

# MultiMedia MAGAZIN

Die KMS-Kundenzeitschrift

4 | 03

\_Konsequent kundenorientiert

## KMS MIT NEUER WEBSITE ONLINE

„Wir wollten es den Kunden so leicht wie möglich machen, schnell und gezielt auf das für sie relevante Angebot zuzugreifen.“ Dieser Gedanke stand für den Kommunikations-Spezialisten Peter Korthals bei der Konzeption der neuen KMS Website im Vordergrund. Das am meisten auffallende Resultat dieser Philosophie ist die Haupt-Navigationsleiste, mit deren Hilfe der Kunde direkt zu den wesentlichen Produktgruppen gelangt, aber auch Hintergrundinformationen abrufen kann. Demgegenüber ist der „operative Bereich“ mit starken Werkzeugen, wie Info-Center, Sitemap und einer Such-Funktion, zurückhaltender dargestellt.

### Intuitive Benutzerführung

Wichtigstes Navigationselement ist die Farbgestaltung. „Damit erzielen wir eine intuitive Benutzerführung“, erklärt Korthals. „Denn der Farbcode hilft dem User, sich besser zurecht zu finden.“



Eine neue Homepage war notwendig geworden, weil KMS sein Angebot in den letzten Monaten deutlich erweitert hat. „Die Architektur der Website folgt der neuen Vielfalt und stellt den Kundennutzen in den Vordergrund“, erläutert Carsten Faust, der als KMS-Projektleiter die Entwicklung des neuen Auftritts

begleitet hat. „Aufgrund des großen Angebots ist die Website sehr komplex – aber dank der zukunftsweisenden Navigation eben nicht kompliziert.“

Für Peter Korthals hört das Corporate Design eines Unternehmens nicht bei der Web-Site auf. „Im Gegenteil. Ich denke, es ist uns gelungen, das, was KMS tatsächlich ausmacht – die Philosophie, die Kultur und die Kompetenz des Unternehmens –, in eine funktionale Web-Ebene einzubinden.“

[www.kms-medien-service.de](http://www.kms-medien-service.de)



Liebe Leser,

nach jeder neuen Ausgabe dieser Kundenzeitschrift erhalten wir von Ihnen – wie gewünscht – Kritik, Anregungen und Fragen. Dieses Feedback kommt bei uns gut an und wird so weit wie möglich berücksichtigt.

So haben wir auch aufgrund Ihrer Rückmeldungen den KMS Internet-Auftritt komplett überarbeitet. Ein weiteres Ergebnis Ihres Feedbacks ist unser neu entwickelter Flyer „Background Packaging“ (siehe Seite 3). Denn: Immer wieder fragen uns Kunden nach weiteren Verpackungslösungen und -varianten. „Background Packaging“ enthält zahlreiche Ideen und Tipps, mit denen Sie Ihre Produktionen noch erfolgreicher vermarkten können.

Sie sehen: Ihre Anrufe, Faxe und Mails helfen uns, Ihnen einen noch besseren Service zu bieten. Deshalb sind wir auch weiterhin sehr an Ihrer – auch positiven – Kritik, Ihren Anregungen und Fragen interessiert und freuen uns auf Ihr Feedback.

Ich wünsche Ihnen eine besinnliche Adventszeit, ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start ins neue Jahr.

Ihr Reiner Kafitz

KMS KAFITZ MEDIENSERVICE

**KMS**



„Exklusiv für Original-Käufer

## n-CD – DIE DISC MIT DEM ZUSATZ-NUTZEN

Wer kopiert hat schon verloren. Und zwar den Online-Bonus, den nur Käufer einer Original-CD oder -DVD erhalten. Diese exklusive Vorteils-gewährung wird nun durch die neue n-CD möglich. Diese Disc-Variante erkennt Kopien automatisch und verweigert in diesem Fall den Zugriff auf den Online-Bonus.

