

# multimedia magazin

DIE KMS-KUNDENZEITSCHRIFT

## PRINT VERSUS LESEN AM BILDSCHIRM

Die Diskussion um  
die Zukunft der  
Printmedien hält an.  
... Seite 6



3/08

## Wie man Kunden zu Fans macht

Titelthema oder „nur“ eine Interna? Die Redaktion des Multimedia-Magazins meint, das Thema ist den „Aufmacher“ wert: KMS Medienservice ist vom Wirtschaftsmagazin „impulse“ mit dem Gütesiegel „Deutschlands Kundenchampions 2008“ ausgezeichnet worden. Mit diesem Beitrag wollen wir Ihnen KMS nicht nur als zuverlässigen und sympathischen Partner näher bringen, sondern Ihnen auch einige Gedankenanstöße geben, wie Sie selbst Ihre Kunden noch mehr begeistern können.



Liebe Leserinnen und Leser,

KMS zählt zu „Deutschlands Kundenchampions 2008“ (siehe Titelstory). Im Test konnten wir bei fast allen Werten Zufriedenheits-Ergebnisse erzielen, bei denen die Experten nicht mehr von „Zufriedenheit“, sondern sogar von „Begeisterung“ sprechen.

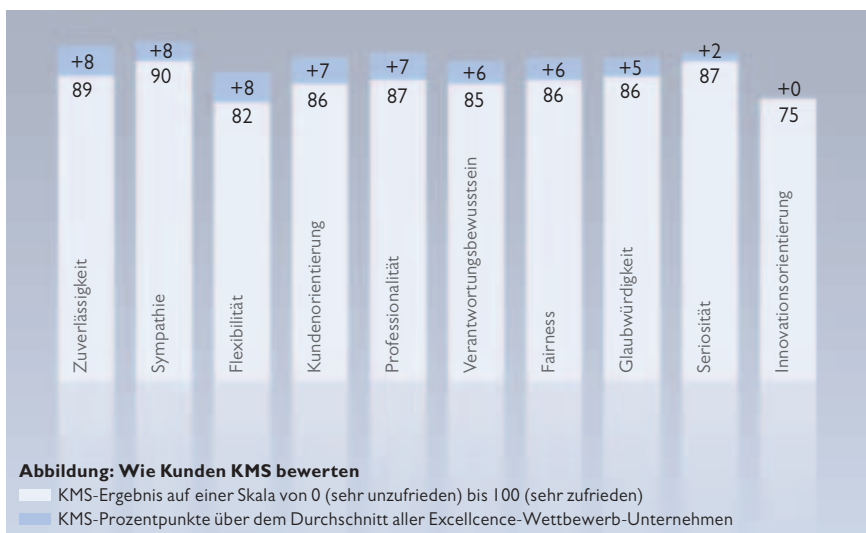
Unser besonderer Dank dafür gilt unseren Kunden, die uns ein hervorragendes Zeugnis ausgestellt haben. Der Wettbewerb hat erneut bestätigt, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden sehr gut kennen und ihnen optimal begegnen – und dass wir der beste Anbieter in unserer Branche sind.

Was haben Sie davon? Wenn Sie mit KMS arbeiten, können Sie sich beruhigt Ihren Kernkompetenzen widmen. Ihr Image profitiert davon, wenn Sie mit dem besten Lieferanten der Branche zusammenarbeiten. Und Ihren Kunden gegenüber dokumentieren Sie damit Ihr Verantwortungsbewusstsein und Ihre Professionalität. Last but not least sparen Sie durch unser vorbildliches Prozessmanagement Zeit und liefern trotzdem bestmöglichen Service und optimale Zuverlässigkeit.

Erleben Sie es ...

Ihr Reiner Kafitz

KMS



Was für viele KMS-Kunden „gefühlte“ Realität und Grund für eine langjährige Geschäftsbeziehung ist, hat jetzt ein umfangreicher Test bestätigt, den die Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ) und das Marktforschungsunternehmen forum! gemeinsam mit dem Wirtschaftsmagazin „impulse“ durchgeführt

haben. Im Rahmen eines Wettbewerbs sind Unternehmen identifiziert und prämiert worden, die über ein vorbildliches Kundenbeziehungsmanagement verfügen. Die besten 50 Firmen, die „ihre Kunden zu Fans machen“ – so „impulse“, sind in der Juni-Ausgabe des Magazins veröffentlicht worden. Unter diesen konnte KMS →



Jochen Mai  
Ressortleiter der  
WirtschaftsWoche und  
Autor der Karrierebibel  
(<http://karrierebibel.de>)

