

multimedia magazin



KMS produziert Hörbuch-Bestseller: Wie findet man die besten Mitarbeiter?

Gute Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor eines Unternehmens. Jörg Knoblauch und Jürgen Kurz erläutern in ihrem Hörbuch, wie man die besten findet und an das Unternehmen bindet.

Der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens hängt heute nicht mehr primär von seinen Produkten ab, sondern von seinem Personal. Die Menschen stehen an erster Stelle. Wer kein gutes Team hat, wird mit seinen Produkten kaum konkurrenzfähig sein. Nur begeisterte Mitarbeiter sorgen für begeisterte Kunden und eine konstruktive Unternehmenskultur. Und hinter besonderen Erfolgen stehen immer außerordentlich begabte und engagierte Menschen.

Im ersten Teil der von KMS produzierten Hörbuch-CD zeigen die Autoren in sieben Schritten, wie man die besten Mitarbeiter erkennt, auf sich aufmerksam macht und für sich begeistert. Dazu gehört unter anderem die Integration von Personalfragen in die strategische Tagesordnung, die Unterscheidung in A-, B- und C-Mitarbeiter, die Kunst des erfolgreichen Bewerbungsgesprächs sowie das Vermeiden von Fehlbesetzungen.

Im zweiten Teil erläutern Knoblauch und Kurz anhand eines Neun-Stufen-Modells, wie man Spitzenmitarbeiter hält und fördert, indem man immaterielle und materielle Anreize optimal verbindet.

Eine sehr empfehlenswerte Produktion. So hat die aktuelle gedruckte Version beim Online-Buchhändler Amazon ausgezeichnete Bewertungen erhalten: Neun von zwölf Rezensenten gaben der ABC-Strategie die Note 1.



Schalten Sie ab, wenn Sie kreativer werden wollen ... Seite 2



Liebe Leserinnen und Leser, wenn Sie sich bei einem echten Kölner nach der Ortschaft Eldorf erkundigen, dann wird er wohl mit einem ahnungslosen Schulterzucken reagieren. 20 Kilometer Luftlinie können ziemlich weit sein. Fragen Sie dagegen einen Fremden nach Köln, dann stehen die Chancen gut, dass er weiß, wo es liegt.



Kreatives Ambiente: der neue Firmensitz von KMS

Das ist aber nur einer der Gründe, warum wir unser „altes“ Büro in Eldorf mit neuen Räumlichkeiten in Köln getauscht haben. Die Medienmetropole ist nicht nur weltweit ein Begriff, hier sind wir auch viel näher dran: An Ihnen, falls Sie uns besuchen und mit mir oder unseren Produktexperten sprechen möchten. Näher am Flughafen und am Hauptbahnhof. Und an unseren Partnern, Herstellern und Lieferanten, die Köln als Messestadt und Treffpunkt der Kreativen schätzen.

Wir alle fühlen uns in unserem neuen Office wohl. Stadtluft regt an, macht neugierig, fordert heraus. Genau das richtige Umfeld für KMS.

J. Hofitz

Ihr Reiner Kafitz

Ihre Ansprechpartner bei KMS (von links): Saskia Kurth, Paul Gerz, Lea Maubach, Gerhard Stroth, Titelseite: Walter Höppner, Erika Kafitz, Sebastian Gnauck, Sandra Mika

Jochen Mai „Schalten Sie ab, wenn Sie kreativer werden wollen!“

Es ist leider so: Die besten Ideen werden regelmäßig fernab vom Schreibtisch geboren. Beim Duschen etwa, beim Joggen, im Schlaf oder, nun ja, auf der Toilette.

Als die Schweizer Universität St. Gallen einmal Ingenieure danach befragte, wo diese von Geistesblitzen heimgesucht wurden, war der Arbeitsplatz überraschenderweise nicht dabei. Stattdessen erhielten 76 Prozent der Befragten ihre Eingebungen im Urlaub, beim Spaziergehen oder beim Zähneputzen. Psychologisch lässt sich das leicht erklären. Damit der menschliche Geist kreativ werden kann, muss er entspannt sein. Druck, Monotonie und vier immer gleiche Wände um einen herum sind pures Gift für die Inspiration.

