

# MultiMedia MAGAZIN

Die KMS-Kundenzeitschrift

3|03

\_Kreditverhandlungen

## WAS UNTERNEHMER BEDENKEN SOLLTEN

Wer etwas bewegen und investieren will, benötigt Geld. Da derzeit jedoch viele kleine und mittlere Unternehmen mit Liquiditätsproblemen zu kämpfen haben, bleibt häufig nur der Weg zur Bank. Gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten müssen Gespräche mit Banken besonders gut vorbereitet werden, um den Gesprächspartner von der eigenen Bonität und Solidität zu überzeugen.

### BETRACHTEN SIE DEN BANKBERATER WIE IHREN WICHTIGSTEN KUNDEN.

Wer sich vor dem Gespräch in die Situation des Kundenberaters hineinversetzt, hat bessere Chancen. In dem Fall wird man nämlich die eigenen Unterlagen und Argumente besonders kritisch betrachten. Ein Banker möchte schließlich wissen, warum der Kredit sinnvoll ist und kein Risiko für die Bank darstellt. Außerdem wird ein Kreditinstitut nur ein Unternehmen unterstützen, das – dokumentiert durch Branchenkenntnisse und Fachwissen – auch Erfolg verspricht. Wenn der Kunde dann noch Zuversicht und Entschlossenheit ausstrahlt, fällt es dem Mitarbeiter wesentlich leichter, eine positive Kreditentscheidung zu treffen.



„Betrachten Sie den Bankberater wie Ihren wichtigsten Kunden. Überzeugen Sie ihn durch Ihre Kompetenz in Sach- und Branchenfragen“, empfiehlt denn auch Anke

Turner, die beim Hamburger Institut für Finanzdienstleistungen e.V. (iff) für Bankbetriebswirtschaft zuständig ist. Der unabhängige Verein hat einen Finanzierungsratgeber ins Internet gestellt, der im Detail erklärt, was beim Umgang mit der Bank zu beachten ist – und wie man so gute Voraussetzungen für sinnvolle Investitionen schafft.

[www.fit-in-finanzen.de](http://www.fit-in-finanzen.de)



Liebe Leser,

Sommer – für viele ein Anlass, im Urlaub zu entspannen, Zwischenbilanz zu ziehen und Pläne zu machen: Was können wir in diesem Jahr noch erreichen? Lohnt es sich, zu investieren – oder sollte man angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Situation jedes Risiko tunlichst vermeiden?

Es sieht ganz so aus, als würde sich für KMS das Wagnis lohnen, das wir im ersten Halbjahr eingegangen sind: Wir haben ganz bewusst neue Mitarbeiter eingestellt, in Maschinen investiert und deutlich mehr Geld fürs Marketing ausgegeben. Natürlich sind die Kosten in die Höhe geschneit. Aber wir konnten auch höhere Einkünfte verbuchen.

2003 ist noch nicht zu Ende. Ich bin davon überzeugt, dass wir mit einer positiven Einstellung, mit Mut, Entschlossenheit und einer klugen Bereitschaft zum Risiko in diesem Jahr in der deutschen Wirtschaft noch viel bewegen können. Sind Sie dabei?

Ihr Reiner Kafitz

KMS KAFITZ MEDIENSERVICE

**KMS**

\_Adobe Acrobat 6.0

# PROFESSIONAL, STANDARD ODER ELEMENTS – WER BRAUCHT WELCHE LÖSUNG?

Seit Anfang Juni gibt es das neue Adobe Acrobat. Das Release 6.0 unterteilt erstmalig die Software-Familie in die Produkt-Versionen „Professional“, „Standard“ und „Elements“. „Diese Aufteilung“, so der PDF-Experte Stephan Jaeggi in einem Interview mit der Zeitschrift *Deutscher Drucker* (17/2003), „macht durchaus Sinn. Denn Acrobat enthält mittlerweile so viele Funktionen, dass ein durchschnittlicher Anwender leicht den Überblick verliert.“



