

Ab sofort **optischer** und **struktureller Relaunch** auf **zwp-online.info**. Neue Elemente wie eine Bildergalerie, ein integrierter Videoplayer, eine E-Paper-Übersicht und **aktuelle Produkt-Highlights** lassen ZWP online **moderner** und **noch übersichtlicher** werden.

Mit dem Relaunch werden auch die Inhalte auf ZWP online noch **multimedialer**. Das Ziel ist es, zu jeder Story ein Video, Bildergalerien, zahlreiche Hintergrundartikel, Grafiken und **multimediale E-Paper** anzubieten.

Damit reagiert die Oemus Media AG auf die aktuellen Ereignisse in der Medien- und Computerbranche. Apple hat seinen Tablet-Computer iPad vorgestellt. Das neue Gerät lässt sich mit den Fingern bedienen und soll E-Books und E-Zeitungen mit Video-Einblendungen anzeigen können. Da Videoinhalte im Internet immer gefragter werden, verfügt ZWP online auch in diesem Bereich über eine spezielle Plattform. Im **Mediacenter** finden sich Anwender-Videos, Interviews, Kongressberichte sowie Produkt- und Informationsfilme der Industrie. Gerade im Bereich der animierten Information wird ZWP online künftig besonders stark wachsen. Über das neue Tool **ZWP online-Umfrage** ist ein Stimmungsbarometer zu erreichen. Wöchentlich bietet sich hier die Gelegenheit, an einer Umfrage zu aktuellen Themen teilzunehmen.

Ein weiteres neues Tool ist „ZWP online für die Hosentasche“: Ab sofort gibt es unter **m.zwp-online.info** eine **spezielle mobile Version** für portable Endgeräte (zum Beispiel das iPhone von Apple), sodass auch unterwegs niemand auf die aktuellen Infos aus der Dentalwelt verzichten muss.



www.zwp-online.info

**Befragung des GfK Vereins:
Werte im Wandel**

Die Krise hat offenbar ein Nach- und Umdenken über gängige Wertvorstellungen ausgelöst. Solide und soziale Wertbegriffe werden für die Deutschen derzeit immer wichtiger. Dies ergab die aktuelle Studie des GfK Vereins zum Bedeutungswandel von Werten.

Unabhängig vom Einkommen, der regionalen Herkunft oder dem Geschlecht nennen rund zwei Drittel der Befragten Sicherheit als den Wert, der in der aktuellen Zeit am meisten an Bedeutung gewinnt. Auf Platz zwei liegt das eigene Zuhause, das den Deutschen in diesen Zeiten der Unsicherheit als immer wichtiger erscheint. Fast 60 Prozent messen den eigenen vier Wänden künftig mehr Bedeutung zu als bisher.

Fast ebenso bedeutend ist für die Deutschen Leistung: Immerhin 58 Prozent der Deutschen schätzen sie als wichtig für die Zukunft ein. Doch dies geht offenbar nicht zulasten des Gemeinschaftssinns. Denn auch soziale Werte werden bedeutsamer: So stehen Vertrauen und Verantwortung mit 55 und 52 Prozent auf den Plätzen vier und fünf in der Werte-Skala. Auch Solidarität

wird nach Ansicht von knapp der Hälfte der Befragten künftig an Bedeutung gewinnen. Und entgegen aller Klischees vom „jammernden Deutschen“ findet sich Optimismus auf Platz sechs.

Auch Wettbewerb und Innovation finden sich im Ranking wieder. So nennen 38 Prozent der Befragten Wettbewerb und 36 Prozent Innovation, wenn sie nach Werten gefragt werden, die in Zukunft bedeutender werden. Schlusslichter im Werte-Ranking der Deut-

schen sind Macht, Abenteuer und Luxus. Ein Viertel der Befragten nimmt an, dass Macht in Zukunft weniger wichtig wird. Weitere 37 Prozent gehen davon aus, dass Abenteuer im Leben der Menschen eine geringere Rolle spielen werden. Am deutlichsten verliert der Luxus seinen Stellenwert: rund 40 Prozent glauben, dass Luxus nicht mehr den Platz in der Gesellschaft haben wird.

(www.gfk-verein.de)

ANZEIGE

Wir sind Supermarkt-Werbung.



see me!

CartBoards

see me! neu!

CartBoxes

feel me!

CashPoster

hear me!

InstoreRadio

www.andre-media.de