Nicht ohne Grund zieht es Künstler, Dichter und Gelehrte zur Ablenkung vom Alltag beharrlich in die Natur. Wer dagegen den ganzen Tag im Büro hockt, stur auf seinen Bildschirm starrt, Akten wälzt und dabei auf eine zündende Idee hofft, wird höchstwahrscheinlich lange warten. Routinen zwingen die Gedanken in eine lineare und damit vorhersehbare Richtung. Kreativität entsteht aber erst dann, wenn ein Teil des Gehirns freie Assoziationen vornehmen kann, wenn es ungewöhnliche Reize empfängt und beginnt, (neue neuronale Netze) zu spinnen. Zudem verbinden die meisten



→ Fortsetzung Seite 3

Jochen Mai,
Ressortleiter der WirtschaftsWoche
und Autor der Karrierebibel
(www.karrierebibel.de)



Blu-ray noch lange nicht tot Microsoft setzt für seine Xbox auf Streaming. Doch die Kunden bleiben skeptisch.

Microsoft zeigt dem Blu-ray-Format nach wie vor die kalte Schulter. Wie der britische Xbox-Manager Stephen McGill in einem Interview unterstreicht, denkt Microsoft weiterhin nicht daran, ein Blu-ray-Laufwerk für die Xbox 360 herauszubringen.

"HD-Streamings und -Downloads werden zweifelsohne beliebter. Der Weg von physischen Datenträgern hin zur rein digitalen Mediennutzung ist aber noch ein langer", meint hingegen der ScreenDigest-Analyst Richard Cooper. Neben der fehlenden Breitband-Infrastruktur, die noch hohe Investitionen benötige, würden sich viele Konsumenten erst langsam mit der neuen Mediennutzung anfreunden.



DAS IDEALE MEDIUM – VOR ALLEM FÜR 3D



"Eine Blu-ray-Disc ist ein hochwertiges Produkt, das zudem sehr unkompliziert zu verwenden ist. Viele Leute kaufen physische Discs zudem als Geschenk, weil es einfach mehr hergibt als ein unpersönlicher iTunes-Gutschein", glaubt Cooper nicht an ein frühzeitiges Ende von Blu-ray und Co. Zusätzliches Momentum erhält das Format durch den derzeitigen Hype um 3D, das enorme Datenmengen verschlingt und für Streaming-Lösungen besonders problematisch ist.

Ähnlich wie sein Analytikerkollege sieht Futuresource-Consulting-Director Jim Bottoms das Blu-ray-Format noch lange nicht als erledigt an. "Das Marktwachstum sowohl bei Discs als auch bei Playern liegt gerade in großen Märkten wie Deutschland weit über den Erwartungen. Wenn man die Schlangen von Menschen sieht, die beim Verkaufsstart von Halo 3 die Geschäfte stürmten, kann man davon ausgehen, dass physische Datenträger und das dazu gehörige Einkaufserlebnis nichts von ihrer Attraktivität eingebüßt haben", erklärt Bottoms.

→ Fortsetzung von Seite 2

Menschen mit ihrem Schreibtisch instinktiv Begriffe wie »Arbeit«, »Ärger«, »Stress«. Das hemmt zusätzlich. Bedauerlicherweise, muss man sagen.

Denn auf kreative Impulse kommt es heute an. Überall fordern Bosse ihre Belegschaften zu mehr Inspiration und Innovationen auf, weil das die einzige Chance ist, im



globalen Wettbewerb zu bestehen. Billig produzieren können viele, aber nur wenige können es besser. Bundeskanzlerin Angela Merkel entwickelte deshalb sogar das Diktum eines »kreativen Imperativs« für Deutschland.

