



20



26



32

## Trends 2011

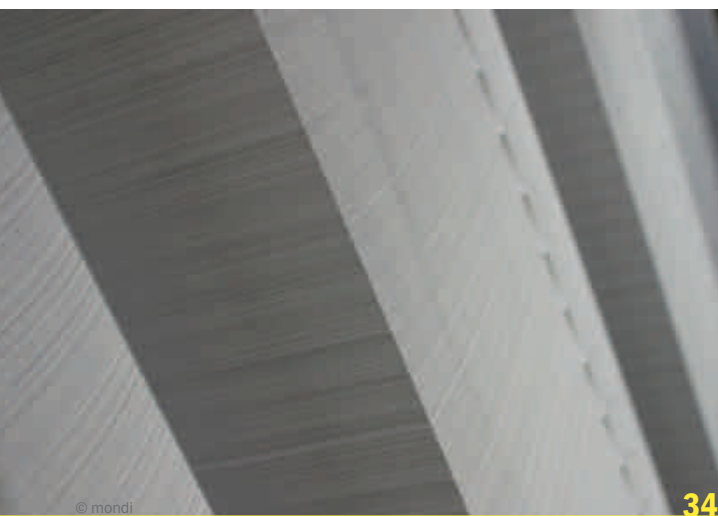
<b>CPler stellen die Weichen für das nächste Jahrzehnt</b> Aus „Blättchenmachern“ werden ganzheitliche Contentprovider	13
<b>Erfolg durch Relevanz und Glaubwürdigkeit</b> EICP legt drittes CP-BAROMETER vor	14
<b>Social Media ist weit mehr als nur ein Massenhype</b> Björn Sprung, Mitglied der Geschäftsleitung von Nielsen Media Research, über Nutzung und Entwicklung von Social Media und dessen Hype	18
<b>Kognitive Erweiterung statt kognitiver Überforderung</b> Christian Hoffmeister, Geschäftsführer Bulletproof Media, über die Gefahren und Herausforderungen des Brandings in sozialen Netzwerken	20
<b>„Mit Social Networks beginnt auch für CP ein neues Zeitalter“</b> Mediaexperten-Umfrage über die „neue Rolle“ der CP-Medien	22
<b>App ist nicht gleich App</b> Bei Mediascore stehen auch Smartphone-Apps im Fokus der Medienwirkungsexperten	25
<b>„Wir sind schon lange keine Print- Onkels mehr“</b> Interview mit Dr. Andreas Siefke, 1. Vorsitzenden des FCP, über die künftigen Ziele und die Potenziale für Corporate Publishing	26
<b>Was wirklich zählt</b> Wolfgang Thomas, Geschäftsführer NetzwerkReklame, über die Potenziale von CP im Performance Marketing	30
<b>„Die Zeit des Experimentierens ist vorbei“</b> Der Einsatz von Bewegtbildern im Internet wird immer beliebter	32

## Porträt

<b>„Menschen sind immun gegen schlechte Inhalte“</b> Interview mit Rainer Burkhardt über die Entwicklung und Zukunft des Berliner CP-Dienstleisters	36
--	----

## Druck & Papier

<b>Papierindustrie: Stabiler Aufschwung – schwacher Ertrag</b> Die deutsche Papierindustrie hat sich nach der tiefen Rezession 2009 erholt	38
---	----



34

**Der erste Eindruck zählt** 40  
Die Auswahl des richtigen Papiers entscheidet über den ersten Eindruck des Printmediums und letztlich auch über die zu transportierenden Botschaften

**„Grundsätzlich ist alles möglich, was der Kunde bereit ist zu zahlen“** 42  
Der Kreativität bei den Druckveredelungen sind keine Grenzen gesetzt

**Case Study**

**BERLINER AKZENTE: Mehr Reichweite durch postalische Zustellung** 44  
TNS Emnid Medienforschung prüft Leser-Blatt-Bindung und Reichweite des Kundenmagazins der Berliner Sparkasse

**Service**

Die wichtigsten Corporate Publishing Etat-Wechsel in 2010 46

Die wichtigsten Corporate Publishing-Launches in 2010 48

**Logistik**

Deutsche Post DHL-Studie: DELIVERING TOMORROW 50  
Die „grünen“ Geschäftstrends in der Logistikbranche

**Launches + Relaunches** 52

**Köpfe** 56

**Bücher/Studien** 62

**Termine** 66

**Awards** 67

**Editorial** 3

**Impressum** 66



62



74/75