## FRAGEN, DIE SIE SICH REGELMÄSSIG STELLEN SOLLTEN

Es ist unglaublich leicht drauflos zu arbeiten, zu arbeiten und zu arbeiten, um sich am Ende doch nur zu wundern, warum man sich nicht weiterentwickelt oder der Spaß am Job allmählich flöten geht. Nun kann man dazu zahlreiche wie hilfreiche Tipps formulieren – oder sich selbstkritische Fragen stellen. Letzteres hilft manchmal mehr – erst recht, wenn Sie sich die richtigen Fragen stellen. Hier sind vier davon. Fragen Sie sich möglichst einmal pro Woche – idealerweise zum Wochenende:

1. Was war die größte Leistung, der größte Erfolg der vergangenen Woche? Sagen Sie jetzt nicht, Sie hatten keinen Erfolg! Es gibt immer einen – vielleicht ist es eben nur ein kleiner. Und hierbei geht es um den relativ größten davon. Loben Sie sich dafür, seien Sie stolz auf sich. Und fragen Sie sich gleich dazu, ob Sie dieses Paradestück in der kommenden Woche wiederholen können? Oder gar steigern? Wie?

2. Mit wem sollte ich mich mal wieder treffen oder reden? Jobkontakte muss man schließlich pflegen. Was jedoch oft wichtiger ist: private Beziehungen erhalten. Jeder Mensch braucht gute Freunde. Und wenn der Stress im Alltag wächst, verliert man solche Beziehungen leicht aus dem Blickfeld. Nicht gut. Denn hier stecken die wahren Stressreduzierer, Ratgeber, Leitplanken.

3. Welchen Streit sollte ich dringend klären? Ärger gibt es immer wieder. Vor allem im Job. Wenn solche Auseinandersetzungen unausgesprochen bleiben und schwelen, können daraus leicht Intrigen oder gar veritable Feindschaften erwachsen. Ein offenes persönliches Gespräch (nicht per Telefon!) nimmt manchem Ärger den Stachel.

4. Wem könnte oder sollte ich danken? Dankbarkeit ist ein Schlüssel zum Erfolg. Sie verbessert sowohl die Beziehungen zu anderen Menschen, wie auch deren Einstellung und Motivation. Und sie macht selber glücklicher.

→ einen sehr guten 15. Platz erreichen. Bei den Unternehmen unter 50 Mitarbeitern, die im Business-to-Business-Bereich tätig sind, landete KMS sogar auf Platz 1.

KMS-Geschäftsführer Reiner Kafitz sieht sich durch die Auszeichnung in den Bemühungen seiner Firma um vorbildliche Kundenorientierung bestätigt. „Unsere Geschäftskunden-Klientel ist naturgemäß sehr anspruchsvoll, und die individuelle Produktion von Datenträgern ist technisch aufwändig. Eine hohe Qualität in der Betreuung unserer Kunden und bei unseren Prozessen ist daher unerlässlich. In einem solchen Business ist die Platzierung für ein Unternehmen unserer Größenordnung ein fantastisches Ergebnis“, freut sich Kafitz.

„Alle 50 Teilnehmer haben bewiesen, was heute Unternehmen leisten müssen, wenn sie den Begriff Kundenorientierung wirklich ernst meinen“, fasste der stellvertretende „impulse“-Chefredakteur Gerd Kühlhorn die Ergebnisse des Wettbewerbs zusammen. Als Sieger des Gesamtrankings ermittelten die Experten den TV-Verkaufsender QVC.

## Zuverlässig und sympathisch

Die Marktforscher hatten jedes teilnehmende Unternehmen gründlich unter die Lupe genommen und zudem jeweils 100 zufällig ausgewählte Kunden ausführlich befragt. Das Ergebnis für KMS: Die Gesamtzufriedenheit mit den KMS-Leistungen liegt bei 85 Prozent. Für 72 Prozent der befragten Kunden ist KMS der wichtigste Anbieter in

diesem Bereich. Die Kunden bestätigen KMS durchgängig hervorragende Leistungen, wie überdurchschnittliche Zuverlässigkeit, Sympathie, Flexibilität, Kundenorientierung, Professionalität, Verantwortungsbewusstsein Fairness und Glaubwürdigkeit (s. Seite 1).

Dabei sind die Mitarbeiter die wichtigste „Zutat“ im KMS-Erfolgsrezept. „Beziehungspflege fängt im eigenen Hause an. Wir legen großen Wert auf ein wertschätzendes, respektvolles und freundliches Miteinander, auf Akzeptanz und gegenseitiges Vertrauen. So schaffen wir ein Klima, in dem man professionell und engagiert für den Kunden arbeiten kann“, erklärt Kafitz. Kein Wunder also, dass die Kunden-Umfrage Spitzenwerte für die KMS-Mitarbeiter ermittelt hat (s. Seite 5, KMS intern).

