

PRESSEMITTEILUNG

Transformation vom Verlag zum modernen Medienunternehmen: Hybrider Marken-Relaunch für die Kieler Nachrichten

Dr. Friederike Schultz: „Eine neue Identität für ein neues Zeitalter.“

Berlin, 10. Juni 2015 *In Zeiten des digitalen Wandels stehen insbesondere Verlage vor großen Herausforderungen. Sie entwickeln neue Angebote, die nicht unbedingt profitabel sind, intern nicht effizient verankert werden und für die sie bei den Nutzern kaum Vertrauen genießen, da sie primär als „Tageszeitung“ gelten. Um selbst zum Motor der digitalen Transformation zu werden, müssen Verlage sich dringend neu definieren – und dies „Online First“! Statt die Marke auf den digitalen Bereich zu übertragen, wird basierend auf umfassendem Digital-Know-how eine neue Identität entwickelt, mit der sich die Potenziale der digitalen Welt entfalten lassen. Das erfolgreiche Verlagshaus Kieler Nachrichten macht es beispielhaft vor: Es hat von Exozet den umfassenden Relaunch seiner Markenidentität durchführen lassen und diese sowohl online als auch offline implementiert. Bereits vor einem halben Jahr relaunched Exozet, die Agentur für Digitale Transformation, auch das Verlagshaus „Neue Westfälische Zeitung“.*

Die Nutzung der klassischen Tageszeitungen geht drastisch zurück – im Netz jedoch verdient die Printbranche trotz vergleichbarer Reichweiten kaum Geld. Dr. Friederike Schultz, CCO der Berliner Agentur Exozet und verantwortlich für den umfassenden Marken- und Online-Relaunch, sagt: „Auf der Suche nach einem Ausweg etablieren fast alle Verlage neue Services und Dienstleistungen. Zum Spielball des Marktes wird jedoch nur, wer in Hektik verfällt: Die Profitabilität der neuen Angebote und Dienste bleibt dann meist unklar. An einer effizienten Verankerung in der Organisation fehlt es. Vor allem aber an Verständnis und Vertrauen der Nutzer in die traditionelle Marke, die neuen Services auch kompetent zu erfüllen.“

Wie aber können Verlage selbst zum Motor der Veränderungen werden und Nutzen aus der digitalen Transformation ziehen? „Indem sie einen Moment innehalten und zunächst einmal ihre Identität neu definieren – Online First“, so Schultz. „Statt die Marke auf den digitalen Bereich zu übertragen, müssen Unternehmen basierend auf umfassendem Digital-Know-how eine neue Identität entwickelt, mit der sich die Potenziale der digitalen Welt umfassender nutzen lassen.“

Das erfolgreiche Verlagshaus Kieler Nachrichten macht es beispielhaft vor: Es hat die Notwendigkeit des Paradigmenwechsels erkannt und Exozet beauftragt, eine übergeordnete Markenstrategie für das digitale Zeitalter zu entwickeln und diese anschließend integriert on- und offline zu implementieren. Die Agentur entwickelte daher nicht nur die Markenstrategie. Sie realisierte darauf aufbauend auch den Online-Relaunch, betreute den darauf abgestimmten Print-Relaunch der Tageszeitung, entwickelte das Corporate Design des Unternehmens und realisierte die Marketingkommunikation analog und digital. Von Logo, Bildwelt, Briefpapier und Visitenkarte über Look und Tonality der Zeitung, vom Online-Angebot bis hin zu den Services und den Merchandisingartikeln des Verlags wurde alles überdacht und überarbeitet. So werden die Kieler Nachrichten vom Verlag zum modernen (Medien-) Unternehmen mit neuen Produkten und Services transformiert.

Auf der Suche nach der richtigen Strategie führte die Berliner Agentur umfassende qualitative und quantitative Marktforschungen durch. Interviews, Surveys und Inhaltsanalysen gaben Aufschluss über die interne Identität des Unternehmens sowie das Nutzungsverhalten, die Bedürfnisse und die Bezahlbereitschaften der Zielgruppen. Ein Vergleich der Mitbewerber zeigte auf, wo die Verlage im Marktumfeld stehen.

Für den Verlag sind der Digitale Wandel und die Krise der Printmedien eine Chance, sich zu reorientieren und die neuen Möglichkeiten des Marktes zu nutzen. Schultz: „Jeder Verlag muss sich in dieser Zeit die wichtige Frage nach seiner eigentlichen Identität stellen. Und die geht sehr weit über das klassische Tageszeitungsgeschäft hinaus. Verlage helfen Menschen mehr und mehr bei der medialen Konstruktion ihrer Wirklichkeit und der Organisation ihres Alltags.“ Auch müssen sie integrierte Nutzererfahrungen an allen Berührungspunkten erzeugt, da die Grenzen zwischen Online und Offline zunehmend verschwimmen.

Kieler Nachrichten im Web:

www.kieler-nachrichten.de

Neue Westfälische im Web:

www.nw.de

Über Exozet

Exozet ist die Agentur für Digitale Transformation und Deutschlands führender Digital-Dienstleister im Bereich Medien und Entertainment. Mit 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Berlin, Potsdam-Babelsberg und Wien berät und gestaltet sie seit 1996 den Digitalen Wandel in Unternehmen wie z.B. Axel Springer, BBC, Red Bull, Audi und Deutsche Telekom.

Bei Fragen oder Interview-Wünschen wenden Sie sich gern an: Clemens Glade | Public Relations

clemens.glade@exozet.com | T: +49 30 24 65 60-220

exozet.com | facebook.com/exozet | xing.com/company/exozet