## Standard für die Standards

Acrobat 6.0 Standard ist im Wesentlichen der Nachfolger des bisherigen Acrobat 5 und erleichtert durch neue Kommentar- und Korrektur-Werkzeuge die Abstimmungs- und Genehmigungsprozesse im Unternehmen. Mit nur einem Klick kann der User Dokumente aus Microsoft Office-Anwendungen oder dem Internet Explorer für Windows in das Adobe PDF-Format konvertieren. Dabei lassen sich auch Dateien aus unterschiedlichen Anwendungen, wie zum Beispiel Verträge, Tabellen und Präsentationen problemlos zu einer PDF-Datei zusammenfassen, versenden öffnen und drucken. Darüber hinaus bietet die Standard-Version

eine Lösung für den Schutz elektronischer Dokumente: Kennwörter verhindern, dass PDF-Dateien unberechtigt geöffnet werden und eine 128-Bit-Verschlüsselung ermöglicht die Vergabe von Zugriffsrechten.

## Professional für die Profis

Acrobat 6.0 Professional wurde – wie der Name bereits andeutet – für Profis konzipiert, die Acrobat über die normalen „Office-Lösungen“ hinaus nutzen wollen – also Business-Anwender, Ingenieure und Kreative, die mit komplexen, grafisch aufwändigen Layouts arbeiten und den Austausch, die Abstimmung und Archivierung von Dokumenten optimieren wollen. So ist bei dieser Version auch die Erstellung von PDF-Dateien aus AutoCAD, Microsoft Visio und Project (nur für Windows) möglich. Außerdem unterstützt diese Software-Version die Ebenen in technischen Zeichnungen. Neue Funktionen erleichtern die Anzeige, Navigation und das Drucken großformatiger Dokumente.

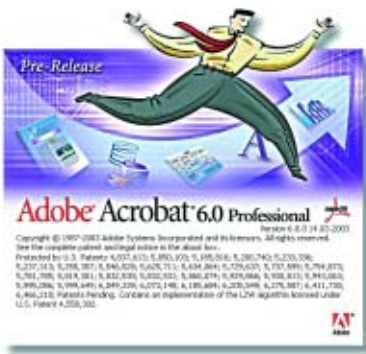
interessante Funktionen für den Prepress-Bereich – wie zum Beispiel Farbseparation (inklusive Vorschau) und Preflight. Aber auch Funktionen, die für andere Anwendergruppen eingebaut wurden, sind für die Druckproduktion interessant – so die stark erweiterten Kommentarmöglichkeiten, die für die digitale Korrekturabwicklung eingesetzt werden können, der dynamische Zoom und die Lupe, die für den besseren Umgang mit technischen Plänen entwickelt wurden.“

## Elements für die elementare Nutzung

Acrobat 6.0 Elements (erhältlich ab August 2003) ist eine abgespeckte „Standard“-Version, mit dem große Unternehmen kostengünstig eine Vielzahl von Mitarbeitern mit der Möglichkeit zur Erstellung und zum Austausch von PDF-Dokumenten ausstatten können. Allerdings kann man es nur in Lizenzen ab 1.000 Stück bestellen, womit diese Software-Version für die meisten kleinen und mittelständischen Betriebe uninteressant sein dürfte.

„Die Professional-Version von Acrobat 6.0“, so Jaeggi, „enthält einige sehr

[www.adobe.de](http://www.adobe.de)



## ACROBAT 6.0 IN DER ÜBERSICHT

- > Acrobat 6.0 Professionell kostet ca. 650 EUR. Registrierte Anwender von Acrobat 4.0 und 5.0 erhalten das Upgrade zum Preis von rund 210 EUR.
- > Die Standard-Version kostet etwa 430 EUR, das Upgrade für Registrierte 135 EUR.
- > Auch in der Version 6.0 steht der Adobe Reader zum kostenlosen Download bereit.

