

© 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



DIE LÜGE

Werbung außerhalb der Aufrichtigkeit

Stellen Sie sich vor: Er, jung, leidenschaftlich, haucht ihr, verführerisch, kuschellieb, ins Ohr: „Ich liebe Dich.“ – So weit, so Holly-/Bollywood.

Dann, sagt das Drehbuch, *Pause, Schwenks, Zoom in die Ferne, Unschärfe, Wischer, und wie aus dem Nebel taucht geisterhaft der Widerschein von ihm, dem Jüngling, auf und flüstert, sehr leise: „Sofern Du keine falschen Zähne haben musst. Vorausgesetzt, Deine Haut bleibt straff. Unter der Bedingung, du tanzt nie mit einem anderen.“* – So weit, so purer Kitsch, **Quatsch, Blödsinn?**

Nein, Opel! Genau das macht Opel Deutschland in seiner Werbung. **Ein Zeichen von Verzweiflung? Oder nur Ausweglosigkeit, gepaart mit einer Mischung aus Frechheit und Mut? Geht man so mit Kunden um, wenn man mit dem Rücken an der Wand steht?**

„Ein Kommunikationsdesaster“ nennt es Spiegel Online, dem kann man nur zustimmen. Dort ist zu lesen: «Die Wettbewerbszentrale droht Opel mit einer Klage, wenn die Kampagne nicht eingestellt wird und der Autobauer eine Unterlassungserklärung unterzeichnet. **„Wir beanstanden hier eine irreführende Blickfangwerbung,** weil entgegen der vollmundigen Ankündigung eine 'lebenslange' Garantie tatsächlich nicht von Opel gewährt wird“, sagte Rainer Münker, Präsidiumsmitglied der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs.»

Die Fakten: «Tatsächlich ist die Garantie auf 160.000 Kilometer begrenzt. Die Materialkosten werden zudem bei Reparaturen nur bis 50.000 Kilometer übernommen. Danach muss der Besitzer einen nach Laufleistung steigenden Anteil der Materialkosten selbst übernehmen.

Beim Weiterverkauf des Autos erlischt die Garantie, wenn der neue Eigentümer nicht einen dreistelligen Betrag pro Jahr an Opel zahlt.»

Und dann folgt eine Passage, die sollte man als General-Urteil und moralischen Wertemaßstab allgemeingültig erklären, weil das Statement der gesamten Werbebranche und allen naßforschenden Marketern ins Stammbuch geschrieben ist:

«All das erfülle nicht das Versprechen einer "lebenslangen" Garantie. Ähnliche Garantien böten auch andere Hersteller. Die Einschränkungen seien nur in einer Fußnote der Anzeigen genannt. **„Eine Lüge im Blickfang kann nicht durch einen Sternchenhinweis 'aufgeklärt' oder 'relativiert' werden“**, so die Verbraucherschützer.»

Dazu passt dann vielleicht, dass das Vertrauen der Opel-Arbeiter in eine lebenslange Beschäftigung bei einem soliden deutschen Unternehmen zeitgleich in ein reales Kündigungs- und Abfindungsangebot umgewandelt wird, weil sich Opel von einem beachtlich großen Teil der Belegschaft trennen will oder muss. Arbeiterfamilien des Ruhrgebiets, die einst wie bei Krupp, Thyssen, den Bergwerken, an eine Schicksalsgemeinschaft – lebenslange Treue – glaubten, werden nur noch als „Kostenfaktoren“ behandelt.

Und ein solches Unternehmen wirbt um ewiges Vertrauen ?????? !!!!!

Warum nur, warum?

Ich billige mir billiger zu

Warum soll ich eigentlich noch jemals im Leben einen regulären Preis zahlen? Warum sollte ich ihn vor allem im Internet zahlen, wo doch dieses Medium die geborene alles-geht-immer-noch-billiger-Plattform ist. *Verzweifelt versuchen Verlage, ihre Inhalte und Informationsangebote kostenpflichtig zu machen. Logisch, dass es nicht klappt. Sie haben bislang versäumt, es billiger zu machen. Mit 80 % Rabatt, egal worauf, würde ich ja sofort einen kostenpflichtigen Dienst buchen. Vorausgesetzt, ich bekäme auf die 80 % noch mal 60 % Discount.* ■

Top-Angebote aus
Baumarkt, Garten & Auto
bis **-55%**



Alles muss raus
Bis **-65%** im Sale



Reisen bis **60% billiger**
Täglich Lastminute + Frühbucher
Lastminute direkt vom Flughafen.

