGHAUS:**

Carolyn Gelsomino  
Tel. 05307 / 940638  
E-Mail [cg@dialoghaus.com](mailto:cg@dialoghaus.com)

Seite 1 von 1

Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften bieten viele Möglichkeiten, effizient neue Kunden und Interessenten zu gewinnen – von der Reponse-Anzeige und -Beilage bis zu gezielten Medienkooperationen, wie etwa Empfehlungskampagnen, redaktionellen Einbindungen oder Gewinnspielkooperationen. DIALOGHAUS-Mitgründerin Jeannette Kuhlendahl sagt: „Die Werbungtreibenden erreichen über diese Titel Zielgruppen, die sie über die normalen Wege der Adressbeschaffung nicht ansprechen können. Denn: Viele dieser Unternehmen geben ihre Kundendaten nicht zur Anmietung frei. Über Unternehmenspublikationen haben die Werbungtreibende also die einzige Chance, diese Zielgruppe tatsächlich zu erreichen. Zudem bieten die zum Teil hoch spezialisierten Zeitschriften eine extrem hohe Zielgruppenabdeckung.“

Wer also nach einem effizienten Weg sucht, um neue Kunden zu gewinnen, sollte unbedingt mal über die Nutzung von CP-Titeln nachdenken. Für die nötige Marktübersicht, die professionelle Beratung und die praktische Umsetzung der Kampagnen von der Planung der Tests über den Fullrun bis zum detaillierten Titelmonitoring sorgt DIALOGHAUS.

Jeannette Kuhlendahl ist vom Nutzen dieses Werbewegs überzeugt: „Objektiv ausgewählt und intelligent eingesetzt sind die Kundenmagazine anderer Unternehmen eine effiziente Plattform für DM-Anwender, um Interessenten oder Neukunden zu gewinnen. Ob als ergänzende Marketingmaßnahme, um eine hohe Zielgruppenabdeckung zu erreichen oder als Einzelaktion in einem Nischensegment.“ Zu den ersten Nutzern des neuen Center Corporate Media von DIALOGHAUS zählen unter anderem die Lotterie Günther sowie der Kurzreiseanbieter daydreams.

**Weitere Informationen erhalten Sie bei:**

DIALOGHAUS

Jeannette Kuhlendahl

Tel.: 040 / 468858-24

Fax: 040 / 468858-25

E-Mail: [js@dialoghaus.com](mailto:js@dialoghaus.com)

---

**Ihr Pressekontakt bei DIALOGHAUS:**

Carolyn Gelsomino

Tel. 05307 / 940638

E-Mail [cg@dialoghaus.com](mailto:cg@dialoghaus.com)