## Professionelles Beschwerdemanagement

Natürlich läuft auch bei KMS nicht alles immer perfekt. 17 Prozent der KMS-Kunden gaben an, in den letzten zwölf Monaten Rückfragen zu Produkten und Leistungen gehabt zu haben (Durchschnitt: 26 Prozent). Diese sind zu 75 Prozent mit dem Beschwerdemanagement zufrieden gewesen (Durchschnitt: 62 Prozent). Kafitz: „Für uns ist es sehr wichtig, dass Kunden uns Feedback geben. Nur so können wir darauf reagieren. Die Umfrageergebnisse zeigen, dass KMS bei der Qualität des Beschwerdemanagements bundesweit einen Spitzenplatz einnimmt. Das gibt unseren Kunden Sicherheit und auch ein Stück weit Gelassenheit.“

## SO WIRD MAN KUNDENCHAMPION – DAS „ERFOLGSGEHEIMNIS“ VON KMS

1. Der Kunde steht immer im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Alles beginnt damit, den Kunden und seine wirklichen Wünsche zu verstehen. Das funktioniert nur, indem wir (aktiv) zuhören, uns ganz auf die Aufgabenstellung einlassen und bereit sind, dem Kunden an dieser Stelle verantwortungsbewusst zur Seite zu stehen.

2. Wir arbeiten permanent an Verbesserungen unserer Prozesse, die für den Kunden „im Hintergrund“ ablaufen. Ständiges Optimieren stellt sicher, dass die Abläufe auch bei Hektik und in Eile sicher und souverän funktionieren.

3. Voraussetzung dafür sind motivierte und geschulte Mitarbeiter, die ihren Job mit Begeisterung machen, u. a. auch deshalb, weil ihr Anforderungsprofil mit dem Jobprofil sehr stark übereinstimmt.

4. Genauso wichtig ist die Auswahl der Lieferanten und die Pflege eines partnerschaftlichen Verhältnisses, damit die Prozesse Hand in Hand laufen und unerwartete und unnötige Verzögerungen erspart bleiben. Hierzu gehören auch das permanente Analysieren von Fehlerquellen sowie eine stabile technische Infrastruktur.

5. Alle Prozesse und alle Beziehungen werden nachhaltig geprägt und beeinflusst von der zugrunde liegenden Wertebasis des Unternehmens. Unsere definierten und gelebten Werte fließen in alle diese Prozesse hinein und beeinflussen diese nachhaltig.

ÜBERSICHT

**Der deutsche Videomarkt im ersten Halbjahr 2008: Attraktivität der DVD ungebrochen**

**43,8 Mio.**

Anzahl der im ersten Halbjahr 2008 in Deutschland verkauften DVDs (liegt über dem Allzeitrekord aus dem ersten Halbjahr 2005 von 43,6 Mio. Stück)

**12,31**

DVD-Durchschnittspreis in Euro (Vergleichszeitraum 2007: 12,48 Euro)

**800.000**

Anzahl der im ersten Halbjahr 2008 verkauften Blu-ray-Filme (entspricht einem Umsatz von 17 Mio. Euro)

**119 Mio.**

Videotheken-Umsatz in Euro (Vergleichszeitraum 2007: 122 Mio. Euro)

QUELLE: GFK PANEL SERVICES DEUTSCHLAND IM AUFTRAG DER DEUTSCHEN FILM-FÖRDERUNGSANSTALT (FFA)



Comedian und „Ermütiger“ Johannes Warth

DIGITAL MEDIA

**USB-Sticks zu „sicheren Gefährten“ machen**

Sie sind unbestritten eine der nützlichsten Erfindungen im Computerzeitalter und liegen voll im Trend: USB-Sticks. Die kleinen, handlichen und robusten Datenspeicher sind ideal für den mobilen Transport von Daten jeglicher Art.

Doch alles, was man leicht in die Hosentasche stecken kann, geht auch genauso leicht verloren, wird verlegt oder vergessen. Oder noch schlimmer: wird geklaut. Daher sollten wichtige Daten auf einem USB-Stick nur verschlüsselt mitgenommen werden. Dies gilt besonders für den Einsatz im Business-Bereich. Eine Lösung des Herstellers TEAC hat KMS jetzt im Programm. Sensibler Content wird an einen speziellen, eindeutig



identifizierbaren USB-Stick gekoppelt, bei dem der Urheber bestimmt, welche Inhalte nur lesbar, les- und druckbar oder auch zum Kopieren freigegeben sind. Die Zugriffsrechte kann der Urheber individuell für jedes Dokument oder auch mittels einer digitalen Signatur (z. B. Kundenname, Kundennummer) für jeden einzelnen Nutzer gesondert erteilen.

