

© 2010 by Hans-Georg Wenke | Hasselstraße 182 | D-42651 Solingen | +49 212 2540110 | wenke@wenke.net

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag

« Früher sprach man verächtlich von Waschweibern.
Heute heißt es ‚Social Media‘. »

Dauergeschwätz

Sie plappern immer und über alles. Laut Vorurteil meist die Frauen, laut Statistik genauso auch die Männer. Der dörfliche Waschplatz von früher, an dem man alle Nachrichten austauschte, wurde durch Mobiltelefone oder Computer ersetzt. **Schmutzige Wäsche wird jetzt in Foren und Chats gewaschen, belangloses Geschnatter findet auf diversen Plattformen statt, die längst die Funktion einer globalen Dorfzeitung oder der reisenden Märchenerzähler übernommen haben.** Jetzt kann man noch einen draufsetzen und jeden (den es garantiert nicht interessiert), am Shoppen teilnehmen lassen. Da im schweizer Umgangssprachegebrauch Einkaufen „Posten“ (gesprochen *poschten*) heißt, passt dies gut zu Postings in diversen Chats und Foren. **Pressemitteilung:**



Neben den bisherigen Informationen bei barcoo wie Testberichte, Nachhaltigkeitsampel, Lebensmittel-Ampel oder Preisvergleich erhöhen Verbraucher für ihren Freundeskreis nun selbst die Transparenz über Produkte. Mit dem Scan Hero der iPhone-App barcoo können Verbraucher via Barcode-Scan direkt beim Einkauf Freunden mitteilen, was sie kaufen und warum. Durch gegenseitiges Informieren über Produkte per Live-Stream wird Social Shopping auf das Smartphone übertragen.

Mit dieser optionalen Funktion können Verbraucher sich gegenseitig Produkte empfehlen oder davon abraten. Jeder mit barcoo gescannte Artikel kann kommentiert werden. Durch die bequeme mobile Nutzung ist der Scan Hero insbesondere für Alltagsprodukte, wie zum Beispiel Drogeartikel und Lebensmittel, geeignet. ■



Mobile Media

(pte) **Internet- und traditioneller Einzelhandel stehen nicht zueinander in Konkurrenz - im Gegenteil.** Mittlerweile bewahren die **Onlineumsätze viele stationäre Händler vor dem Aus.** Zwischen den beiden Bereichen habe sich eine "stabile und starke Partnerschaft" gebildet. Verkäufer seien auf das Geschäft im Web oft angewiesen. Dieses ist auch in der Krise gewachsen und stimmt die Branche optimistisch.

Mehr als die Hälfte der Onlinehändler betreibt nach Angaben von eBay gleichzeitig einen stationären Handel. Bestehende Geschäfte wurden in den vergangenen Jahren häufig um Internetpräsenzen und Verkaufsaktivitäten im Web erweitert. **58 Prozent der Verkäufer, die sowohl Offline- als auch Online-Handelskanal nutzen, erwirtschaften den Großteil ihres Umsatzes mittlerweile jedoch im Internet. Über ein Fünftel sei sogar auf die Onlinegeschäfte angewiesen, um den stationären Handel erhalten zu können.**

Trotz Rezession hat der Onlinehandel in den vergangenen Monaten weiter deutlich zugelegt. Zweistellige Wachstumsraten stimmen die Webshop-Betreiber auch für die Zukunft zuversichtlich. Nachdem eBay zufolge in den vergangenen drei Monaten rund zwei Drittel der Onlinehändler ihre Umsatzziele erreichen konnten, wurden sie in diesem Jahr von mehr als der Hälfte nach oben geschraubt. Der Optimismus in der Branche sei weiter gestiegen. ■

« Wenn die Eltern sterben: schlimm.
Wenn Facebook ausfällt, ist man ein Waisenkind. »



Virtuelle Liebe

(pte) **Soziale Netzwerke sind für ihre Nutzer so wichtig, dass ein Verzicht suchartartige Entzugerscheinungen hervorrufen kann.** Das fanden US-Forscher von der University of Maryland. Für die Aktion "24 Hours: Unplugged" verzichteten 200 Studenten einen Tag lang völlig auf jede Art digitaler Medien und bloggten anschließend über ihre Erfahrungen.

Entzug wie bei Alkoholsucht

"Wir waren überrascht, wie viele zugaben, dass sie unglaublich abhängig von Medien sind. Bei vielen ist der Verzicht darauf nicht eine Frage des Wollens, sondern des Könnens", wird Studienleiterin Susan D. Moeller in der Pressemeldung zitiert. **Viele hatten ein verzweifertes Verlangen, wieder online zu kommen, nicht wenige berichteten von Unruhe, extremer Nervosität, Spannung und Verrücktheit, was ähnliche Zeichen wie bei Entzug von Alkohol- und Drogensüchtigen sind.**

Besonders bei Social Networks und SMS fiel der Verzicht schwer, zeigten die sehr ausführlichen Rückmeldungen. 18- bis 21-jährige Studenten nutzen heute laut Studie ständig Facebook, Anrufe und E-Mail sind mit großem Abstand zweitrangige Wege, um in Kontakt mit Freunden und informiert zu bleiben. Moeller geht soweit, das Leben ohne Social Media in der heutigen Welt mit dem "Leben ohne Freunde und Familie" gleichzusetzen.

