

**CP Trends**

8

**BCP-Award 2009**



<b>Best of Corporate Publishing 2009</b>	<b>14</b>
Alle Gold- und Silbermedaillen-Gewinner des diesjährigen BCP-Awards	
<b>Hall of Fame</b>	<b>20</b>
Dreifach-Gewinner des BCP-Awards in Gold	
<b>Die Top-50 Corporate Publisher</b>	<b>22</b>
Das CP MONITOR-Ranking präsentiert die erfolgreichsten BCP-Award-Teilnehmer von 2003 bis 2009	
<b>FCP gründet Verband für Corporate Communications</b>	<b>24</b>
Interview mit Manfred Hasenbeck über Trends im CP-Markt und die Ziele des Verbandes	
<b>Der algebraische Wert ermittelt den Sieger</b>	<b>26</b>
Die Reglements des BCP-Awards	

**Optik + Redaktion**

<b>„Gekonnte Magazingestaltung gepaart mit Markendene“</b>	<b>28</b>
CP MONITOR-Umfrage zum Thema Bildsprache in Kundenmagazinen	
<b>Ausbrechen aus den Zwängen des CD</b>	<b>32</b>
Gestaltung und Bildsprache von CP-Magazinen, Interview mit Herbert Winkler, mehrfacher „Art Director of the Year“	
<b>„Illustration – ein anderer Anspruch an die Wirklichkeit“</b>	<b>34</b>
Die Kunst der Titelbildgestaltung, Interview mit Stefan Kiefer, Ressortleiter Titelbild DER SPIEGEL	
<b>Vom Mitläufer zur Zielgruppe</b>	<b>36</b>
CP-ler werden von Bildagenturen als eigene Zielgruppe erkannt und umworben	



<b>Der gemeine CP-Designer in der Rolle des Ritters von der traurigen Gestalt</b>	<b>40</b>
Über die grafische Entwicklung im Corporate Publishing, von Horst Moser, independent Medien-Design	
<b>Eine historische Chance für das Corporate Publishing</b>	<b>42</b>
Kreativität in digitalen CP-Medien, Interview mit Lukas Kircher, Bereichsleiter Digitale Medien im FCP	
<b>„Content follows media type“: Kreativität im Corporate Publishing</b>	<b>44</b>
von Lutz Glandt, Deutsche Post World DHL	
<b>CP auf dem Prüfstand</b>	<b>46</b>
Die Effizienz von CP-Medien von Walter Freese, TNS Emnid Medien- und Sozialforschung	