Das war allerdings eine Schnaps-idee. Geistesblitze gibt es nicht per Dekret. Am Arbeitsplatz die Devise auszugeben: ‚Seid jetzt mal alle schön kreativ!‘ ist jedenfalls so effektiv wie einem Depressiven zuzurufen: ‚Sei doch mal wieder froh!‘

»Das Thema ist nicht, die Kreativität zu steigern, denn entweder ist ein Mitarbeiter kreativ oder er ist es nicht. Ich muss nur verhindern, dass Kreativität in der Bürokratie untergeht oder an Budgets scheitert«, sagte zum Beispiel Hermut Kormann, Mitgründer der Wissensfabrik, in einem Handelsblatt-Interview. Wer also auf die Erleuchtungen seiner Mitarbeiter setzt, tut gut daran, diese einen Teil ihrer Arbeitszeit vom Schreibtisch zu verbannen und auf Reisen, Messen, Seminare, Kongresse oder sonst wohin zu schicken, um sie auf andere Gedanken zu bringen. So wie bei Google,

→ Fortsetzung Seite 4

FORSCHUNG

Es stimmt doch: Das Internet macht glücklicher

Was den Einfluss des Internets auf die Menschen betrifft, gehen die Expertenmeinungen zumeist sehr weit auseinander. Ein aktueller Bericht der British Computer Society (BCS) könnte nun aber neues Licht auf diesen komplexen Zusammenhang werfen und vor allem jene Argumentationsschiene stärken, die von einem grundsätzlich positiven Effekt ausgeht. Schenkt man den Untersuchungsergebnissen Glauben, ist das Web nämlich ein wahrer „Glücksbringer“ für dessen Nutzer: Wer über einen Zugang zum weltweiten Netzwerk verfügt, fühlt sich insgesamt besser und glücklicher.

„Die gängige Meinung geht allzu oft davon aus, dass die moderne Informationstechnologie einen negativen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit der Menschen ausübt“, erklärt BCS-Präsidentin Elizabeth Sparrow. Die durchgeführte Untersuchung beweise genau das Gegenteil: „Die IT hat einen direkten positiven Effekt auf die Lebenszufriedenheit. Dies trifft auch dann noch zu, wenn man verschiedene Faktoren wie die Einkommenshöhe, die in der Regel für die Definition von Wohlbefinden herangezogen werden, in die Analyse miteinbezieht“, betont Sparrow.



SERVICE

Magic Cube reloaded KMS liefert den Zauberwürfel als USB-Stick

Das nichts unmöglich ist für die Produktprofis von KMS, die hatte die Produktionsagentur für Druck und Medien LM intermedia in Erinnerung. Flugs rief sie an, als sie für einen Kunden eine Neuauflage des weltberühmten Zauberwürfels suchte – allerdings als USB-Stick. Für unsere Mitarbeiterin Kristin Langer kein Problem: Schon wenig später wurden die

individuell gefertigten Sticks auf Messen und Präsentationen verteilt. „Ein voller Erfolg“ – so das Resümee des glücklichen Auftraggebers, der seine Ideen 1:1 umgesetzt findet.

WEITERE INFOS: KRISTIN LANGER,
Fon +49 (0) 2234 9908-540
KL@KMS.EU



→ Fortsetzung von Seite 3

wo Angestellte seit jeher nebenbei kickern, flippieren, telespielen und sogar 20 Prozent ihrer regulären Arbeitszeit in eigene Projekte investieren dürfen – und dabei so amüsante Dinge geschaffen haben wie etwa den Flugsimulator für GoogleEarth.

Die Harvard-Professorin Teresa Amabile gehört zu den Koryphäen im Bereich der Kreativitätsforschung. Für eine ihrer Studien wertete sie einmal rund 12.000 Tagebucheinträge von 238 Menschen aus, die sich kreativ betätigt hatten. Ihr Fazit: Zeitdruck eignet sich überhaupt nicht, um Büros eine mentale Frischzellenkur zu verpassen. Im Gegenteil: Wer unter Zeitdruck stand, war sogar besonders un kreativ. Der permanente Stress nahm den Leuten jede Gelegenheit, sich mit einem Thema intensiver zu beschäftigen und ihre Ideen reifen zu lassen. Fast noch schlimmer daran aber war: Selbst als sich die Mitarbeiter wieder entspannten, blieben sie unproduktiver als sonst – über mehrere Tage hinweg.