\_Mailing-Verpackungen

## SO KOMMEN IHRE CDS RICHTIG GUT AN

Ein intelligenter Werbebrief nach allen Regeln des Direkt-Marketing getextet und gestaltet, eine attraktive CD mit genialem Inhalt – und das ganze irgendwie zusammengewürstelt in einem schlampig wirkenden überdimensionierten Briefumschlag? Da bleibt die positive Wirkung auf der Strecke und die Response-Quote geht nach unten. Ganz klar: Wer CDs verschickt, benötigt eine professionelle Lösung, die dem Anlass und dem Inhalt des Media-Mailings entspricht. Und die gibt es – in den unterschiedlichsten Ausführungen und Möglichkeiten.

Die schlichte Lösung: Ein Kompaktbrief-Kuvert aus hochwertigem Karton mit Steckverschluss, in dem Anschreiben und CD gut geschützt und sicher verschickt werden. Dank einer Fenster-Version kann man sich übrigen-

das Etikett und den entsprechenden Konfektions-Aufwand ersparen. Dieselbe Lösung mit Selbstklebe-Verschluss und Aufreiß-Hilfe ermöglicht das „originalverpackte“ Versenden der Daten. Soll die



Disc Mail – für eine CD mit Anschreiben.

CD zusätzlich in einer Tasche verschickt werden, bietet sich ein entsprechendes Großbrief-Kuvert an, das allerdings in einer höheren Porto-Liga spielt. Als Alternative könnte man deshalb die Version mit integrierter Archivtasche verwenden, die dann auch wieder das portogünstigere Kompaktbrief-Format hat.

### Hartbox-Versand

Je wichtiger der CD-Inhalt, desto mehr Wert legt man auf eine Hartbox mit Inlay oder gar Booklet. Auch für diese Anforderung gibt es professionelle Versandlösungen: Ob im A5- oder A4-Format – in beiden Fällen werden die CDs kostengünstig als

Großbrief versendet. Pufferzonen rundum schützen zusätzlich die Kunststoffbox. Die Briefadresse erscheint auch bei diesen Lösungen ganz praktisch in der Fensterausstattung.

### Individueller Druck

Jeder weiß es: Die Mailing-Wirkung lässt sich deutlich erhöhen, wenn die Kuverts individuell bedruckt sind. Ab einer Auflage von 1.000 Stück ist dies auch bei den beschriebenen Lösungen problemlos möglich. Und damit sind dem Erfolg einer Media-Mail-Aktion keine (Verpackungs-) Grenzen gesetzt.



## // KMS INTERN

\_Vorgestellt

### Thomas Wimmer

**Kompetenz setzt sich durch. Seit Januar 2000 arbeitet Thomas Wimmer bei KMS und hat sich in dieser Zeit den Ruf erworben, ebenfalls „Multi in Sachen Media“ zu sein. Zumindest kennt er sich sehr gut in der Branche aus und verfügt über umfassendes Know-how. „Na ja“, versucht der 28-Jährige abzumildern. „Die Produkte von KMS sind ja auch interessant. Da macht es einfach Spaß, sich über die Lösungen zu informieren und sie zu verkaufen.“**

**Für Wimmer scheint dies Anlass genug zu sein, sein Fachwissen permanent zu erweitern. Aber nicht nur das Fachwissen. Seit August 2002 belegt er zusätzlich noch einen BWL-Kurs an einer Abendschule. Wer allerdings glaubt, Thomas Wimmer wäre nur mit seinen Büchern oder dem Verkaufs-Telefon beschäftigt, der hat sich getäuscht. Seitdem er laufen kann, spielt der Multimedia-Experte leidenschaftlich gerne Fußball. Und durch seine ehrliche, freundliche und zuvorkommende Art kommt er nicht nur bei seinen Kunden gut an, sondern auch bei seinen Kollegen.**



# QUALITÄT FÜR KINDER UND JUGENDLICHE

Quality-Management ist in Industrie und Dienstleistung heute eine Selbstverständlichkeit. Auch in der Kinder- und Jugendhilfe spielt Qualitätssicherung inzwischen eine wichtige Rolle. Denn gerade in Zeiten knapper öffentlicher Kassen sollen auch För-

