

Pressemitteilung vom 7. Oktober 2005

Zielgruppenfokussierung und virtuelle Unternehmensorganisation bewähren sich:

## Das VersicherungsJournal wird fünf Jahre alt

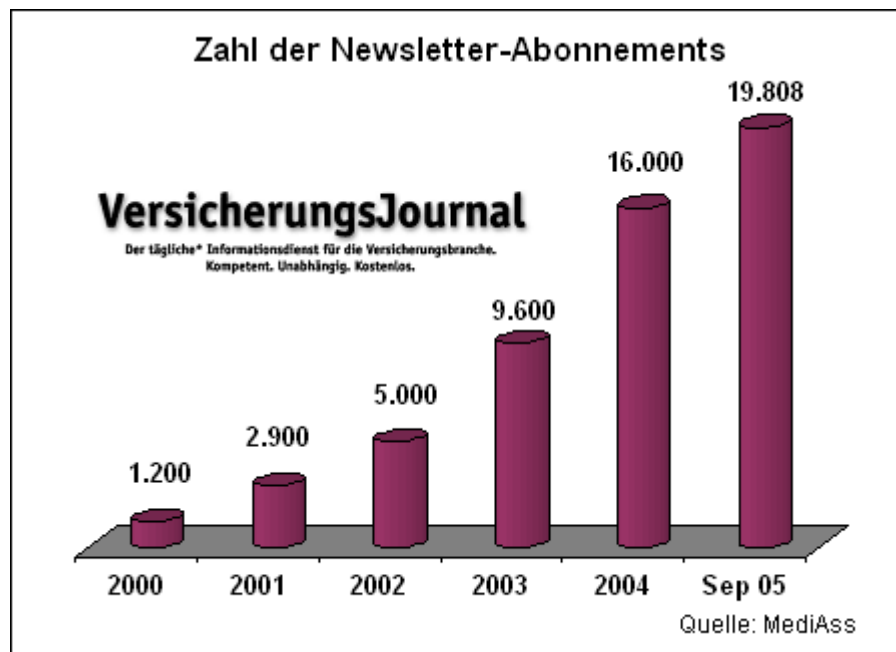
**Am 9. Oktober 2000 erschien das „VersicherungsJournal“ zum ersten Mal. Seitdem findet der arbeitstägliche Branchen-Informationsdienst immer mehr Interesse bei Lesern und Werbetreibenden.**

„Dieses Online-Angebot schließt die Lücke zwischen den Tageszeitungen, die Versicherungsthemen mehr oder weniger nur am Rande aufgreifen und den Fachzeitschriften, denen es wegen der größeren Erscheinungsrhythmen häufig an Aktualität fehlt“, so begründete Herausgeber Claus-Peter Meyer damals das neue Angebot.

Diese Marktlücke füllt das VersicherungsJournal auch fünf Jahre nach seinem ersten Erscheinen – und das mit ständig wachsender Leserakzeptanz. Fast genau 20.000 Newsletter-Abonnenten sind inzwischen erreicht.

### Kostenlos allein reicht nicht

Meyer: „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass gerade angesichts der zunehmenden Newsletterflut Qualität gesucht wird. Auch kostenlose Angebote werden nur wahrgenommen, wenn Sie dem Leser etwas Neues und etwas für seine Arbeit wirklich Wissenswertes und Nützliches bieten“.



### Finanzierung über Werbung

Die Finanzierung wird über Werbung, Content-Verkauf an Versicherungsunternehmen, Versicherungsvermittler und andere Interessenten sowie seit Anfang des Jahres auch durch den kostenpflichtigen Zugang zum Archiv über ein Jahresabonnement oder als Einzelbezug über die Genios Wirtschaftsdatenbanken sicher gestellt.

Die Online-Werbung findet zunehmende Akzeptanz bei den Werbetreibenden. Die Anzeigenplätze sind teilweise bis zu einigen Monaten im Voraus ausgebucht.

### **Das Besondere am VersicherungsJournal**

Zu den Besonderheiten des VersicherungsJournals gehört, dass es sich klar auf die Interessen und Themen der Mitarbeiter und Vermittler der Versicherungswirtschaft sowie anderer an dieser Branche Interessierten konzentriert. Schwerpunkte sind daher die Berichterstattung zu Versicherungen, Markt und Politik, Unternehmen und Personen, Vertrieb und Marketing sowie Büro und Organisation.

Herausgeber des VersicherungsJournals ist die MediAss Versicherungsinformation und Medien GmbH in Ahrensburg. Das Unternehmen ist kein Verlag im klassischen Sinn. Vielmehr ist die virtuelle, vernetzte Unternehmensorganisation mit weitgehend freiberuflich tätigen Mitarbeitern gelebte Praxis.

Dank einem enormen Engagement der Mitwirkenden und einer schlanken Organisation konnte das Unternehmen in seiner Gründungsphase den Niedergang des Internethype und den damit einhergehenden Einbruch der Werbeeinnahmen unbeschadet durchstehen.

### **Flächendeckendes Korrespondentennetz**

Das Journalisten-Netz ist auf mittlerweile zehn Freiberufler gewachsen. Dadurch stehen nun bundesweit Korrespondenten zur Verfügung. Seit September diesen Jahres ist die erfahrene Versicherungs-Fachjournalistin Susanne Görtsdorf-Kegel als Chefin vom Dienst mit dabei.

Auf der Messe [DKM](#) am 26. und 27. Oktober wird das VersicherungsJournal erstmals mit einem eigenen Stand „zum Anfassen“ präsent sein. Das Gespräch mit den Lesern soll helfen, die Zielgruppenfokussierung und die Qualität des Angebots noch weiter zu verstärken.

### **Kontakte**

Herausgeber: Claus-Peter Meyer, Telefon 04102 8249539, [cp.meyer@mediass.de](mailto:cp.meyer@mediass.de)

Chefredakteur: Matthias Beenken, Telefon 02327 994483, [redaktion@versicherungsjournal.de](mailto:redaktion@versicherungsjournal.de)

Vertrieb: Simona Salzburg, Telefon 030 72019729, [s.salzburg@mediass.de](mailto:s.salzburg@mediass.de)