Falls Sie also gerade an der zündenden Idee laborieren und sich bemühen, etwas besonders Originelles auszubrüten, einen pfiffigen Einstieg für Ihre Präsentation heute Nachmittag zum Beispiel: Lassen Sie es! Der Weg zum lichten Moment führt sicher nicht über ein geistiges Martyrium. Vielmehr entsteht Innovation durch eine Art Gärungsprozess: Man nehme ein paar Anregungen, lenke sich ab, spreche mit Kollegen oder Freunden darüber und lasse die (gemeinsamen) Gedanken kochen, blubbern und sich entfalten.

Oder wie es der US-Psychologe und renommierte Kreativitätsforscher Mihaly Csikszentmihalyi (gesprochen übrigens: Mihai Tschick-Sent-Mi-Haji) einmal sinngemäß ausgedrückt hat: Kreativität findet nicht im eigenen Kopf statt, sondern durch den Austausch unserer Gedanken mit anderen, weil erst die Gemeinschaft eine Idee als wirklich wertvoll anerkennt.



Neu bei KMS: 360°-Panoramen für Ihre Website

Neben der dreidimensionalen Präsentation von Fotos und Filmen setzen sich interaktive Rundum-Fotos immer mehr durch und machen den Besuch von Websites zu einem ganz neuen Erlebnis.

Während sich Produkte anhand von 3-D-Aufnahmen rundum von aussen betrachten lassen, ist zur Darstellung von Räumen oder Panoramen die 360°-Fotografie genau das richtige Medium. Hier kann sich der Zuschauer quasi von innen eine Szenerie „erwandern“.

Dabei ist das jetzt von KMS unterstützte Verfahren ganz einfach: Am Anfang steht immer ein erstes Kugelpanorama. Im Web liegt es als Flash-Datei vor, einem kleinen und schnellen Datenformat. Die Verbreitung unter Internetnutzern liegt bei über 90 %.

Mit der Maustaste klickt man in das Bild hinein und „zieht“ es hin und her. Durch die Verknüpfung mit weiteren Panoramabildern lassen sich sogar verschiedene Standorte darstellen und intuitiv durchschreiten. Ist man einmal im Bild, findet man sich schnell ohne große Erklärungen zurecht.

Ein Beispiel: Im Panorama-Bild erscheint beim Rotieren ein Hinweis wie etwa: „Nächstes Zimmer“. Mit nur einem

Klick wechselt der Betrachter den Raum und kann die Panoramen zum virtuellen Rundgang durch eine Wohnung mit einem Grundriss verbinden. So erhält der Betrachter immer den Überblick. Und er kann gezielt in das Zimmer „springen“, das er ansehen möchte.

Selbst Audiofiles, beispielsweise gesprochene Informationen, können in ein Panorama eingebunden werden. Perfekt, wenn man im gezeigten Raum ausgewählte Details präsentieren will. Ein weiterer Vorteil ist, dass sich diese Details auch mit weiteren 3-D Aufnahmen von Produkten und Werkstücken verknüpfen lassen.

Das Team von KMS unterstützt Sie dabei in allen Produktionsphasen: Der Auswahl und Optimierung Ihrer Locations, der professionellen Fotografie mit hochwertigem Equipment, der Montage und Fertigstellung für das Internet. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte direkt

an Reiner Kafitz.

WEITERE INFOS: REINER KAFITZ
Fon +49 (0) 2234 9908-0
RK@KMS.EU

DATEN BEARBEITEN	MEDIEN AUSWÄHLEN	SICHERN VERSCHLÜSSELN
---------------------	---------------------	--------------------------

**Mit Digital Media
zum geplanten Erfolg**

Der Komplettservice
rund um CDs, DVDs, USBs, Blu-rays
und SD-Karten

KMS KAFITZ MEDIEN SERVICE **KMS**

Besser, informativer, klarer: Der neue KMS-Katalog ist da

Ein neues Büro direkt in Köln, viele tolle Ideen und jede Menge spannender Produkte: Die ideale Gelegenheit, Ihnen unser gesamtes Portfolio in neuem Layout vorzustellen. Rufen Sie uns einfach kurz an und bestellen sich den neuen KMS-Katalog, der vor wenigen Tagen erschienen ist.

Umfrage der Zeitschrift Innovationsmanager Sind Ihre Mitarbeiter auf dem richtigen Kurs?

