

NEWSLINES

AKTUELLES THEMA

Strategie „One brand – all media“

Mit der crossmedialen Strategie „One brand – all media“ verfolgt die Neue OZ den weiteren Ausbau ihres Medien-Angebotes. Ab dem 1. Januar 2008 werden alle gestalteten Anzeigen an ihrem Erscheinungstag neben der Printausgabe zugleich elektronisch veröffentlicht – und zwar im E-Paper (siehe auch „Kurz notiert Neu: E-Paper“) und in einer Anzeigendatenbank, die zu diesem Zweck neu eingerichtet wird.

Diese Datenbank ist im Online-Bereich aller im Verbund der Neuen OZ erscheinenden Tageszeitungen jederzeit abrufbar. Jede gestaltete Anzeige befindet sich dort an ihrem Erscheinungstag analog zu den belegten Druckausgaben. Bucht also ein Anzeigenkunde das Meller Kreisblatt, so findet der User die Anzeige unter www.mkr-net.de, dem Online-Auftritt des Meller Kreisblattes oder in dem zu der Rubrik passenden Anzeigenportal: (job-welt.de = Stellenanzeigen, wohn-welt.de = Immobilien, etc.).

Den Abonnenten wird zukünftig darüber die tagesaktuelle, thematische Recherche nach Anzeigeninhalten wie beispielsweise nach Lebensmittelangeboten, Bekleidung oder Unterhaltungselektronik auf regionaler Ebene ermöglicht.

Das Medienhaus Neue OZ reagiert mit seiner Strategie „One brand – all media“ aktiv auf die steigende Anzahl von Ausgabemedien und die Marktentwicklung des lokalen Online-Sektors. Es besetzt damit eine bundesweite Vorreiterrolle und geht mit seinen Kunden einen Schritt in die multimediale Zukunft. Die Anzeigenkunden erhalten durch diesen Ausbau nicht nur eine deutlich erhöhte Reichweite und ein dickes Plus an Aufmerksamkeit, sondern auch die Chance, neue Zielgruppen zu erschließen. Mehr als 40 Millionen Deutsche sind inzwischen online aktiv, in der Gruppe der ab 14-jährigen sind es 62,7%. Es gilt daher, zukünftig das Medium Internet aktiv in alle Überlegungen einzubeziehen.

INTERESSANT ZU WISSEN:

Der Ausdruck „Crossmedia“ wird in Zusammenhang mit aufeinander abgestimmten Maßnahmen verwendet, die im Rahmen der Kommunikationspolitik stattfinden. Das Besondere an einer crossmedialen Kommunikation ist nicht allein die Übermittlung einer Werbebotschaft auf verschiedenen Kommunikationskanälen. Vielmehr ist die Werbebotschaft so gestaltet, dass dem Kunden, Rezipienten oder Verbraucher mindestens drei Medien angeboten werden, um die Werbebotschaft zu empfangen oder sich interaktiv mit dem dazugehörigen Produkt zu beschäftigen. Quelle: Wikipedia

IHR ANSPRECHPARTNER:

→ **STEFAN SÜß**
Leiter Medien Produktentwicklung & Marketing
Telefon: 0541 / 310 - 728
s.suess@mso-medien.de

NEUE MEDIEN

NEU: E-Paper

Seit Oktober erscheinen alle Zeitungen aus dem Verlag Neue OZ auch als E-Paper Sechsmal wöchentlich (Mo - Fr ab 6 Uhr, Sa ab 9 Uhr) steht die eins zu eins abgebildete Printausgabe den reinen Online-Usern für 17,95 Euro und den Abonnenten für einen Aufpreis von 3,95 Euro pro Monat zur Verfügung. Vorteile gegenüber dem gedruckten Medium sind unter anderem der weltweite Zugriff, die Recherche in allen Artikeln mittels Volltext- und Stichwortsuche sowie ein Archiv aller Ausgaben der jeweils vergangenen 28 Tage. Darüber hinaus können zusätzliche Regionalausgaben gebucht werden – ein Angebot, das beispielsweise für Berufspendler interessant sein dürfte. Durch das Ergänzungsprodukt sollen nicht nur



junge, technik-affine Leser erreicht werden, sondern ebenso bestehende Zielgruppen stärker gebunden werden. Auch für gewerbliche Kunden, öffentliche Einrichtungen sowie die Politik bietet das E-Paper aufgrund der Such- und Archivfunktion interessante Optionen.