## Kompodium auf CD-ROM

Wegen der großen Nachfrage nach dem in den 36 Broschüren dokumentierten Fachwissen sollte nun der Inhalt der „Qs“-Hefte in einem CD-ROM-Kompodium zusammengefasst werden. So wollte man die umfangreichen Informationen heftübergreifend in einer Datenbank verfügbar machen und gezielt zu den Fundstellen gelangen. Für die Programmierung, die Konzeption der Navigation und die Integration eines Such-Werkzeugs war ebenfalls die 4D Design-Agentur verantwortlich. Bei der Zusammenstellung ist übrigens ganz nebenbei die umfangreichste Fachbibliothek zu diesem Thema entstanden, die im deutschsprachigen Raum erhältlich ist.

Insgesamt wurden 11.000 Exemplare dieser CD-ROM, die sowohl auf Win-

4D-Projektleiter Jörg Kleeberg, „Aber die meisten Anbieter hatten extrem lange Lieferfristen. KMS konnte uns die Fertigstellung zu dem von uns gewünschten Termin zusichern. Außerdem war auch der Preis OK.“

## Gute Zusammenarbeit

Für den Projektleiter war ein weiterer Grund ebenfalls ausschlaggebend: „Der Umgang miteinander ist die eigentliche Einstiegsvoraussetzung. Wenn die Beziehung nicht stimmt, stimmt gar nichts. Und da hatte ich mit Thomas Wimmer bei KMS einen Ansprechpartner, mit dem die Zusammenarbeit einfach sehr gut funktioniert hat.“

Das war auch notwendig, denn der Versand hatte seine Tücken. So mussten die verschickten Exemplare (zwischen einem und zehn Stück pro Adresse) exakt konfektioniert und verschiedenste Versandformen berücksichtigt werden. „Wir haben weder von den Adressaten noch vom Ministerium ein negatives Feedback erhalten“, berichtet Jörg Kleeberg. „Also ist alles prima verlaufen.“ Der Projektleiter ist mit dem Ergebnis so zufrieden, „dass KMS auch bei den nächsten Jobs zu den Favoriten in puncto Auftragsvergabe zählt – vorausgesetzt der Preis stimmt.“ Eine zweite Auflage des „Qs“-Kompodiums auf CD-ROM ist übrigens bereits geplant.



## DER UMGANG MITEINANDER IST DIE EIGENTLICHE EINSTIEGSAUSSETZUNG. WENN DIE BEZIEHUNG NICHT STIMMT, STIMMT GAR NICHTS.

dergelder möglichst effektiv angelegt werden. Grund genug für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), von 1995 bis 2001 insgesamt 36 „Qs“-Hefte unter dem Titel „Materialien zur Qualitätssicherung in der Kinder- und Jugendhilfe“ herauszugeben. Zahlreiche Autoren aus Praxis und Wissenschaft haben die einzelnen Themen erarbeitet und den Lesern aus der Fachszene als Arbeitshilfe zur Verfügung gestellt. Die Hefte wurden von der 4D Design-Agentur GmbH in Bergisch Gladbach gestaltet und über einen Abo-Verteiler versendet.

dows- als auch auf Apple-Systemen lauffähig ist, an 7.500 Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe versandt. Und selbst der Lagerbestand mit 3.000 Exemplaren war innerhalb kürzester Zeit wegen der großen Nachfrage vergriffen.