Während des Abspeicherns verschlüsselt das Programm alle Dateien und schützt den Zugriff mit einem individuellen Passwort. Die Nutzung und Ansicht der Daten ermöglicht ein an den speziellen Stick gebundener Viewer. Der Zugriff auf die Daten kann auch für einzelne Nutzer zu einem Stichtag beendet oder aber erst ab einem bestimmten Stichtag gestattet werden. Ein einfaches „Copy and paste“ ist laut Herstellerangaben nicht möglich.

Gerhard Stroth, Datensicherheits-Experte bei KMS, zeigt sich vom Sicherheitsniveau der kombinierten Stick- und pdf-Lösung überzeugt: „Weil die Inhalte verschlüsselt und gleichzeitig mit der Seriennummer des USB-Sticks verknüpft sind, ist diese Lösung weitaus sicherer als ein normaler Passwort-Schutz.“

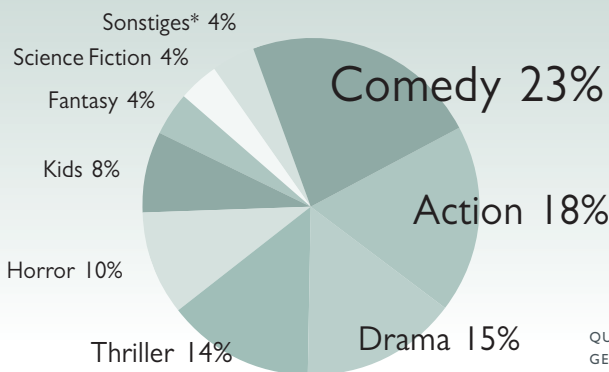
In der „NET“-Version des pdf-Controllers kann der Stick bei Diebstahl oder Verlust sogar umgehend ferngesteuert für die Benutzung gesperrt werden, denn neben dem korrekten Stick und Passwort ist zudem eine positive Legitimation des Sticks per Internet erforderlich. Dazu meldet sich jeder USB-Stick bei einem Sicherheits-Server an. Solange eine Freigabe für den USB-Stick vorliegt, besteht Zugriff auf alle Daten. Nach Sperrung des Sticks, ist kein Zugriff auf die darauf gespeicherten Informationen mehr möglich.

MEHR INFOS: MAIL AN OFFICE@KMS.EU

ÜBERSICHT

**VIDEOVERLEIH NACH GENRES: KUNDEN WOLLEN LACHEN**

Übrigens: Neben Filmen vermieten gut 80 Prozent der Videotheken auch Video- und Computerspiele. Etwa sechs Prozent führen zudem Hörbücher.



\* Special Interest, Humor, History

QUELLE: IVD GESCHÄFTSBERICHT 2007

STORY

## Automobilzulieferindustrie: CDs machen mobil

*In Bewegung bringen: Die ZF Friedrichshafen AG entwickelt und fertigt Produkte, die der Mobilität von Menschen und Gütern dienen. Das Unternehmen ist mit seinen rund 58.000 Mitarbeitern an 120 Standorten in 25 Ländern ein weltweit führender Automobilzulieferkonzern und bringt Innovationen auf den Markt, die für mehr Fahrdynamik, Sicherheit, Komfort und Wirtschaftlichkeit sorgen.*



Die ZF Trading ist ein strategisches Geschäftsfeld des Konzerns. Sie bietet ihren Geschäftspartnern ein komplettes Portfolio an Fahrwerk-, Antriebs- und Lenkungstechnik in Erstausrüstungsqualität und verkauft Komponenten an Großhändler, die wiederum mehrmals täglich die Kfz-Werkstätten mit den Original-Ersatzteilen beliefern. Für eine schnelle Verfügbarkeit und weltweite Kundennähe sorgen dabei 36 eigene Standorte in 26 Ländern und die leistungsstarken freien Distributoren vor Ort.

### Komponenten für Mobilität

Neben der Produkt- spielt aber auch die Servicequalität bei ZF Trading traditionell eine wichtige Rolle. Guter Service und die daraus resultierende hohe Kundenzufriedenheit haben einen großen Anteil an den Vertriebs-erfolgen. Zweimal jährlich – im März und im September – gibt ZF Trading deshalb die In-Cat heraus. Die In-Cat ist ein aus mehreren Bausteinen bestehender Produktkatalog auf CD-ROM, der in einer Auflage von knapp 30.000 Exemplaren produziert und an Werkstätten verschickt wird. Der Katalog enthält das komplette Angebot der ZF-Marken SACHS, LEMFÖRDER, BOGE und ZF Parts für Automobile und Nutzfahrzeuge. Hinzu kommen acht Zusatz-CDs, mit denen die vier Servicekonzepte BOGE Service, LEMFÖRDER plus, Original Sachs Service (OSS) und OSS NKW in verschiedenen Sprachversionen kommuniziert werden und die eine Gesamtauflage von etwa 23.000 Exemplaren haben.