### Neue Möglichkeiten

n-CD eröffnet Entertainment- und Informationsbranchen das Tor zu gezielten Marketingaktionen und zu langfristiger Kundenbindung. So werden vorhandene digitale Offline-In-

halte auf dem Speichermedium mit ausgewählten Online-Inhalten im Internet verknüpft. Diese Exklusiv-Seiten können dann besondere Benefits für Original-Käufer bieten: Gewinnspiele, Rabatte, VIP-Einladungen etc. Darüber hinaus erhalten Musik- und Video-Industrie, Marketing- und Werbeagenturen, der Einzelhandel und die Tourismus-

Branche wertvolle Daten für ein zielgruppenspezifisches 1:1 Marketing.

Im Mittelpunkt des Konzepts steht eine einmalige, elektronisch lesbare Seriennummer je Disc, die während des Produktionsprozesses angebracht und von den CD-Laufwerken automatisch gelesen wird. Durch die Kombination mit „Secure Weblink“ – einem direkten und sicheren Link auf eine definierte Online-Website – wird die Seriennummer automatisch online überprüft. Nach erfolgreicher Authentifizierung wird der Konsument auf eine frei definierbare Bonus-Website weitergeleitet, wo dann die direkte Interaktion möglich ist.

### Alle profitieren

Mit n-CD lässt sich also eine eindeutige Win-Win-Situation herstellen: Der User nutzt die Online-Bonus-Leistungen und wird für den Kauf eines Originals belohnt. Der CD- bzw. DVD-Produzent profitiert von der Aufwertung des Originals und den wertvollen Kundendaten, die für 1:1 Marketing-Aktionen verwendet werden können.

### KMS BIETET DEN N-CD-SERVICE MIT FOLGENDEN LEISTUNGEN AN:

- > Abwicklung der kompletten CD- oder DVD-Produktion
- > Einrichtung einer eindeutigen Seriennummer und Kopierschutz
- > Sichere Online-Verbindung mit Secure Weblink (CD – Internet)
- > Technische Voraussetzung zur Online-Authentifizierung

„Leben mit Vision

## PRAKTISCHER REISEFÜHRER ZUM SINN DES LEBENS

Platz eins auf der Bestsellerliste der New York Times, Platz zwei auf der Liste des Wall Street Journals, innerhalb eines Jahres mehr als acht Millionen verkaufte Exemplare: Dieses Buch hat es in sich. Und es kann Leben verändern – positiv!



„Dies ist mehr als ein Buch“, schreibt Autor Rick Warren in der Einführung. „Es ist ein Reiseführer zu einer 40-tägigen geistlichen Reise, die Sie in die Lage versetzen wird, die wichtigste Frage in Ihrem Leben zu beantworten: ‚Wozu bin ich eigentlich auf dieser Erde?‘ Am Ende der Reise werden Sie Gottes Ziel für Ihr Leben kennen ... Diese neue Perspektive wird Ihnen helfen, Stress zu verringern, leichter Entscheidungen zu fällen, zufriedener zu leben, und sie wird Sie vor allem auf die Ewigkeit vorbereiten.“

In punkto Ewigkeit ist Rick Warren Spezialist. Bekannt wurde er als Gründer und Pastor der „Saddleback Community Church“, die inzwischen sonntags 16.000 Gottesdienstbesucher zählt.

Warrens Buch besteht aus 40 kurzen Kapiteln. Pro Tag soll – so der Autor – nur ein Kapitel gelesen werden, um genügend Zeit zu haben, über die Konsequenz für das eigene Leben nachzudenken. Wer es ausprobiert, merkt: Es wirkt! Schon nach wenigen Tagen wird deutlich, dass das Leben mehr bietet, als man für möglich gehalten hätte.

Den „Reiseführer“ können Sie unter dem Kennwort „KMS“ frei Haus für 17,95 EUR hier bestellen:

[www.clm-buchhandlung.de](http://www.clm-buchhandlung.de)

– „Background Packaging“

## SO KÖNNEN SIE CD-VERPACKUNGEN NOCH ERFOLGREICHER EINSETZEN

Kleider machen Leute. Dieses alte Sprichwort lässt sich leicht übertragen: Verpackungen machen Produkte. Auch wenn die „inneren Werte“ zählen, spielt das „Drumherum“ meist die wesentliche Rolle und entscheidet über Top oder Flop, Gefal-

### „BACKGROUND PACKAGING“ ERÖFFNET NEUE PERSPEKTIVEN UND MARKTCHANCEN FÜR DISC-PRODUKTIONEN

len oder Nicht-Gefallen, Interesse oder Desinteresse, Wunsch oder Ablehnung.