Unternehmen sind gut beraten, in die Bildung ihrer Mitarbeiter zu investieren und sie zu fördern. Welche innovativen Qualifizierungsmaßnahmen aber gibt es? Wie setzen Unternehmen sie am besten um? Und mit welchen Herausforderungen haben sie zu rechnen? Um darauf Antworten zu erhalten, befragte die Zeitschrift Innovationsmanager drei Unternehmen aus dem Unternehmensnetzwerk „TOP“, darunter Reiner Kafitz von KMS. Hier einige Zitate aus dem Artikel:

Wir bieten unseren Mitarbeitern ein In-house-Schulungskonzept an, das heißt: Sie schulen sich gegenseitig. Die Organisation läuft über einen Schulungsplan mit wechselnden Themen und wechselnden Verantwortlichen, so dass vor allem die

Vertriebsmitarbeiter immer wieder in den Genuss kommen, ein Thema konkret vorzubereiten. Kollegen von mir wundern sich meistens über dieses Inhouse-Schulungskonzept. Das hat einen unheimlichen Effekt.

Insgesamt legen wir beim Thema Weiterbildung großen Wert darauf, dass jeder Mitarbeiter eine hohe Entscheidungskompetenz entwickelt. Wir erwarten Leistung und setzen Selbstverantwortung voraus. Eigenverantwortliche Mitarbeiter treffen Entscheidungen. Meine Erfahrung ist: Je besser die Mitarbeiter qualifiziert sind, desto besser sind die Entscheidungen, die sie treffen.

Wir brauchen wache und verantwortungsbewusste Mitarbeiter, die in der Lage sind, bei den Kunden genau hinzuhören, um Veränderungen im Markt frühzeitig festzustellen und zu kommunizieren. Nur so sind wir in der Lage, uns auf veränderte Märkte ein- und entsprechend umzustellen. Es ist es aber auch wichtig, dass die Geschäftsleitung eine Kultur des Weiterlernens vorlebt und ihre Mitarbeiter stetig zum Lernen ermutigt.



STRATEGIE

Kundendienst: Marke schlägt Preis

Viele Unternehmen agieren preisgetrieben oder versuchen, sich im Wettbewerb über Produktmerkmale und Leistungsbausteine zu differenzieren. Nur wenige hingegen bauen über Services langfristige Kundenbeziehungen auf oder nutzen den Wert ihrer Marken. Das geht aus einer aktuellen Analyse unter 180 Service-Managern in Europa hervor.



DEMNACH LASSEN SICH VIER

TYPISCHE SERVICE-STRATEGIE- MUSTER IDENTIFIZIEREN:

➔ 16 Prozent der Unternehmen handeln in ihrer Service-Strategie preisgetrieben. Das Produkt-Angebot ist häufig austauschbar. Kostenführerschaft wird im Preiskampf angestrebt.

➔ Um dem reinen Preiswettbewerb zu entgehen, versuchen 31 Prozent der Un-

ternehmen, sich über Zusatzleistungen zu differenzieren. Bei IT-Services sind das zumeist Vereinbarungen über die Dienstqualität und Verfügbarkeit – die sogenannten Service Level Agreements. Diese Unternehmen leiden jedoch unter dem konstanten Druck, ständig neue ‚add-ons‘ zu produzieren, ohne daraus zusätzliche Erlösquellen zu erschließen.

➔ Aus diesem Grunde versuchen 23

Prozent der befragten Unternehmen, Wachstum von Umsatz und Margen zu heben. Kundenbeziehungen zu fördern und erfolgreich aufzubauen, um sich über höherwertige Services zu unterscheiden. All diesen Unternehmen ist gemein, dass sie die Kundendialoge in das Zentrum der Optimierungsbemühungen stellen.

➔ 18 Prozent der befragten Unternehmen gehen darüber hinaus einen Schritt weiter und gestalten ihre Service-

Online-Gema bringt Wirtschaft auf die Palme

Das von den deutschen Verlagen geforderte Leistungsschutzrecht für die Nutzung von Internet-Inhalten sorgt weiterhin für Streit.