Mit der Produktion und dem Versand der CD-ROM wurde KMS beauftragt. Der Grund? „Wir haben uns mehrere Angebote eingeholt“, erinnert sich



\_ Verpackung

## Großes Werbepotenzial

Das Auge kauft mit. Eine Anfang des Jahres durchgeführte Studie des Münchener Marktforschungsinstituts „facit“ ergab, dass Verpackungen in puncto Aufmerksamkeit, Wiedererkennung, Anmutung, Informationswert, Glaubwürdigkeit und Bedeutung für die Kaufentscheidung durchaus mit anderen Werbeformen mithalten können. Zwar halten die im Rahmen der Studie interviewten Verbraucher TV-Werbung und Plakate für die Werbe-Maßnahmen mit noch größerer Werbewirkung – doch bereits auf Platz 3 und 4 stehen die gute Platzierung der Packung am Point of Sale und ihre gelungene Gestaltung. Damit rangiert die Verpackung vor Anzeige, Funk, Direct Mailings und Internetwerbung. Zudem wird sie im Gesamtvergleich als seriöseste Werbemaßnahme überhaupt bewertet. Denn die Verbraucher schätzen besonders, dass Verpackungen unaufdringlich sind und man ihre Botschaften in Ruhe aufnehmen kann. Der große Stellenwert eines idealen Packaging hat KMS bereits vor Jahren bewogen, diesen Bereich seiner Dienstleistungen konsequent auszubauen, so dass das Unternehmen heute weltweit die größte Auswahl an Verpackungslösungen für digitale und analoge Datenträger bereit hält.

[www.pro-carton.de](http://www.pro-carton.de)

\_ Mobiles Entertainment

## MULTIMEDIA-TECHNIK IM AUTO

Autofahren oder Im-Stau-Stehen wird zukünftig angenehmer: DVD-Player, Surround-Sound und Rear-Seat-Entertainment sorgen dafür, dass auf langen Strecken keine Langeweile aufkommt. So arbeitet zum Beispiel Sony an Multimedia-Systemen, die vom MP3-Player über DVD bis zur Play-Station alles im Fahrzeug integrieren. Grundig hat bereits ein Mitnahme-Infotainment-Center entwickelt, das DVD-Kino auf den Rücksitzen ermöglicht: Die Geräte CarCine 560 oder 700 (ab 900 EUR) werden mit einem Gurt am Sitz gesichert, der Monitor an die Kopfstütze geschnallt – und dem DVD-Genuss im Fond steht nichts mehr im Weg. In puncto Monitor geht der Fahrzeug-Sicherheitspezialist Cobra einen Schritt weiter und bietet direkt austauschbare Kopfstützen mit eingebautem Farbmonitor der Marke SAVV

für fast alle aktuellen VW- und Audi-Modelle, aber auch für Autos



anderer Hersteller an (ebenfalls ca. 900 EUR). Den 7-Zoll Monitor gibt es mit integriertem Infrarotsender für Kopfhörer.

Früher oder Später wird das Auto also zum Multimedia-Raum, in dem jeder Mitfahrer sich sein eigenes Programm zusammenstellen kann – mit separatem Bildschirm, individuellem Ton und in gewohnter Digitalqualität.

[www.grundig-car-intermedia.de](http://www.grundig-car-intermedia.de)

[www.cobra-alarm.de](http://www.cobra-alarm.de)



\_ Cart File/Cart Pac

## HAUPTSACHE AUFFALLEN

Die Businesscard-CDs haben an sich schon ihren ganz besonderen Charme: Als smartes Speichermedium bieten sie die ideale Plattform zur attraktiven Unternehmens- und Selbstdarstellung. Wer seine Promotion jedoch noch weiter optimieren möchte, für den könnten Cart File und Cart Pac interessant sein. Beide Präsentationslösungen für Businesscard-CDs bestehen aus 300 g/qm schweren Chromokarton und können – ganz kreativ, informativ und auffällig – bis zu vierfarbig im Offset-Druckverfahren produziert werden. Die Visitenkarten-CD wird mit einer besonderen Schlitzstanzung gehalten. Cart File und Cart Pac bieten mit den Formaten 117,5 x 88 mm bzw. 139,5 x 125 mm ausreichend Platz für zusätzliche Werbe-Botschaften – und eine stärkere Wirkung der Promotion-CDs.