Die wichtige Bedeutung der Verpackung für die Kaufentscheidung ist allgemein bekannt – doch wird diese Chance, sich deutlich vom Wettbe-

werb zu unterscheiden, gerade bei der CD- und DVD Produktion noch viel zu wenig genutzt.

### Markttendenzen und Lösungen

Um diesem Manko abzuweichen, wird KMS mit „Background Packaging“ eine Broschüre veröffentlichen, die vielfältige Hintergrundinformationen zum Thema CD- und DVD-Verpackung liefert. Darin werden sowohl neue Produkte als auch beispielhafte Lösungen vorgestellt, Markttendenzen aufgezeigt und praktische Tipps zum Thema Packaging gegeben.

So gibt es zum Beispiel inzwischen kreative und pfiffige Lösungen, die eine CD mit entsprechenden

Warenproben oder Miniaturen kombinieren. Dieser überraschende Mix aus Information und Produkt spricht mit Sicherheit die Fantasie der Kunden und User an. Oder die vielfältigen Möglichkeiten von Blechverpackungen, mit denen man einen soliden Eindruck machen kann.

Wegen des großen Marketingpotenzials des Packaging baut KMS seine Kompetenz und sein Angebot in diesem Bereich seit Jahren konsequent aus, um für seine Kunden stets aktuelle und zukunftsweisende Lösungen parat zu haben.

„Background Packaging“ eröffnet neue Perspektiven und Marktchancen für Disc-Produktionen und regt dazu an, den Wettbewerbsvorteil auszuschöpfen, den intelligente und kreative Verpackungen bieten. Die Broschüre, die Anfang 2004 erscheint, kann schon jetzt kostenlos bei KMS – Fon (0 22 73) 93 94-0; office@kms-medien-service.de – bestellt oder vorab als PDF unter folgender Adresse heruntergeladen werden.

[www.kms-medien-service.de/publikationen.html](http://www.kms-medien-service.de/publikationen.html)



– Vorgestellt

## Walter Höppner

**Zuverlässigkeit, Verbindlichkeit, Termintreue und Sorgfalt: Walter Höppner strahlt die Eigenschaften aus, die man braucht, um CD-Projekte erfolgreich und reibungslos zu realisieren. Als Mitarbeiter in der Auftragsabwicklung ist er deshalb eine Ideal-Besetzung. Nicht zuletzt auch, weil Walter Höppner mit seiner zurückhaltenden, ruhigen und besonnenen Art ein angenehmer Kollege ist. Er kann gut zuhören, ist hilfsbereit und legt aufgrund seiner christlichen Überzeugung besonderen Wert auf Menschenachtung.**

**Auftragsabwicklung ist nicht unbedingt ein kreativer Job. Letztendlich geht es darum, die gängigen Produktionsregeln konsequent einzuhalten. Aber Walter Höppner ist ein kreativer Mensch, und das wirkt sich besonders in seiner Freizeit aus: Kreatives Zeichnen ist eine seiner Leidenschaften; die andere gilt seiner Familie. Der 35-Jährige mag es, Zeit mit seinen beiden Kindern zu verbringen und Interessantes zu unternehmen.**



\_ D 2 D

## SICHERE KOMMUNIKATION IM GESUNDHEITSWESEN

Wenn im Multimedia-Zeitalter noch immer Briefe per Post verschickt werden, dann gibt es dafür gute Gründe: Schweige- und Sorgfaltspflicht, Vertraulichkeit und Datenschutz. Und weil der E-Mail-Austausch für Datenschützer in besonderen Fällen nicht sicher genug ist, dürfen zum Beispiel Arztbriefe nicht übers Internet – und damit auch nicht elektronisch – verschickt werden.