Die derzeitige Gesetzesvorlage der Verleger befürwortet Lizenzverträge, die zwischen einer Verwertungsgesellschaft und Unternehmen abgeschlossen werden sollen, wenn diese Online-Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften gewerblich nutzen wollen.

Gegen die Abgabenlast im Ausmaß von etwa einer Milliarde Euro läuft die Industrie allerdings Sturm: Anbietern im Web stehe es frei, Zugang zu beschränken oder Content gegen Bezahlung online zu stellen. Eine weitere Abgabe gefährde zudem die Innovationskraft.

GUTE CHANCEN FÜR GESETZESVORLAGE

Die Chancen, dass der Forderungskatalog der Verleger erfüllt wird, stehen trotz des Protestes der Wirtschaft gut. Erst Anfang vergangener Woche sprach sich das Bundesjustizministerium für ein Leistungsschutzrecht aus.

„Wenn für die eigene Wertschöpfung systematisch fremde Leistungen genutzt werden, dann ist das unfair und ungerecht“, zitiert das Handelsblatt FDP-Staatssekretär Max Stadler. Das Ministerium orientiert sich bei dem Gesetz an Radios sowie Veranstaltern. Sie zahlen Geld an die Gema, was Musikern und Rechteinhabern zugute kommt.

IMPRESSUM

multimedia magazin, Kundenzeitschrift der KMS Kafitz Medienservice GmbH, Max-Planck Straße 38, 50858 Köln
Fon +49 (0) 22 34 - 9908-0
Fax +49 (0) 22 34 - 9908-130
office@kms.eu, www.kms.eu

Verantwortlich für den Inhalt:
Reiner Kafitz
Redaktion: Rüdiger Niemz
Gestaltung: Liedholz art and function,
Hückeswagen

INTERN

Zehn Jahre bei KMS Carsten Faust sorgt für die Qualität

? Sie haben unter anderem Medienpädagogik studiert und arbeiten jetzt seit mehr als zehn Jahren bei einem Medienunternehmen. Was fasziniert Sie so an diesem Thema?

In der Schule habe ich schon die Schulkamera ausgeliehen und erste Kurzfilme gedreht. Während der Studienzeit konnte ich mit Film-Dokumentationen mein Taschengeld aufbessern. An der Uni beschäftigte ich mich dann mit der Analyse von Sachfilmen oder der Wirkung aggressiver Filminhalte auf den Zuschauer. Ich bin sozusagen mit den Medien aufgewachsen – in der Soziologie spricht man inzwischen auch von der Medienbiografie, die unser Leben beeinflusst und prägt.

? Warum haben Sie sich damals für KMS entschieden?

Weil das Unternehmen von Anfang an einen sympathischen und bleibenden Eindruck bei mir hinterlassen hat. Ich erinnere mich noch an mein Vorstellungsgespräch und die Worte von Reiner Kafitz, als er sagte, dass ich durchaus die nächsten 10 Jahre für seine Medienbude arbeiten könne ... Das ist tatsächlich eingetreten – seit Mai 2010 sind es 10 Jahre. Und von einer „Medienbude“ kann auch nicht mehr die Rede sein.

? Sie sind unter anderem für das Qualitätsmanagement zuständig. Was machen Sie konkret?

Ich führe interne Audits durch und überprüfe, ob die standardisierten Prozesse im Unternehmen eingehalten werden. Im Bedarfsfall werden die Prozesse und die entsprechenden QM-Dokumentationen angepasst oder erweitert.

? Was war Ihr schönstes Erlebnis im Zusammenhang mit KMS?

Als ich mich noch in der Probezeit bei KMS befand, lagen einige Anpassungsprobleme mit dem neuen Warenwirtschaftssystem vor. Unglücklicherweise machte ich einige Änderungen direkt im System und stellte am Ende fest, dass relevante Teile gelöscht waren. Ich rechnete also mit dem Schlimmsten, als ich ins Büro des Geschäftsführers schlich, um ihm die Problematik zu schildern. Wider Erwarten nahm Reiner Kafitz meine Meldung mit einem Lächeln auf und sagte: „Wer nichts macht, macht auch keine Fehler.“

Am Jubiläumstag bedankte sich Reiner Kafitz (rechts) bei Carsten Faust mit einer Rundfahrt – im Heissluftballon.



