



Die Chefredakteure von BLAU: (v.l.n.r.) Ralf Rippin (links) und Angelika Jockers sowie Art Director Florin Preußler

10



Klaus Eck, Eck Consulting Group, München

24



Frank-Peter Lortz, ZenithOptimedia

28

Panorama

loved stellt sich neu auf **6**

Medienfabrik Gütersloh mit neuer Struktur **6**

C3: Warten auf die Eidgenossen **7**

Ex-FTDler haben jetzt Oberwasser bei TOE-KOM **7**

L'Oréal setzt bei MEN EXPERT auf Content Marketing **8**

Zweite Ausgabe des Lifestylemagazins BROT erschienen **9**

Inspiring Network baut CP-Geschäft mit Sixt aus **9**

„Gebündelte Schlagkraft, Schnelligkeit – und mehr Storytelling“
Allianz Deutschland AG launcht BLAU für den Innen- und Außendienst **10**

Trends

Distribution ist die Kür des Content Marketing
Nur qualitativ hochwertiger Content hat überhaupt eine Chance vom Leser/User akzeptiert zu werden. Die Kür aber ist eine wirksame Distributions- und Promotion-Strategie **14**

Content Marketing setzt auf Pull statt Push
Content und Content Marketing spielen eine zunehmend zentrale Rolle im Marketing-Mix der Unternehmen – CP MONITOR fragte nach **15**

„Der Kern von Content Marketing ist Content“
Interview mit Dr. Andreas Siefke, 1. FCP-Vorsitzender: wer hat bei CM den Lead, eine Umbenennung des Verbandes, die FCP-Mitgliederstruktur und mehr **22**

Hochwertige Inhalte zu produzieren, reicht nicht mehr aus
Klaus Eck, Eck Consulting Group, über die verschiedenen Möglichkeiten bei der Content Distribution in den verschiedenen Phasen der Customer Journey **24**

Wer hat den Lead beim Content Marketing?
Frank-Peter Lortz, ZenithOptimedia, ist allemal davon überzeugt, dass die Mediaagenturen den Hut aufhaben **28**

Läuft doch von allein, oder?
Wolfgang Thomas, NetzwerkReklame: warum auch Content Marketing kein Perpetuum Mobile ist und von alleine läuft, sondern professionelle Content Promotion braucht **32**

Luxus

Luxusdenken in Bewegung
 Michael Köckritz, Red Indians Publishing, über die sich wandelnde Vorstellung von Luxus **34**

Luxuskunden 2.0: online-affin, markentreu und gut informiert
 WHITE DIGITAL LUXURY STUDY 2014: Online-Shopping gewinnt an Bedeutung und Zeitschriften bleiben weiterhin das relevanteste Medium **36**

Studien

Content Marketing auf dem Vormarsch
 Forum Corporate Publishing legt 8. FCP-Barometer vor **38**

„Die Marke muss zur Chefsache werden“
 Strichpunkt-Studie zu Markenmanagement und Markenwert in deutschen Unternehmen **40**

CP Fragebogen

Karsten Lohmeyer, Editorial Director bei The Digitale **54**
Norbert Minwegen, Leitung Unternehmenskommunikation der Sparkasse KölnBonn **55**

Köpfe **56**

Service

CP-Premieren und -Etatwechsel 2014 **42**

Launches + Relaunches **48**

Bücher **60**

Awards **62**

Termine **63**

Editorial **3**

Impressum **62**



34

© aptone - Fotolia



54

© Jörg Brockstedt

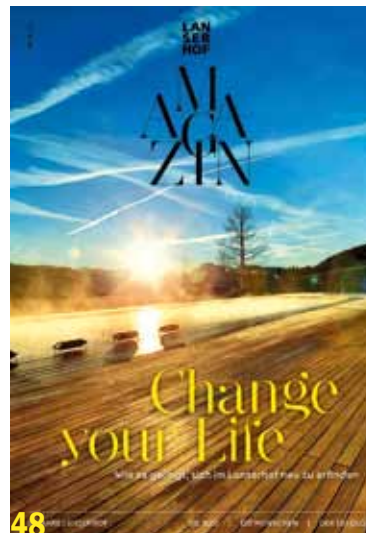
Karsten Lohmeyer, The Digitale



55

© altengarten.de

Norbert Minwegen, Sparkasse Köln



48

