

Medienarchitektur

Mit Ihrem Medienportfolio starke Positionen für Marke und Vertrieb aufbauen

Die Ausgangsposition

Eine Markenarchitektur beschreibt, wie Marken zueinander stehen. Richtig eingesetzt, kann so der Markenwert erheblich gesteigert werden. Für Publikationen wird dieses Potenzial bislang kaum genutzt. Ein bunter Mix aus Magazinen, Berichten, Newslettern, Social Media und digitalen Formaten kommt zwar in vielen Unternehmen zum Einsatz. Allerdings geschieht dies oftmals ohne Überblick über die Zielgruppen, die Verbreitung, die Inhalte – und damit letztlich über die Wirkung der einzelnen Medien auf die Marke und den Vertrieb.

Unsere Beratungsposition

In Corporate Publishing-Projekten treffen oft zwei scheinbar gegensätzliche Interessen aufeinander: Marke und Vertrieb. Wir verbinden beide Welten miteinander. Die Weichen für unternehmerische Entwicklungen und Kaufentscheidungen werden am Meinungsmarkt gestellt. Wer seine Positionen vermitteln kann, schafft für sein Unternehmen neue Wachstumspotenziale.

Wozu eine Medienarchitektur?

Eine strategische Neuausrichtung des Medienportfolios ist auf drei Ebenen wirksam:

Sie orchestriert Einzelformate

Eine Medienarchitektur erzählt eine Zukunftsgeschichte über alle Formate hinweg. Sie verhindert so fragmentierte Medienfamilien sowie ein ineffizientes Mikro-Publishing. Unsere «BiggerPicture»-Methode stellt alle Medien nach Funktionen geordnet auf einem Blick da.

Sie baut Meinungsführerschaft aus

Eine Medienarchitektur vernetzt alle strategischen Themen. Das stärkt die Position gegenüber internen und externen Stakeholdern. Durch Guidelines schärfen wir die Medienmarken und bestimmen gleichzeitig Freiräume für Geschäftsfelder und Ländergesellschaften.

Sie zündet den Digitalisierungsturbo

Eine Medienarchitektur ist plattformübergreifend. Sie verfolgt das Prinzip «digital first»: digital, hybrid und mobil vor analog. Damit kommen Positionen und Angebote direkt auf das Smartphone oder das Tablet wichtiger Zielgruppen.

Was wir anbieten

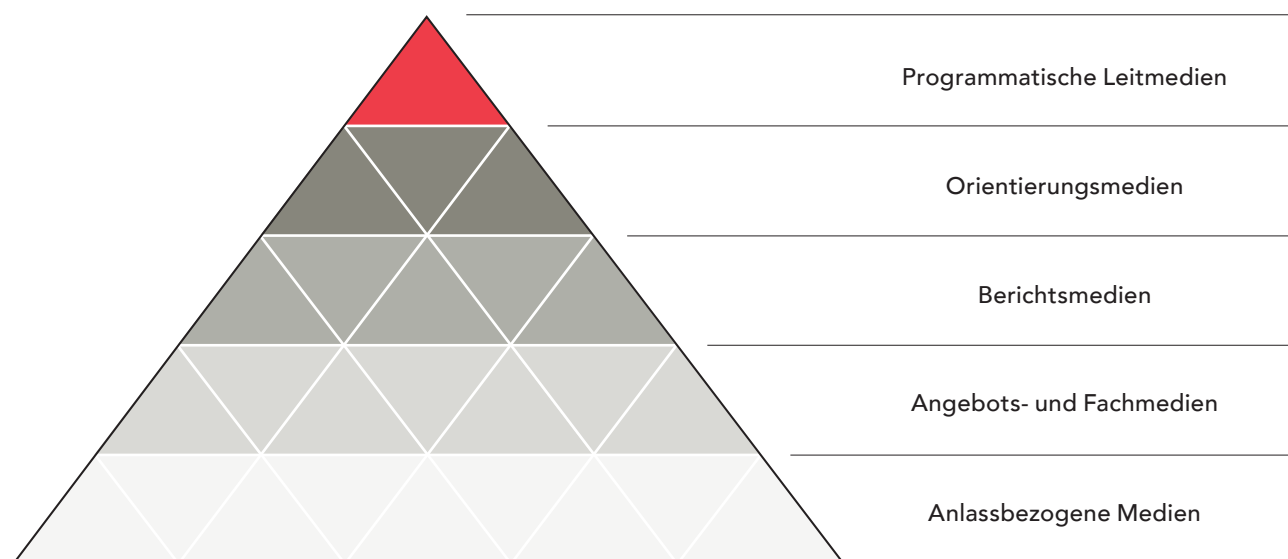
- Medienarchitekturen:
Thematische und visuelle Analysen
- Entwicklung von Medienmarken
- Aufbau von Layoutsystemen zur
Differenzierung von Medienfunktionen
- Ausarbeitung von Guidelines
- Konzeption und Einrichtung eines
Content Center

Wie Sie profitieren

- CEO und Top-Management werden
wirkungsvoller positioniert
- Interne und externe Kommunikation
werden thematisch enger verknüpft
- Mediensynergien ermöglichen mehr
Wirkung bei geringeren Kosten
- Medien werden zu Treibern von Strategie-
vermittlung und digitaler Transformation

Wie ist eine Medienarchitektur aufgebaut?

Eine Medienarchitektur wird nach Funktionen aufgebaut. Sie bringt die drei Koordinaten der Kommunikation – Inhalte, Stakeholder, Formate – in eine steuerbare Ordnung.



Ihre Ansprechpartner



Klaus Lintemeier

Managing Partner
Am Waldspitz 1
81375 München
T +49 89 5787 5365
M +49 172 544 1262
klaus.lintemeier@lintemeier-advisors.com



Ralf Herms

Partner Editorial Design
Salmgasse 4a
1030 Wien
T +43 1 53549 7010
M +49 699 1943 6917
ralf.herms@lintemeier-advisors.com

Auszeichnungen



Lintemeier Advisors gehört zu den führenden Managementberatungen für Strategie und Kommunikation. Wir verstehen Kommunikation als unternehmerische Aufgabe. Unser Leistungsversprechen lautet: Wir verbessern Positionen von Unternehmen und Unternehmern. Dafür bieten wir ein Spektrum individueller und innovativer Beratungsleistungen an. Gemeinsam mit unseren Mandanten entwickeln wir schnell wirksame Lösungen, die exakt auf die jeweilige Aufgabe ausgerichtet sind. Auf Basis unserer unternehmerischen Beratungsphilosophie stellen die jeweils verantwortlichen Partner hocherfahrene Teams zusammen, die den jeweiligen Anforderungen des Projekts auf internationaler wie auf nationaler Ebene genau entsprechen.