Billiger
Ein tolles Angebot. Gutscheine
für Deine Stadt bis -70%. Jetzt!

billiger.de
www.billiger.de/Billig Im Preisvergleich bis 80% sparen! Es geht immer - **billiger.**

Glück kann man kaufen. Es kostet 17,95 €

Oh Konsument. Du dummes Glücks-Schwein.

Hinweis: der nachfolgende Textblock ist original !

(ots) Glück ist keine reine Glückssache: Neben Bewegung, Tageslicht und positiven Sinneserfahrungen lässt sich die Stimmung durch die tägliche Ernährung positiv beeinflussen. Was viele nicht wissen: Eine ausgewogene Zusammensetzung der Ernährung ist sogar eine grundlegende Voraussetzung, um glücklich zu sein. Nur so kann der Körper den Glücksbotsstoff Serotonin bilden. Das seit Anfang Juli 2010 in Apotheken erhältliche diätetische Lebensmittel FROHNATUR® fördert das natürliche Glücksgefühl. Die neuen Trinkfläschchen enthalten all jene Nährstoffe in konzentrierter Form, die der Körper für die natürliche Bildung des Glücksbotsstoffs benötigt. Erste Anzeichen einer verbesserten Stimmungslage sollten nach fünf bis sieben Tagen spürbar sein. Eine Packung FROHNATUR® enthält 7 Trinkfläschchen (= 7 Tagesportionen). Die Kosten betragen 17,95 Euro inkl. 19 Prozent gesetzl. MwSt.

- **Leute, ran an die Flaschen. Glück getrunken. Und wer dusselig glücklich ist, der melde sich bei mir. Und sende mir auch 17,95 € für diesen Super-Tipp hier !!!** ■

MEDIENANALYSE D

Die Führenden

(ots) DIE ZEIT bestätigt mit der aktuellen Media-Analyse ihre Position als reichweitenstärkste Qualitätszeitung.

- Mit 1,63 Mio. Lesern liegt DIE ZEIT deutlich vor der
- Süddeutschen Zeitung (1,27 Mio. Leser),
- der FAZ (0,96 Mio Leser) und
- der Welt (0,71 Mio Leser).
- Sie liegt weit vor den Sonntagszeitungen Welt am Sonntag (1,05 Mio)
- und FAZ (1,0 Mio Leser).

In der Media-Analyse (ma 2010 II) weist

- GEO 3,22 Millionen Leser auf und ist damit erneut das meistgelesene freiverkäufliche Monatsmagazin in Deutschland. Das entspricht einer Gesamtreichweite von 4,6 Prozent in der BRD-Bevölkerung ab 14 Jahren.
- Das multithematische Reisemagazin GEO SAISON behauptet seine Position als Nummer 1 im Segment der Reisezeitschriften. Mit 930.000 Lesern und einer Reichweite von 1,3 Prozent liegt GEO SAISON weiterhin vor

- ▶ Merian (820.000 Leser und 1,2 Prozent Reichweite).
- ▶ Der Stern erreicht in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre eine Reichweite von 10,9 Prozent. Das entspricht 7,71 Millionen Leser pro Ausgabe. Damit bleibt der Stern weiterhin die reichweitenstärkste frei verkäufliche Publikumszeitschrift.
- ▶ Der Spiegel erreicht mit 6,55 Millionen Lesern 9,3 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung.
- ▶ Focus erzielt eine Reichweite von 5,94 Millionen Lesern, das sind 8,4 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung. ■

Doch immer nur auf Schnäppchenjagd ???

(pte) „Manchmal ist im Umfeld unserer Branche von der Printkrise die Rede. Auch wir haben davon gehört. Wir gedenken allerdings nicht daran teilzunehmen.“ Mit diesen Worten präsentiert sich der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) in einem neuen Imagefilm. In Hinblick darauf, dass klassische Medien wie Fernsehen und Tageszeitungen Einbußen bei den Werbeeinnahmen hinnehmen mussten, ist das eine mutige Aussage.

Die Allensbacher Werbeträger Analyse belegt, 39 Mio. Deutsche/Deutschsprachige, **über 85 Prozent der Bevölkerung über 14 Jahren, lesen Anzeigenblätter.**

Die hohe Akzeptanz der Wochenblätter mit 30 bis 40 Prozent redaktionellen Inhalten erklärt der BVDA u.a. mit der Lokalität. Die Nachrichten, Veranstaltungstipps, Sport, Kultur und die Werbung betreffen die Umgebung, aus der die Leser kommen.

Für Werbetreibende sind hohe Haushaltsabdeckung und flächendeckende Verteilung - auch an Werbeverweigerer - attraktiv. **Die wöchentliche Auflage der Anzeigenblätter liegt bei über 91 Mio. Exemplaren.** ■



Was ist mit unseren Alten los?