SOCIAL MEDIA

Pause vom Web Soziale Netzwerke für viele nur Zeitverschwendung

Die zentrale Rolle, die Social Networks wie Facebook im Alltag eingenommen haben, wird für immer mehr User zur Belastung. Sie fühlen sich „digital überladen“ und gönnen sich häufig Pausen vom Online-Stress, wie die Marktforscher der Lifelounge Group und Sweeney Research in Australien berichten.

WÖCHENTLICH FÜNF STUNDEN AUF FACEBOOK

Vor allem jüngere Leute zwischen 16 und 20 versuchen inzwischen, eine bessere Balance zu finden. Dabei verbringen die Medienkonsumenten bewusst mehr Zeit

mit dem Lesen von Büchern. Trotzdem tummeln sich fast die Hälfte aller Facebooknutzer in diesem Alter durchschnittlich fünf Stunden pro Woche auf den Seiten des Social Media-Anbieters. Wie das US-Magazin Vanity Fair aufzeigt, haben

die Portale sogar das Fernsehen überholt. 36 Prozent der Medienkonsumenten empfinden Social Networking als „ihre größte Zeitvergeudung“. Beim Fernsehen sind es 23 Prozent, beim Shopping 9 Prozent und beim Lesen nur 2 Prozent.

Downloads: User haben schon alles

Die Zahl der legalen Musikdownloads stagniert in den USA erstmals. Laut einer Erhebung des Marktforschungsinstitutes Nielsen wurden 630 Millionen Lieder vom Internet im ersten Halbjahr 2010 heruntergeladen, was gleich viel ist wie im Vergleichszeitraum 2009. Im Vorjahr hatte das Wachstum noch 13 Prozent betragen, 2008 sogar 28 Prozent. In Europa, wo der Trend weiter positiv ist, erwarten Experten eine zeitverzögerte ähnliche Entwicklung.

IPODS SIND BESPIELT

"Die iPods sind ausreichend mit Musik bespielt. Unmengen weiterer Lieder werden nun nicht mehr gekauft", berichtet Jean Littolff, Direktor von Nielsen Music. In Zeiten wirtschaftlichen Drucks sei Musik nurmehr "nice to have", aber nicht mehr notwendig. Die Umsätze dürften dennoch gestiegen sein, da der iTunes-Store den Anbietern das Anheben der Preise erlaubt.



Als Online-Alternative wieder gefragt: Lesen

ERFOLG

Maßarbeit: USB-Sticks auf großem Schuh

Auch kleinere Unternehmen können von innovativen KMS-Produkten profitieren. So wollte das renommierte Schuhhaus Haubold seine medizinischen Kooperationspartner mit einem modernen USB-Stick ausstatten und dachte zunächst eine konventionelle Lösung „von der Stange“.

Gemeinsam mit unseren Produktexperten entwickelten die Inhaber im Laufe des Gesprächs allerdings die Idee, das Logo des Orthopädieexperten zum Vorbild zu nehmen – einen „halbierten“ Schuh. Gesagt, getan: Nach wenigen Tagen hatte das Schuhhaus seinen eigenen, individuell entwickelten USB-Stick, weltweit einmalig und unverwechselbar. Dass eine solche Lösung bereits ab hundert Exemplaren möglich ist, begeisterte den Kunden. Sein Kommentar zu den originellen Sticks: „Super.“





USB-Sticks: Ein Give-away, das funktioniert.

Beeindrucken Sie Ihre Kunden mit vielen Materialien,
Formen und Farben.

Und gehen Sie auf Nummer sicher: Unsere USB-Sticks
werden direkt beim Hersteller und anschließend bei uns
in Deutschland sorgfältig geprüft.

Damit auch draufgeht, was draufsteht.

Fragen Sie unsere kompetenten
Produktberater: +49 (0) 2234 9908-0

- kurzfristig lieferbar
- von wenigen Exemplaren
bis zu Großauflagen
- doppelt geprüft

KMS macht Ihre Informationen verfügbar

