

# thinkforward – das crossmediale SAS-Kundenmagazin



Das SAS-Magazin  
thinkforward  
für Deutschland,  
Österreich und die  
Schweiz

Heute ist es wichtig überall erreichbar zu sein. SAS und TWT Digital Health setzten diese Anforderung um. Ob Print, Online oder Mobile – das thinkforward-Magazin erfüllt alle Ansprüche und Erwartungen.

Erfolgreiches Corporate Publishing ist stets eine Kombination aus Fachkommunikation und Infotainment, aus inhaltlicher und optischer Aufbereitung. Und auch aus der Vernetzung verschiedener Kanäle. Über alle Branchen hinweg gilt Corporate Publishing als zuverlässiges Instrument um Vertrauen aufzubauen. Und Vertrauen ist nach wie vor eine entscheidende Grundlage wirtschaftlich erfolgreicher Geschäftsbeziehungen.

Deshalb macht Corporate Publishing bei der Pflege von Image und Marke den entscheidenden Unterschied. Wichtig ist es, hier eine unverwechselbare Identität zu entwickeln und sich damit zu profilieren. In fast allen großen, aber auch zunehmend in mittelständischen Unternehmen sind Unternehmensmedien deshalb ein wichtiges Teilelement im Rahmen einer integrierten Kommunikation. Dabei gilt: Je professioneller die Medien gemacht sind, umso stärker und glaubwürdiger wirken sie. Das weiß auch SAS, einer der weltgrößten Softwarehersteller. Zusammen mit TWT Digital Health hat der Softwarehersteller ein Vorzeigemodell des Corporate Publishing erschaffen: thinkforward

Bei diesem Kundenmagazin hat der Leser selbst die Wahl. Wie die Printausgabe, präsentieren sich auch das mobiloptimierte Online-Portal und

---

## Auf einen Blick

Für SAS entwickelt TWT Digital Health das Kundenmagazin thinkforward: Aktuell, wertig und im besten Sinne crossmedial  
[www.sas-thinkforward.de](http://www.sas-thinkforward.de)

die Web-App für das iPad mit vielen spannenden Praxisgeschichten aus allen Branchen, Beiträgen zum aktuellen Marktgeschehen und Interviews aus Forschung und Entwicklung. „Corporate Publishing umfasst bei uns stets einen Mix aus verschiedenen Instrumenten wie Magazin, Newsletter, E-Journal, Microsite oder App. Sie tragen dazu bei, dem Unternehmen eine eigene Identität verschaffen“, sagt Klaus Mueller, Geschäftsführer von TWT Digital Health.

Das Printmagazin mit seinem wechselnden Titelthema, vor dessen Hintergrund die Beiträge aus unterschiedlichen Richtungen beleuchtet werden, ist wertig, aktuell und optimal mit der Online- und Mobile-Ausgabe des thinkforward-Magazins verknüpft. So finden sich am Ende jedes Beitrags Links und QR-Codes, die direkt zu weiteren Informationen und Downloads führen.

Gut gemachte Unternehmensmedien vermitteln Wertigkeit, schaffen Vertrauen und sind deshalb ein optimales Werkzeug zur Kundenbindung. Wir bieten umfassende Expertise im Bereich Corporate Publishing und realisieren für Sie anspruchsvolle Unternehmenskommunikation in allen Kanälen. Das SAS-Magazin thinkforward ist ein Paradebeispiel für die Anpassung und Vernetzung verschiedener Devices.

Michael Grüterich, Geschäftsführer von TWT Digital Health

Im vielseitigen Online-Portal sas-thinkforward.de finden sich alle Artikel des jeweils aktuellen Printmagazins inklusive Zusatzmaterialien und Downloads. Außerdem stehen zusätzliche Artikel und Beiträge mit weiteren Informationen zur Verfügung. Mit der Weiterempfehlungsfunktion von Facebook oder Twitter können ausgewählte Beiträge sofort über soziale Netzwerke auch anderen verfügbar gemacht werden.

Die Web-App zum thinkforward-Magazin archiviert außerdem als Kiosk-App die thinkforward-Ausgaben. So ist das Magazin jederzeit greifbar und optimal auf die verschiedenen Lesesituationen abgestimmt.



### Ihr Ansprechpartner

Klaus Mueller  
 Telefon +49 6221 8220 22  
 klaus.mueller@twt.de  
[www.twt-digital-health.de](http://www.twt-digital-health.de)

### Über TWT Digital Health

TWT Digital Health steht für zukunftsweisende E-Health-Lösungen, medizinische Software, Healthcare-Apps und Gesundheitsmarketing. Mit einem erfahrenen Team aus Beratern, Entwicklern und Kreativen realisieren wir Prozesse, die Ihre Botschaft mit State-of-the-art-Technologie zur relevanten Zielgruppe bringen und die gleichzeitig den hohen Pharmastandards genügen. Und das seit 1997.