IHR ANSPRECHPARTNERIN:

→ **ANNETTE NOACK**
Projektmanagerin
Neue Medien
Telefon: 0541 / 310 - 461
a.noack@neue-oz.de



KURZ NOTIERT



Preisentwicklung 2008

Der Versand der Preislisten ist Anfang Dezember erfolgt, wir möchten Sie über die wesentlichen Preisänderungen im Jahr 2008 informieren:

- **GESTALTETE ANZEIGEN:**
Der Grundpreis wird für die Gesamtausgabe sowie die Ausgaben der Neuen OZ um 3,5 % angehoben. Die 2c-4c-Preise werden entsprechend gestaffelt angeglichen.
- **BEILAGEN:**
Der Grundpreis für die Ausgaben A 1-5 sowie B 1-4 wird um 2,35 Euro pro Tsd. erhöht.
- **NEU STELLENANZEIGEN:**
Für die Ausgaben A 1-5 sowie B 1-3 wird ein erhöhter Stellenanzeigenpreis eingeführt. Bei der Belegung der Gesamtausgabe findet nach wie vor der Grundpreis Verwendung.
Als Download steht Ihnen die Preisliste Nr. 42 ab sofort unter www.neue-oz.de/mediadaten.html zur Verfügung.

→ **IHRE ANSPRECHPARTNERIN FÜR WEITERE INFORMATIONEN:**
Ruth Schock
Serviceleitung Medien
Auftragsbearbeitung
Tel 0541 / 310 - 727
r.schock@mso-medien.de

IMPRESSUM

Schlussredaktion: Imke Baller, i.Baller@neue-oz.de
Redaktion: Birgit Weiglein, birgit.weiglein@t-online.de
Layout: Gunda Schmidt, schmidtgunda@freenet.de

IWV ZAHLEN:

Neue Osnabrücker Zeitung / Zeitungsgruppe Südwest-Niedersachsen

IWV III/07, verkaufte Auflage
Mo - Fr 288.200 Ex.
Sa 314.191 Ex.

NEWS & SERVICEINFOS



KURZ NOTIERT

„Premium & Style“ in neuem Gewand

Das Lifestyle-Magazin „Premium & Style“ aus dem Medienhaus Neue OZ wird zum Frühjahr 2008 relauncht. Am 20. März erscheint das komplett neu gestaltete Hochglanzmagazin erstmals in einem Umfang von ca. 52 Seiten. Insgesamt sind pro Jahr vier Ausgaben vorgesehen in einer Auflage von jeweils 15.000 bis 20.000 Exemplaren. Die Verteilung erfolgt per „premium-Zustellung“ direkt an eine ausgewählte Zielgruppe in der Region Osnabrück. Außerdem liegt „Premium & Style“ an ausgewählten Outlets aus. Das hochwertige

Magazin präsentiert sich in zeitgemäßer Optik und mit einem neuen inhaltlichen Konzept, das in Redaktionsgemeinschaft zwischen der Neuen OZ und der bvw Werbeagentur & Verlag erarbeitet wurde und umgesetzt wird. Ausgewählte redaktionelle Themenschwerpunkte über hochwertige Produkte, Dienstleistungen und Markenartikel sind genau abgestimmt auf die Zielgruppe der über 35-Jährigen mit einem überdurchschnittlich verfügbaren Einkommen, die sich durch Konsumfreude und Markenbewusstsein auszeichnen.

„Premium & Style“ bietet damit ein ideales Werbeumfeld für eine nahezu streuverlustfreie Platzierung exklusiver Konsumartikel u.a. aus Branchen wie Touristik, Lifestyle oder Automobil. Ausführliche Verkaufsunterlagen und Mediadaten erhalten Sie im Januar 2008.



IHR ANSPRECHPARTNER:

→ STEFAN SÜB

Leiter Medien Produktentwicklung & Marketing
Telefon: 0541 / 310 - 728
s.suess@mso-medien.de



Automobile Werbemedien

→ OUT-OF-HOME-WERBUNG:

Kooperation mit TAXI-AD ab 2008

Die MSO Medien-Service übernimmt ab 2008 exklusiv die Vermarktung von zehn Taxen mit Dachwerbung im Osnabrücker Stadtgebiet in Kooperation mit dem europäischen Marktführer TAXI-AD aus Hamburg.

Als fester Bestandteil des Stadtbildes in deutschen Großstädten, kommt diese aufmerksamkeitsstarke Außenwerbung nun auch in Mittelzentren zum Einsatz. Damit steigt die MSO in die „Out of Home“ Vermarktung ein – ein Bereich, der durch die Hinzunahme weiterer mobiler und stationärer Werbeflächen künftig konsequent erweitert werden soll.