Läuterung durch längeren Verzicht

In einer ähnlichen Schweizer Studie verzichteten "Facebook-Junkies" kürzlich ein ganzes Monat lang auf ihre Gewohnheit - für eine Belohnung von 300 Franken. Studienleiter Dominik Orth sperrte dazu vor den Augen den Probanden deren Facebook-Passwörter. **"Besonders der Anfang des Verzichts ist sehr emotionsgeladen. Manche sagten, sie fühlten sich, als sei die Mutter gestorben, als würde der Wohnungsschlüssel abgenommen oder als würde am Flughafen persönliches Gepäck inspiziert",** berichtet der Psychologe bei der Agentur Rod.

Auch wenn im Schweizer Versuch andere Medien erlaubt waren, fühlten sich die Probanden von der Welt abgeschnitten und sozial ausgegrenzt, besonders gegenüber den noch Eingeloggten. **"Die meisten berichteten aber auch von Vorteilen im Verlauf der Studie. Das Selbstbild wurde wichtiger als das Fremdbild, sie fühlten sich im Alltag ruhiger und nutzten die gewonnene Zeit",** so Orth. Die meisten gaben nach dem Monat an, sie würden Facebook nun effizienter nutzen und sich "in weniger dekadent häufiger Form" einloggen. **Künftig ganz auf Facebook verzichten wollte allerdings keiner.**

Verpflichtung zum Einloggen

In der Schweiz verfügen 70 bis 80 Prozent aus der Gruppe der 15- bis 30-Jährigen über ein Facebook-Konto, was Orth als "enormen Standortvorteil" des sozialen Netzwerkes bezeichnet. **Zur Sucht trage vor allem das Gefühl der Nutzer bei, zum zumindest täglichen Einloggen verpflichtet zu sein. Dieses sei ein Ritual, das den Alltag stabilisiere. "Damit ist Facebook jedoch nicht nur Entertainment, sondern auch ein hoher Stressfaktor",** so der Schweizer Studienleiter. ■

Polemik gleich Politik – und umgekehrt !?

Im alten Griechenland Methode: **Überbringer schlechter Botschaften bezahlten mit seinem Leben dafür. In der deutschen Politik dieser Tage: Wer ehrlich-offen ist, sich offenbart und persönlich betroffen zeigt, wird verächtlich gemacht – Wer sich nicht zum Spielball anderer Interessen macht, gilt als Spielverderber!**

Diese Haltung zeigt den ganzen widerwärtigen Schleim offizieller Politik: Nur wer sich ins offizielle Verflecht aus gesteuerten Darstellungen (im Volksmund „Lügengebäude“ genannt) einfügt, ist gelitten. Ein Bundespräsident, der ganz einfach sagt, ich mache diese Unehrllichkeit nicht mehr mit, ich stehe auf offene, direkte Worte, ist nicht (mehr) vorgesehen.

Für viele Bürger, die die Debatte um Köhlers Afghanistan-Äußerungen nicht in allen Einzelheiten verfolgt hätten, müsse es völlig unverständlich erscheinen, warum der Präsident so plötzlich zurücktrete. Dies könne zur Folge haben, dass sowohl das Vertrauen in das Amt als auch in die Politik insgesamt Schaden nehme.

Wem „der Laden nicht passt“ und „den Bettel hinwirft“, dessen Worte gelten gar

nichts mehr, er wird zum Schwächling und Verlierer degradiert.

Die Politgarde, der die Kritik galt, denkt nicht im Ansatz darüber nach, ob sie eigentlich selbst gemeint sein könnte und betroffen sein müsste. Sie ist lern- und auch respekt-unfähig. Um vom Inhalt abzulenken, muss man eben die Diskutanten prügeln.