## IMPRESSUM

MultiMedia-Magazin  
Kundenzeitschrift der KMS Kafitz  
Medienservice GmbH

\_ Anschrift:

Heinrich-Hertz-Straße 6, 50170 Kerpen

Fon (0 22 73) 93 94-0, Fax -50

office@kms-medien-service.de

www.kms-medien-service.de

\_ Verantwortlich für den Inhalt:

Jessica Metternich

\_ Redaktion:

INNOVA Benkert, Richter & Partner

\_ Gestaltung:

Peter Korthals | Kommunikation

\_ Fotos: Adobe, Archiv, Cobra,

Grundig, KMS

# Süßer die Glocken nie klingen ...



... als auf der Weihnachts-CD. Besonders dann nicht, wenn die Disc auffällig gestaltet ist und eine persönliche Botschaft von Ihnen enthält. Und darüber kann man sich schon im Sommer Gedanken machen. Denn schließlich kommt Weihnachten meist schneller als erwartet.

Überraschen Sie Ihre Kunden und Geschäftspartner mit einem etwas anderen Weihnachtsgruß! Versenden Sie ungewöhnliche CDs mit attraktiven Motiven, einer individuellen Musikauswahl oder einem persönlichen Ansagetext – und beginnen Sie schon jetzt mit den Planungen.

Möglich wird dies durch ein speziell für Sie zusammengestelltes Angebot von Mini-, Form- und Freestyle-CDs mit unterschiedlichsten Formen und auffälligem Design – die zusätzlich noch viele weitere Möglichkeiten der individuellen Gestaltung bieten.

Fordern Sie unseren Xmas-CD Flyer an!  
**office@kms-medienservice.de oder**  
**(0 22 73) 93 94-0**



Besuchen Sie die KMS-  
Präsentation vom  
29.9. bis 1.10.2003  
auf der DIMA in  
Düsseldorf, Halle 3,  
Stand A 64.



KMS KAFITZ MEDIENSERVICE



an KMS, Europarc, Heinrich -Hertz-Straße 6, 50170 Kerpen  
oder per FAX an (02273)9394-50

FIRMA	_____
ANSPRECHPARTNER	_____
TEL / FAX	_____
STRASSE / ORT	_____

Liebe Leser,  
wir bemühen uns, das MultiMedia-Magazin für Sie so interessant wie möglich zu gestalten. Deshalb wäre es für uns – und damit auch für Sie – eine grosse Hilfe, wenn Sie diesen Fragebogen ausgefüllt an uns zurückschicken könnten. Vielen Dank!

## IHR FEEDBACK

RUBRIK	DAS WÜRD E ICH ANDERS/BESSER MACHEN
MARKT & BRANCHE	
PRODUKTE & PRODUKTION	
KMS INTERN	
STORY	
KURZ & GUT	

**VORSCHLÄGE**

Das MultiMedia-Magazin soll auch ein Forum für Ihre Lösungen und Produkte darstellen. Könnten Sie Themen und Informationen aus Ihrem Unternehmensumfeld beisteuern? Wenn ja, welche?

\_\_\_\_\_

**EMPFEHLUNGEN**

Kennen Sie noch weitere Personen, für die das MultiMedia-Magazin interessant sein könnte? Wenn ja, nennen Sie uns bitte Namen und Adresse.

\_\_\_\_\_

Informationen  
Bitte kreuzen Sie dieses Feld an, wenn Sie mehr über KMS Kafitz Medienservice wissen möchten.

XMas-CD  
Bitte kreuzen Sie dieses Feld an, wenn Sie ein telefonisches Beratungsgespräch zum Thema XMas-CD wünschen und notieren Sie hier Ihre Durchwahl: \_\_\_\_\_

**KMS-MULTIMEDIA-LÖSUNGEN**  
Bitte kreuzen Sie dieses Feld an, wenn Sie den kostenlosen Produkt-Ordner „Multimedia-Lösungen« bestellen wollen. Der Ordner enthält neben den KMS-Lösungen, Preise und technische Spezifikationen.

Nein, danke  
Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, wenn das MultiMedia-Magazin für Sie uninteressant ist. Wir werden Sie dann bei weiteren Aussendungen nicht mehr anschreiben.