Das soll sich jetzt ändern. Seit einigen Jahren arbeitet die Kassenärztliche Vereinigung Nordrhein (KVNo) gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Biomedizinische Technik in St. Ingbert/Saar an einer Kommunikationsplattform, die einen sicheren elektronischen Versand von Patientendokumenten ermöglicht und auch den strengen Auflagen des Datenschutzes genügt.

**„DIE DATENTRÄGER ENTSPRACHEN IN IHRER FORM UNSEREM D2D-Projekt-LOGO UND ZOGEN SO VIEL AUFMERKSAMKEIT AUF SICH.“**

Das Ergebnis nennt sich D2D (Doctor-to-Doctor). Dabei handelt es sich um eine Client-Server-Technologie, die der von der KVNo geforderten Datensicherheits-Konzeption gerecht wird. Der physikalische Datentransfer zwischen Server und Praxiscomputer erfolgt über eine ISDN-Wählverbindung. Diese Verbindung stellt der Server durch Rückruf an registrierte Teilnehmer her.

### **Kosten senken**

„Mit dem neuen Verfahren lassen sich die Kommunikationsabläufe im Gesundheitswesen beschleunigen und vereinfachen. Und das wiederum

wirkt sich positiv auf die Kosten aus“, erklärt der bei der KVNo für das Projekt verantwortliche Diplom-Wirtschaftsingenieur Gilbert Mohr. „Damit können in Zukunft Abrechnungen, Arztbriefe, Überweisungen, Krankenhauseinweisungen, Fall-Ak-



ten und weitere Patientenunterlagen elektronisch verschickt werden.“

D2D ist keine eigenständige Anwendungssoftware, sondern ein Kommunikations-Modul, das in bereits bestehende Abrechnungs-Software integriert wird. Die KVNo bietet dieses Modul Softwarehäusern an, die entsprechend zertifizierte Arzt-Programme vertreiben. Denn als Körperschaft des öffentlichen Rechts will die KVNo kein Softwareanbieter sein, sondern durch das Angebot sicherer und effektiver Kommunikationsplattformen die Arbeit der Ärzte unterstützen.

### **Aufmerksamkeitsstarke CDs**

Um das Modul bekannt zu machen, hat die KVNo Mitte Oktober auf dem Kongress „E-Health“ in Dresden CDs mit der Zugangssoftware für den D2D-Testserver verteilt. „Nicht nur vom Inhalt, sondern auch von ihrem Äußeren her waren dies keine gewöhnlichen Discs“ resümiert Gilbert Mohr.

„Diese Datenträger entsprachen in ihrer Form unserem D2D-Projekt-Logo und zogen so viel Aufmerksamkeit auf sich.“

Die KVNo hat KMS den Auftrag für diese so genannten Shape-CDs er-

teilt, weil bereits seit Jahren eine positive Zusammenarbeit besteht und die Organisation mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis und den Ergebnissen sehr zufrieden ist. So auch bei diesem Projekt: Obwohl die endgültigen Druckdaten erst eine Woche vor dem Kongress in Kerpen eingetroffen waren, wurden sowohl die CDs als auch die Cover- und Inlaycards rechtzeitig fertig gestellt und direkt nach Dresden geliefert, wo sie gleich zum Kongress-Beginn zur Verfügung standen.

### **Weitere Infos zum D2D-Projekt:**

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

Menüpunkt KVNo, Untermenü D2D

### **Zu Shape-CDs:**

[kms-medienservice.de/formduftundfarbe.html](http://kms-medienservice.de/formduftundfarbe.html)



DVD RADIO  
MUSIC  
TV PICTURES



\_Microsoft im Wohnzimmer

## Neue Software macht aus Computern Entertainmentzentralen

Der weltgrößte Softwarekonzern Microsoft stößt mit seiner Software in den Markt für Unterhaltungselektronik vor, meldete die Financial Times Deutschland (FTD) Anfang Oktober. Demnach soll der PC über das „Media Center“ genannte Betriebssystem zur zentralen Schaltstelle für das heimische Entertainment werden.