Politik und Presse gehen in solchen Situationen eine unheilige Allianz ein. Medien stürzen sich auf die Meinungen der Prominenten und fördern so den Status ihrer Deutungs- und Meinungs-Hoheit. **Der eigentliche Souverän, das Volk, erhält nur ein Feigenblatt, eine Art billige Abspeisung in nachrangiger Schmutzdelecke.**

Für sie richtet man Foren und Chats ein, auf denen sich zwar die Frustrierten und Engagierten, die Betroffenen und Besserwisser, die Ehrlichen und Extremisten austoben, deren substanzielle Ideen, Meinungstrends und Analysen nirgendwo in der „offiziellen“ Berichterstattung vorkommen – allenfalls mal in Form ausgewählter Zitate; kaum mehr als eine billige Garnitur des üppigen Polemik-Hauptganges, der von „offiziellen Stellen“ kommt. „Volkes Meinung“, eigentlich das Wesen, die Substanz der Demokratie, wird als „nur bedingt kompetent“ abgewertet. **Wir leben**

nicht in einer Demokratie. Wir leben in der Mediokratie. Aber das Blatt könnte sich wenden: immer mehr Menschen trauen „sozialen Netzwerken“ mehr Wahrheit und Kompetenz zu als der offiziellen Medien-Berichterstattung und -Kommentierung. **Das kann für große Sender und Verlage bald ziemlich kritisch werden.**

Reich durch Geiz

(pte) **Wer besonders viel verdient, ist weniger großzügig als Normalverdiener.** Zu diesem Schluss kommt zumindest der Ökonom Nikos Nikiforakis von der Universität Melbourne. Er überprüfte in einem Experiment, welchen Einfluss ein hohes Gehalt auf die Bereitschaft zu teilen hat. **Je mehr Menschen verdienen, desto geringer ist der Anteil, den sie anderen weiterzugeben bereit sind.**

Im Labor traten Versuchspersonen in einem Spiel an, dessen Ausgang das "Spielgehalt" für den weiteren Verlauf des Experiments bestimmte. Anschließend mussten die Teilnehmer entscheiden, ob sie einen Teil der Einkünfte einem bzw. mehreren Mitspielern abtreten wollten. Geber und Empfänger blieben dabei anonym, um durch das Ausklammern strategischer Überlegungen allein das "Geben um des Gebens willen" zu untersuchen. Den Spielern winkte am Schluss eine Belohnung in echtem Geld.



Die Ergebnisse fielen sehr deutlich aus. Bei den Probanden mit dem höchsten Einkommen war die Chance des Teilens dreimal niedriger als bei den Einkommensschwächeren.

Ein anderes Resultat kam allerdings zustande, als man das Gehalt nach dem Zufallsprinzip verteilte. Die Unterschiede im Teilen zwischen Besser- und Schlechterverdienenden waren nun verschwunden. Es dürfte somit darauf ankommen, womit man sein Geld verdient. "Nicht alle Spitzenverdiener sind Egoisten. Menschen, denen das Geld zufällt wie etwa in einer Lotterie oder durch eine Erbschaft, dürften eher zum Teilen bereit sein als solche, die es durch eigene Arbeit erworben haben".

"Ob höheres Einkommen geiziger macht oder Geiz das Einkommen erhöht, kann man aus den Ergebnissen nicht eindeutig schließen. Relevant sei das Studienergebnis überall dort, wo es auf individuelle Hilfsbereitschaft ankomme. "Hilfsorganisationen erhalten zwar ihre Großspenden von den Großverdienern, doch es ist nicht diese Gruppe, die den höchsten Anteil ihres Einkommens spendet", so der Experte. ■

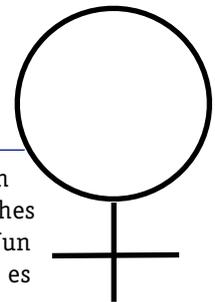
DIE MUTTI-REPUBLIK

Kann Politik weiblich sein ?

Wenn ich das Gezeterere der letzten 50 Jahre nicht falsch mitbekommen habe, behaupten Frauen ziemlich einheitlich, manches im Leben sei deshalb schlimm oder falsch, weil Männer dominieren. Nun haben wir eine Kanzlerin und derzeit stehen die Chancen günstig, es könnte auch eine Bundespräsidentin gewählt werden.

Der Spitzname von Merkel ist „Mutti“, eine potentielle Kandidation fürs höchste Staatsamt, Ursula von der Leyen, wird vor allem als Wunderfrau wahrgenommen, die den Spagat zwischen einer 7-Kinder-Familie und Ministeramt ganz locker schafft.

Wenn nun beide Frauen „an der Macht“ wären, und da ja auch etliche im Kabinett sind – ob sich deshalb Politik merklich ändert ???? ■



Was soll das ?

ccMarketing ist das Logo eines Councils (Committés) mit den Themenschwerpunkten Print-to-web, Digital Marketing, Anticounterfeit, Brand-Protection, „Communication 3.0“ (interaktive on-demand-Infotainments), Social Marketing und andere kommunikationsorientierte Werbeformen. Mit einem zusammenfassenden Wort: **INFOGAINING.**

ccMarketing steht für „customer channeled Marketing“, also dem individuellen, unmittelbaren interaktiven Kontakt zwischen Anbietern und deren Interessenten oder Kunden (1:1-Marketing-Kommunikation).

COMMUMEDIA SketchBlog ist Informationspartner dieser Non-Profit-Organisation. www.ccmarketing.eu ■