### Gute Erfahrungen mit KMS

Seit 2005 werden diese hohen CD-Stückzahlen von KMS Kafitz Medienservice produziert. Wie kam es dazu? „Die In-Cat gibt es seit 1998“, erläutert Timo Hornung, der im Marketing von ZF Trading für die Katalogsysteme zuständig ist. „Im Jahr 2005 wollten wir die CD-ROM im Rahmen einer Werbekampagne der Zeitschrift ‚Autohaus‘ beilegen und brauchten dafür eine entsprechend höhere Auflage.“

30.000 Exemplare zusätzlich – das war ein beachtlicher Kostenfaktor, und deshalb wurden neben dem ursprünglichen Presswerk auch andere Anbieter angefragt. Dabei zeigte sich, dass KMS das beste Angebot hatte und insgesamt erheblich günstigere Preise kalkulierte als der bisherige Lieferant.

„Für uns war das natürlich ein wesentlicher Grund, den Anbieter zu wechseln“, erinnert sich Timo Hornung. „Und in der Folgezeit haben wir bei den Produktionen so gute Erfahrungen mit KMS gemacht, dass wir bei dieser Firma geblieben sind.“

### Immer eine gute Lösung

Wie sahen die Erfahrungen konkret aus? „Zum einen ist die Zusammenarbeit sehr angenehm“, antwortet Katalog-Spezialist Hornung. „Die Qualität ist in Ordnung, der Service ist gut und die Preise stimmen auch. Und zum anderen haben wir erfahren, dass KMS uns beim Timing ebenfalls weit entgegenkommt, wenn Not am Mann ist. Zum Beispiel, wenn es aufgrund eines höheren Programmier-Aufwands für das Projekt zeitlich ziemlich knapp wird.“ Bis jetzt habe KMS immer eine gute Lösung gefunden und so dafür gesorgt, dass die In-Cat rechtzeitig ausgeliefert wurde. „Als Handelsorganisation sind wir ausgesprochen dienstleistungsorientiert. Und nicht zuletzt durch den guten Service von KMS können wir auch unseren Kunden einen vorbildlichen Service liefern.“

Freuen werden sich die Kunden auch darüber: Bei der aktuellsten Produktion setzte KMS erstmalig eine Dual-Layer-DVD (DVD-9) ein, wodurch die bisher aus neun CDs bestehende Serie komplett auf nur noch einen Datenträger passt.



Die DVD **In-Cat** ist ein digitaler Produktkatalog, der in einer Auflage von knapp 30.000 Exemplaren an Werkstätten verschickt wird.

Digital Media

## c't-Experte: Qualitäts-Rohlinge fast nur noch bei Spezialanbietern erhältlich

Sie sind verführerisch billig, die DVD-Rohlinge beim Discounter um die Ecke. Doch wer glaubt, beim Kauf ein Schnäppchen gemacht zu haben, wird später oft eines Besseren belehrt. Denn Billigware zu kaufen heißt auch, Abstriche bei der Qualität zu machen. Die Verwendung eines „falschen“ DVD-Rohlings kann schon nach wenigen Monaten zu einem ärgerlichen Datenverlust führen, schreibt dazu das Computermagazin c't in der Ausgabe 16/08. Im Extremfall habe eine Disk bereits direkt nach dem Brennen Fehler und funktioniere maximal noch im heimischen Laufwerk, nicht aber mehr auf anderen Geräten, so c't-Redakteur Hartmut Gieselmann. Die Ausfallquote sei umso höher, je billiger die Disk produziert worden sei.

Der hohe Preisdruck habe dafür gesorgt, dass selbst Marken-DVDs oder -CDs inzwi-



schen aus asiatischen Billigfabriken stammen. Hersteller von Qualitätsware seien fast vollständig vom Markt verschwunden. Ihre Produkte würden meist nicht mehr im Einzelhandel verkauft, denn sie kosteten das Doppelte oder Dreifache einer handelsüblichen Scheibe. Nur über Spezialanbieter, die

Firmenkunden wie Krankenhäuser und Versicherungen beliefern würden, seien Rohlinge in professioneller Qualität erhältlich.

Dennoch empfiehlt c't, die Daten auch auf einer sorgfältig ausgewählten DVD alle drei bis fünf Jahre zu überprüfen. Außerdem sollte man neben der richtigen Lagerung (trocken, kühl, dunkel) beim Brennen Geduld zeigen und eine langsame Geschwindigkeit, etwa 4-fach bis 8-fach, wählen.