Der Grund für diese neue Ausrichtung: Microsoft gerät mit seiner Windows-Software an die Grenzen des Wachstums. Nun möchte man in den Wohnzimmern neue Märkte erschließen. Die erste Version, die nur in Nordamerika und Korea ausgeliefert wurde, weist allerdings noch erhebliche Mängel (zum Beispiel häufige Abstürze) auf, weiß die FTD.

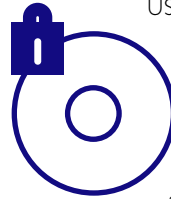
Beim Media Center handelt es sich um das aktuelle Windows-Betriebssystem, das Microsoft mit Funktionen zum Aufnehmen von Videos, zum Radiohören und für den Einsatz als digitales Fotoalbum für den Bedarf im Wohnzimmer angepasst hat. Analysten stehen dem Media Center noch skeptisch gegenüber. Die unkomplizierte Zuverlässigkeit eines Fernsehers sei für den Erfolg unabdingbar. Hier müsse Microsoft unbedingt noch nachbessern, so die FTD.

\_Automobilindustrie

## SERVICE- UND REPARATUR-HANDBUCH AUF CD-ROM

Reparatur- und Teile-Informationen, Schaltpläne, Service-Informationen und weitere technische Dokumentationen zu einem Model eines großen deutschen Automobilherstellers befinden sich auf der CD-ROM, die von RLE International in Köln – einem Engineering- und Service-Dienstleister für die Automobilindustrie – für den

US-Markt realisiert wurde.



KMS produzierte insgesamt 4.000 mit einem speziellen Kopierschutz versehene CDs und lieferte sie direkt in die USA.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit RLE produziert KMS auch CD-ROMs für die Ford Werke AG in Köln, auf denen technische Datenblätter gespeichert sind.

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

\_MTV Songbook

## HITS ZUM SELBERSINGEN

Allein 15.000 CDs hat KMS seit November 2002 für das MTV Songbook I produziert. Das „Liederbuch“ des Berliner Musikverlags Bosworth Music GmbH enthält Melodielinien, Texte und Akkorde zu zehn aktuellen Songs sowie eine CD mit den entsprechenden Playbacks. Damit können Fans die Hits ihrer Stars mit professioneller musikalischer Begleitung singen bzw. auf einem Instrument spielen.



„Offensichtlich kommt unsere Idee sehr gut an“, kommentiert Projektleiter Frank Speer von Bosworth den Erfolg der Produktion. Kein Wunder, wenn man zu Hause die Gelegenheit hat, Hits von Bryan Adams, den No Angels, Shakira, Oasis, Vanessa Carlton und anderen Popgrößen zum Besten zu geben.

Und weil die Sache so gut läuft, hat der Musik-Verlag in enger Zusammenarbeit mit dem Musik-Sender vor kurzem das MTV Songbook 2 herausgebracht. Die dazu gehörige CD wurde übrigens wieder von KMS produziert.

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

## 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-medienservice.de

www.kms-medienservice.de

– Verantwortlich für den Inhalt:

Jessica Metternich

– Redaktion:

INNOVA Benkert, Richter & Partner

– Gestaltung:

Peter Korthals | Kommunikation

– Fotos: Archiv, Bosworth, Microsoft, KMS, Gerth Medien, Sony

# Verpackung macht den Unterschied



Eigentlich zählen ja die inneren Werte ... Aber bei einer CD oder DVD kommt es auch auf Äußerlichkeiten an. Und da gibt es viele Möglichkeiten, mit denen sich Ihre Disc deutlich – und erfolgreich – vom Wettbewerb unterscheiden kann.

Lassen Sie sich inspirieren! Bestellen Sie unsere kostenlose Broschüre „Background Packaging“ und erleben Sie, welchen Unterschied Verpackung machen kann.

Weiter Infos finden Sie unter „Produkte & Produktion“ in diesem Magazin oder unter **office@kms-medienservice.de** oder **(0 22 73) 93 94-0**

