

# Warum schnelle Zeiten „langsame“ Medien brauchen

Dr. Johann-Friedrich Huffmann, Geschäftsführender Gesellschafter  
HuffmannBusiness Publikationen, über schnelle Zeiten, die Sehnsucht  
Langsamkeit und die Rolle von Corporate Books

**W**arum schnelle Zeiten langsame Medien brauchen, das ist die Frage zum heutigen Stellenwert von Büchern, die mich umtreibt. Wer kennt nicht das Gefühl, von Reizen und Anforderungen überflutet zu werden? Und wer sehnt sich in solchen Augenblicken nicht danach, die Zeit aufzuhalten, Details wahrzunehmen und auszukosten? Die Faszination der Geschwindigkeit vermag den Wunsch nach Innehalten nie ganz zu verdrängen. Und gerade in Zeiten des Überangebots wächst das Bedürfnis nach Einzigartigkeit. Dies gilt auch für den Umgang mit Medien.

Lange war das Buch eine Errungenschaft, auf die niemand verzichten konnte. Heute aber ist es ein Medium unter vielen, das um das Zeit- und Aufmerksamkeitsbudget der Menschen

konkurriert. Wir schätzen die Annehmlichkeiten elektronischer Medien und die Möglichkeit, jederzeit auf nahezu alles Zugriff zu haben. Doch ist es denkbar, das Buch durch elektronische Medien ganz zu ersetzen? Oder hat diese klassische Informations- und Kommunikationsform zeitlosen und unangefochtenen Status? Die Besonderheit eines Corporate Books ist seine anspruchsvolle Kommunikation aufgabe. Ob als Markteinführungskompetenzbuch, ob als Handbuch oder als Jubiläumshandbuch, ein Corporate Book sucht immer nach einer klaren und zielorientierten Botschaft, um seinen Auftrag zu erfüllen. In Zeiten von Digitalisation und Big Data ist das Buch da, wo es zählt. Nun stellt sich die Frage, wie ein Corporate Book das Zeit- und Aufmerksamkeitsbudget der Menschen

Den vollständigen Beitrag von Dr. Johann-Friedrich Huffmann über die Rollen von Corporate Books lesen Sie in CP MONITOR 3/11 ab Seite 18.

Sie können diese Ausgabe sowie alle bisher erschienenen Magazine hier bestellen.