Udvikling og relancering af magasiner, websites og nyhedsbreve

Darwin var godt nok ikke medieforsker

Alligevel tør vi godt nasse lidt på hans 150 år gamle teori om den stærkestes overlevelse, når vi udvikler og relancerer medier. Vi har nemlig opdaget, at stærke medier har to ting til fælles: Strategisk præcision og journalistisk sjæl. Svage medier savner som regel begge dele. Derfor dør de – før eller siden.

Kontrabande skaber stærke medier. Uanset om opgaven er et fagblad, et personaleblad, et kundemagasin, et website eller et nyhedsbrev, er målet at skabe et medie med kant og karakter. Et medie, der er værd at bruge tid på for modtageren – og derfor værd at bruge penge på for afsenderen.

Vores ydelse er et detaljeret koncept, som giver klare rammer for redaktører, journalister, grafikere og kommunikationsfolk. Og et spændstigt indhold for modtageren – hver gang.

Konceptudviklingen foregår på workshops. Vores faste udviklingsmetode sikrer, at alle mediets grundlæggende elementer afklares og udvikles skridt for skridt:

- Mediets formål og mål
- Mediets relation til og inddragelse af målgruppen
- Mediets visuelle identitet og point of difference
- Mediets fokus, indhold og stofområder
- Mediets journalistiske stil, profil og tone

Efter udviklingsforløbet har redaktør og redaktion et klart koncept for, hvad mediet skal rumme og sigte på. Og de har selv været med til at skabe det. Også dét er med til at gøre et medie stærkt.

Få mere at vide:
Direktør Stine Carsten Kendal: sck@kontrabande.com/telefon: 28 80 25 59

Kontrabande: Journalistik, medier, strategi
Kontrabande er en journalistisk udviklingsvirksomhed. Vi leverer:

- Analyser af medier og målgrupper
- Udvikling, evaluering og relancering af medier
- Design af websites, nyhedsbreve, aviser og magasiner
- Redaktion og journalistik
- Seminarer, kurser og efterkritik
- Rådgivning om kommunikations- og kanalstrategi

Kontrabande
Snaregade 10B
1205 København K
T: +45 3333 8387
www.kontrabande.com

KONTRABANDE

Kunderne om Kontrabandes medieudvikling

Internt magasin for Novo Nordisk CMC

"Kontrabande har leveret et imponerende magasin-koncept, som både visuelt og redaktionelt viser helt nye sider frem af vores organisation – samtidig med at vores virksomhedsidentitet er den tydelige røde tråd. Med CMC Supply Magazine har vi fået et magasin, som varieret og kreativt formidler vores identitet, historie og organisation."

Mette Lindegaard Attrup, Vice President, Novo Nordisk, CMC Supply

Strategisk nyhedsmagasin for Dansk Landbrug

"Kontrabandes unikke kombination af journalistiske og strategiske kompetencer gjorde det muligt at udvikle et ekstremt præcist og målrettet medie på ganske få uger – oven i købet i en proces, der var kreativ og involverende for de personer, der efterfølgende skulle være med i magasinets redaktionsgruppe. Vi er meget begejstrede for udviklingsprocessen – og for det medie, der kom ud af det."

Lone Saaby, vicedirektør, Dansk Landbrug

Relancering af Højskolebladet

"Kontrabande formåede i løbet af kort tid i tæt samarbejde med Højskolernes Hus at gendanne bladet med et fokuseret og tidssvarende redaktionelt koncept og en imødekommende grafisk profil, samt producere indhold til bladets relanceringsnummer. Hele forløbet var præget af professionalisme og afslappet, men målrettet kommunikation fra Kontrabandes side, hvilket både bladet og FFD's involverede medarbejdere nød godt af."

Niels Glahn, generalsekretær, Foreningen af Folkehøjskoler i Danmark

Kundemagsin for Dansk Design Center

"Kontrabandes evne til at skabe et spændende og indholdsrigt magasin med en krystalklar forankring i vores overordnede strategi, har været enestående. I dag kan vi derfor med stor glæde konstatere, at Designmatters kommunikerer på en måde, vores målgruppe forstår, og at magasinet kommunikerer helt i overensstemmelse med de strategiske budskaber, vi gerne vil have ud."

Christian Scherfig, administrerende direktør, Dansk Design Center

Kontrabande
Snaregade 10B
1205 København K
T: +45 3333 8387
www.kontrabande.com

KONTRABANDE