Ausgewählte Rohlinge von Top-Lieferanten bekommt man zum Beispiel bei KMS oder im discPROFI-Webshop. Die Qualität entspricht den Anforderungen für einen professionellen Einsatz im Business-Bereich.

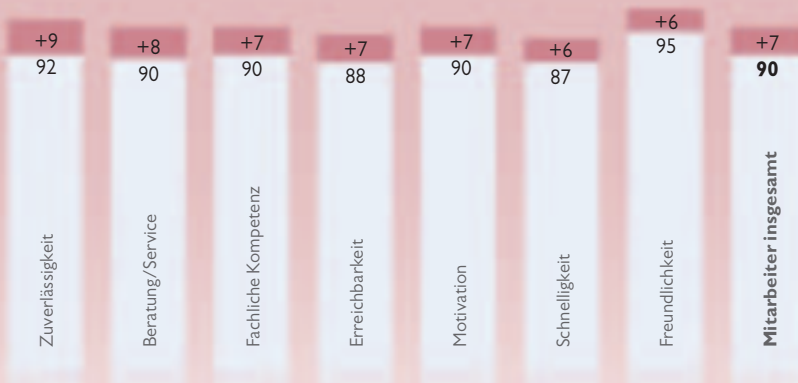
WWW.MEDIA-INFODIENST.DE

KMS intern

## Umfrage: Bestnoten für KMS-Mitarbeiter

In der Titelstory haben wir bereits kurz darüber berichtet (s. Seite 2): Die Mitarbeiter von KMS haben in der Umfrage des Wirtschaftsmagazins „impulse“ und der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ) mit Bestnoten abgeschnitten. Hier die Details: Die Kundenzufriedenheit liegt insgesamt bei 90 Prozent und damit sieben Punkte über dem Durchschnitt aller Teilnehmer am Excellence-Wettbewerb. Den höchsten Wert erreichen die KMS-Mitarbeiter bei Freundlichkeit (95 Prozent) sowie Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit (92 Prozent).

Dieses Top-Ergebnis kommt nicht von alleine zustande. „KMS leistet eine hochwertige Personalarbeit, für die wir bereits zweimal mit dem „BestPersZertifikat“ ausgezeichnet wurden“, erklärt KMS-Geschäftsführer Reiner Kafitz.



Wie zufrieden die Kunden mit den Ansprechpartnern bei KMS sind

■ KMS-Ergebnis auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 100 (sehr zufrieden)

■ KMS-Prozentspunkte über dem Durchschnitt aller Excellence-Wettbewerb-Unternehmen

## Powerpoint

## Tipps für eine gelungene Präsentation

**K**aum eine Präsentation kommt heute ohne Powerpoint-Charts aus. Geschätzte 30 Millionen Vorträge pro Tag enthalten Powerpoint-Elemente. Aber gleichzeitig hat die Präsentations-Software auch schon viele Vorträge ruiniert und das Publikum ratlos oder gelangweilt zurückgelassen. Die IT-Wochenzeitung „Computerwoche“ hat in ihrer Ausgabe 34/2008 erklärt, worauf Anwender bei der Gestaltung ihrer Präsentation achten sollten, um ihre Zuhörer zu begeistern oder zumindest bei Laune zu halten.



Grundsätzlich gilt: Powerpoint ist ein Vereinfachungs-Tool. Auf komplizierte Einzelheiten, aufwändige Grafiken oder Unterpunkte sollte verzichtet werden. Deshalb ist es unbedingt ratsam, möglichst wenige Folien in den Vortrag einzubauen. Dazu gehört auch, dass jede Folie für nur eine Botschaft stehen sollte. Powerpoint ist kein Wortmedium und sollte deshalb nur die Schlüsselstellen und Kerngedanken des Vortrages unterstützen. Zu viel Text drängt den Zuschauer zum Lesen und lenkt ihn somit vom eigentlichen Vortrag ab. Auf keinen Fall sollte der Vortragende den Text auf der Folie mit denselben Worten noch einmal wiedergeben. Das Publikum fühlt sich in so einem Fall nicht für voll genommen.

Ein weiteres wichtiges Kriterium für eine gute Präsentation ist die richtige Visualisierung. Auch hier gilt als Faustregel, immer nur ein Bild pro Folie zu verwenden und möglichst auf Beschriftungen zu verzichten. Denn oftmals erklärt ein Bild prägnant, was der Redner mit Worten umständlich erklären müsste. Wirft das Bild eine Fragestellung auf, so sollte diese mündlich beantwortet werden. Damit bleibt die Aufmerksamkeit beim Vortragenden.