Als der Medienvermarkter für die Region Osnabrück / Emsland, verfolgt die MSO darüber den kontinuierlichen Ausbau ihrer Angebotspalette; regionalen wie überregionalen Kunden wird so ein vielfältiger und effizienter Medien-Mix angeboten. Absatz mit Verkaufsunterlagen: Die Verkaufsunterlagen erhalten Sie im Verlauf des Januars.

→ IHR ANSPRECHPARTNER

Stefan Süb
Leiter Medien Produktentwicklung & Marketing
Tel. 0541 / 310 - 728
s.suess@mso-medien.de

„Preview-Zeitung“ zum 97. Katholikentag in Osnabrück

„Zukunft gestalten“ unter diesem Motto steht der 97. Katholikentag, der im Mai 2008 in der Friedensstadt Osnabrück veranstaltet wird. An fünf Tagen werden in der traditionsreichen Stadt unterschiedliche Veranstaltungen, Podiumsdiskussionen und Konzerte stattfinden.

Die Neue OZ wird zu diesem Ereignis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn eine „Preview-Zeitung“ im Halbrheinischen Format (Tabloid) mit einer Auflage von voraussichtlich 700.000 bis 750.000 Exemplaren herausgeben. Die Zeitung wird in einem Umfang von ca. 24 Seiten erscheinen und an

alle Haushalte in einem Radius von 100 bis 150 km um Osnabrück verteilt.

Inhaltlich werden einerseits Programmhilights und andererseits die Stadt Osnabrück als Gastgeber der Veranstaltung vorgestellt, zu der rund 20.000 Dauergäste und jeweils 10.000 Tagesgäste aus dem gesamten Bundesgebiet und dem benachbarten Ausland erwartet werden.

Ein möglicher Themeninhalt wird die „Klimaneutralität des Katholikentages“ sein. Erstmals wird der durch die fünftägige Veranstaltung ausgelöste schädliche Kohlendioxid-Ausstoß durch Schutzmaßnahmen an anderer Stelle ausgegli-

chen. Geplant ist außerdem die Vorstellung der Podiumsdiskussionen – hier sollen beispielsweise unter der Überschrift „Gott ist schön“ ein Supermodel, eine Ordensfrau, eine Designerin und ein Muslim zum Meinungsaustausch zusammentreffen. Mit diesen und vielen weiteren spannenden Vorträgen wird ein redaktioneller Bogen gespannt, der sowohl für regionale als auch für überregionale / nationale Werbungtreibende und kirchennahe Einrichtungen ein ideales Umfeld für Anzeigen und Beilagen bietet.

Die Verkaufsunterlagen erhalten Sie im Verlauf des Januars.

Erfolgreich: Werbekonzept zum Herforder Brauerei-Fest

Für das nach vier Jahren erstmals wieder stattfindende Brauereifest des renommierten Unternehmens Herforder erstellte die MSO Medien-Service ein umfangreiches Werbekonzept. Bestehend aus einer vierseitigen Anzeigenstrecke in 4c kam auch die Tip-on-Card zum Einsatz. In Anlehnung an die Herforder Plakat-Werbekampagne übernahm die MSO ebenfalls die grafische Gestaltung der Tip-on-Card. Die beiden Werbeformate wurden zeitversetzt veröffentlicht, um nachhaltige Aufmerksamkeit zu



erzeugen. Als Teaser erschien zuerst die vierseitige Anzeigenstrecke, zwei Tage später folgte die Tip-on-Card als Reminder und direkter Einladung an die Gäste aus Osnabrück.

Die Kampagne erzielte in der Woche vor der Veranstaltung durch die Belegung der Ausgaben A1-5 eine gute Reichweite und eine überwältigende Resonanz. Mit über 70.000 Besuchern bezeichnete die Herforder Brauerei ihr Fest als einen vollen Erfolg. Die erstmalig auf Empfehlung der MSO Medien-Service geschaltete Kombination aus Anzeigenstrecke und Tip-on-Card überzeugte das Unternehmen vollständig: In einem Schreiben an die MSO Medien-Service brachte die Brauerei dies noch einmal deutlich zum Ausdruck.



KURZINFO

HERFORDER BRAUEREI

Historie:
Privatbrauerei seit 1878

Sitz:
Hiddenhausen-Sundern

Bierausstoß in 2006:
ca. 515.000 hl

Marktposition:
Neben der Barre-Gruppe größte Brauerei in Ostwestfalen

Aktuell:
2007 Verkauf der Mehrheitsbeteiligung an die Warsteiner-Gruppe