## Zubehör

## Handschuhmaus reduziert Gesundheitsrisiken

**D**as niederländische Unternehmen Hippius hat mit der „Handshoe-Mouse“ ein ergonomisch geformtes Eingabegerät vorgestellt, das dazu dient, die Gesundheitsrisiken langer Mausverwendung zu verringern. Entwickelt wurde das Gerät auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse der medizinischen Universitäten in Rotterdam und Maastricht. Hintergrund der Entwicklung ist das so genannte RSI-Syndrom, auch „Mausarm“ genannt, eine Schädigung des Bewegungsapparats im Hand-, Arm-, Schulter- und Nackenbereich. Die Mediziner hatten in vierjähriger Arbeit nachgewiesen, dass User selbst bei ruhender Maus unnötig starke Muskelspannungen aufbauen.

Die HandshoeMouse ist so gestaltet, dass sie dieser Anspannung entgegen wirkt.



Der Daumen und das Handgelenk werden erhöht gelagert, um die Hand in eine leicht schräge, entspannte Position zu bringen. Durch die Lagerung des Handgelenks werde der Unterarm stärker in die Steuerung einbezogen, was eine zusätzliche Entlastung bedeute, so die Wissenschaftler. (pte)

[WWW.HANDSHOEMOUSE.COM](http://WWW.HANDSHOEMOUSE.COM)

## Usability

## Print versus Lesen am Bildschirm



**D**ie Diskussion um die Zukunft von Printmedien hält an. Eine der vielen Fragen, die in diesem Zusammenhang immer wieder gestellt wird, ist die Frage nach der Art und Weise der Textnutzung. Wie wird das Lesen, der eigentliche Lesevorgang in unterschiedlichen Medien, von den Lesern beurteilt? Worin sehen die Nutzer die jeweiligen Vorteile und was sind die Nachteile? Diesen Fragen ging die Medienforschung von TNS Emnid in einer Umfrage nach und ließ Nutzer verschiedener Medien den jeweiligen Lesekomfort beurteilen.

Demnach lesen die Bundesbürger in Zeitschriften und Zeitungen in erster Linie längere Textbeiträge. Für 95 Prozent der Deutschen sind dies die bevorzugten Medien, wenn es um die ausführliche Berichterstattung geht. In der Altersgruppe 14- bis 29-Jährigen gibt etwa die Hälfte an, auch auf dem Bildschirm umfangreichere Textbeiträge zu lesen. Dieser Anteil sinkt bei den 30- bis 49-Jährigen auf ein Drittel und auf schließlich 13 Prozent in der Altersgruppe der über 50-Jährigen. Mobile Endgeräte wie PDA oder Mobiltelefon spielen für die Textnutzung bisher offenbar kaum eine Rolle: Lediglich vier Prozent der Bevölkerung haben schon Beiträge auf diesem Weg gelesen.

„Klarer Vorteil der Printmedien: Zeitschrift und Zeitung eignen sich sehr gut für das Lesen längerer Texte. Für Papierformate sprechen außerdem die Flexibilität und die ortsunabhängige Nutzung sowie die unkomplizierte Weitergabe an weitere potenzielle Leser“, sagt Claudia Knoblauch, Studienleiterin bei TNS Emnid. Zu den Pluspunkten der Informationstechnologie aber zähle die Möglichkeit, benötigte Informationen schnell aufzufinden.

## INTERAKTIVER GOLF-GUIDE AUF DVD



Nicht ohne Grund heißt er „EasyGolf-Guide“, denn er macht die Suche und das Finden von Golfplätzen in ganz Europa wirklich einfach. Die verschiedenen Suchfunktionen berücksichtigen individuelle Wünsche wie z. B. W-LAN, Sauna oder Tennis und führen in Sekundenschnelle zu passenden Plätzen. Natürlich lassen sich auch einzelne Regionen auswählen. Die Plätze werden dabei auf einer Landkarte angezeigt und lassen sich per Mausklick aufrufen. Bildstrecken laden zum Vorab-Besuch der Plätze ein. Via Internet-Links kann man direkt Kontakt zu ihnen aufnehmen und erhält Zugang zu Online-Diensten von Routenplanern, Wetterinformationen und Touristenbüros. So lässt es sich gut planen.

Der EasyGolfGuide ist ein nützliches Geschenk für jeden Golfer. Die DVD ist auch als attraktives Werbegeschenk geeignet. Hiefür bietet der Verlag Unternehmen an, individuelle Wünsche für Promotion oder Events umzusetzen. Die erste Ausgabe enthält alle Clubs in Spanien, Portugal und Italien. Insgesamt wird es nach Angaben des Herausgebers sieben Editionen mit 6.600 Golfplätzen in ganz Europa geben. Die interaktive DVD ist zum Preis von 32,85 Euro pro Ausgabe u. a. in Golfshops, im KMS-Webshop ([www.discprofi.com](http://www.discprofi.com)) oder unter [www.easygolf-guide.com](http://www.easygolf-guide.com) erhältlich.

.....  
[WWW.DISCPROFI.COM](http://WWW.DISCPROFI.COM)

## DRUCK-GLOSSAR ENTRÄTSELT FACHJARGON



Fast 90 Prozent aller Käufer von Druckprodukten sind vom Fachjargon der Druckbranche verwirrt. Dies hat eine europaweite Umfrage der Firma Canon ergeben. 58 Prozent finden die Druckterminologie sogar richtig „frustrierend“. Aufgrund der Sprachbarriere zwischen Druckerei und Kunde haben darüber hinaus 43 Prozent der Befragten schon einmal Druck-Ergebnisse bekommen, die nicht ihren Vorstellungen entsprechen. Für Canon Gründe genug, mit einem neuen Druck-Glossar, also einem Wörterbuch der Druckereibegriffe, wichtige Fachtermini – sorry: Fachbegriffe – allgemeinverständlich zu erklären. Wer also endlich einmal und ohne viel recherchieren zu wollen wissen will, was sich hinter Begriffen wie „Prepress“ oder „Rüstzeit“ verbirgt, der sollte das kostenlose Online-Lexikon zu Rate ziehen.

.....  
[WWW.CANON.DE/DRUCK\\_GLOSSAR](http://WWW.CANON.DE/DRUCK_GLOSSAR)

## BIBEL-TV MACHT „YOUNG TELEVISION“

Dass es den Fernsehsender Bibel-TV gibt, dürfte sich mittlerweile herumgesprochen haben. Doch sein neuer Ableger „[tru:] young television“ wird vielen noch unbekannt sein. Seit Ende letzten Jahres sendet das christliche Jugendfernsehen zum Mitmachen rund um die Uhr über Satellit (Astra digital) und Web-TV ([www.trutv.de](http://www.trutv.de)). Die Themen: Musik, Sport, Lebens- und Glaubenserfahrungen, News, Tipps und Lifestyle. Auch individuelle seelsorgliche Hilfe wird angeboten. Die Message: „Authentisch leben, darüber reden, lachen, helfen und andere begeistern“, schreibt der Sender in einer Presseinformation.



„Wir sind noch klein aber einzigartig in der Fernseh- und WebTV-Landschaft, und nach fast einem Jahr sind wir sicher, auf Erfolgskurs zu sein“, sagt Geschäftsführer Bernd Merz gegenüber dem Multimedia-Magazin. „Auch wenn wir mit unserem Budget keine Werbekampagnen machen können, so wächst die Zahl der Zuschauer und der Community-Mitglieder stetig.“ Wie Bibel-TV finanziert sich [tru:] fast ausschließlich über Spenden.

[tru:] ist nicht nur ein Nischenangebot: Eine Studie der Bertelsmann Stiftung hat ermittelt, dass in Deutschland 66 Prozent aller Jugendlichen religiös bzw. „hoch religiös“ sind. Viel Potenzial also für den Hamburger Sender.

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

### IMPRESSUM

MultiMedia-Magazin  
 Kundenzeitschrift der KMS Kafitz  
 Medienservice GmbH

Burgstraße 13, 50189 Elsdorf  
 Fon (0 22 71) 605-0, Fax -130  
[office@kms.eu](mailto:office@kms.eu), [www.kms.eu](http://www.kms.eu)

Verantwortlich für den Inhalt:  
 Reiner Kafitz

Redaktion:  
 public communications, Dr. Stephan Pesch  
 (pte): Informationsdienst presstext

Gestaltung:  
 CGN Corporate, Köln

Fotos:  
 Archiv, Bibel-TV, discPROFI, Getty Images,  
 KMS, privat



# Give away mit Langzeitwirkung...



IHR PLUS:  
**Express-  
Produktion  
möglich**

## **USB Sticks – flexible Datenträger mit individueller Botschaft**

Immer dann, wenn Sie überschaubare Datenmengen persönlich weitergeben möchten, kommen USB Sticks ins Spiel. Zum Beispiel bei Schulungen, Seminaren und Kongressen. Größter Vorteil: Wer einen USB Stick erhält, nutzt den freien Speicherplatz meistens weiter. Dadurch bleiben Sie mit Ihrem aufgedruckten Logo beim Kunden dauerhaft präsent.

Die Logoaufbringung erfolgt per Druck oder Lasergravur. Auf Wunsch übernimmt KMS auch die Datenvervielfältigung und den Schreibschutz. Und wenn es besonders eilig ist: Per Express-Service sind Kleinauflagen innerhalb weniger Tage lieferbar.

Mehr über die KMS Inhouse-Produktion erfahren Sie im Internet unter [www.kms.eu](http://www.kms.eu) oder telefonisch unter 02271 605-0.