Wollen sie nicht mehr – oder können sie nicht mehr? Skandalös ist ihr Verhalten, was das Internet angeht. Der (N)Onliner-Atlas der Initiative D21 thematisiert **die Abstinenz der Senioren:**

- ▶ Während bei den über 70-Jährigen noch etwa jeder dritte **Mann** online ist,
- ▶ nutzt nur jede siebte **Frau** der gleichen Altersgruppe das Internet.
- ▶ Die aktuellen Wachstumsraten zeigen auch, dass sich dieser Abstand in den nächsten Jahren nicht oder nur marginal ändern wird: Denn während bei den Männern über 70 Jahren der Online-Anteil um 4,9 Prozentpunkte stieg, liegt er bei den Frauen dieser Altersgruppe bei 3,8 Prozentpunkten.

Das ist ja nur ein Teil des Skandals. Andere Untersuchungen zeigen:

- ▶ fast 100 % der über 80jährigen haben in den letzten 4 Wochen keine Disco besucht!
- ▶ 94,3 % zeigten kein Interesse, einen Motorrad-Führerschein zu machen.
- ▶ Doch damit nicht genug: Zwei von drei Frauen über 90 verzichten freiwillig sowohl auf einen Besuch beim Frauenarzt wie auch eine Teilnahme an der Bauch-Po-Oberschenkel-Gymnastik; und zwar völlig unabhängig davon, ob sie nun in geriatrischen Verwahranstalten, also Seniorenheimen, oder auf Kosten der Pflegekasse in der dunklen Keller-Einliegerwohnung untergebracht waren.

Das zeigt sich doch die Interessenlosigkeit dieser Gruppe an allem. Und insofern ist es richtig, wenn jetzt die SPD, die Senioren Partei Dummlands, aufruft, für alle Gicht- und Osteoporose-Patienten einen Zehnfinger-Blindschreib-Tastatur-und-Maus-Kurs zur Pflicht zu machen, bevor sie ihre Sterbeversicherung in eine Flatrate umwandeln.

- ▶ **Danke Initiative D21, dass Du uns mit Deinen Presseveröffentlichungen auf das Problem aufmerksam gemacht hast. Wir hätten es sonst gar nicht gemerkt, wie sich meine Oma dem Fortschritt verweigert. Und ihr Tanzpartner aus dem Demenzkurs auch.** ■

Nervtötend

Radio im Büro senkt die Arbeitsleistung. Konzentration sinkt, egal ob Musik gefällt oder nicht.

(pte) Einer britischen Studie zufolge mindert die akustische Berieselung die Konzentration. **"Wenn im Büro geistige Arbeit verlangt wird, ist die ständige Radiomusik ein Problem", bestätigt Stefan Bayer, Präsident der österreichischen Akademie für Arbeitsmedizin. Bei Fließbandarbeit ist Musik hingegen ein wichtiger Motivationsfaktor.**

Gezeigt wurde das an der University of Wales anhand einer Studie. Teilnehmer sollten sich eine Reihe von Konsonanten einprägen und dann wiedergeben. Teils fand der Test in einem ruhigen Raum statt, teils mit Beschallung. Gespielt wurde Musik, die den Probanden gut gefiel, sowie solche die sie nicht leiden konnten. Unabhängig vom Musikstil schnitten die Versuchspersonen deutlich schlechter ab als in Ruhe, berichten die Forscher in der Zeitschrift "Applied Cognitive Psychology".

"Früher lag der Lärmpegel für Büroarbeit bei 55 Dezibel, heute auf 45 Dezibel. Jedes Radio ist da bereits lauter", so der Arbeitsmediziner Bayer. Erschwerend kommt die heutige Architektur der Büros hinzu, die statt Einzelbüros die Großraumversion bevorzugen. "Hört hier jemand Musik, müssen gleich alle mithören", klagt der Experte. Musik hat jedoch auch positive Komponenten für die Leistung. **Etwas bei Klassik sieht Bayer eine "anregende, beruhigende Wirkung, die die Motivation steigern kann."** ■

Der Boss im Bus

Bekanntlich lässt Bild-Online Leser an den Entdeckungen anderer Leser teilnehmen. Die Texte liefert die Redaktion. **Logo, denken viele, das kann nicht immer gut gehen.** Stimmt! Lesen Sie es **ganz genau** und wundern Sie sich, wie nun das neue Großraumflugzeug A380 heißt.

Premiere: Der fertig lackierte Airbus in den Lufthansa-Farben versteckt sich hinter einem Elbdeich. BILD-Leser-Reporter Alexander Schwarz (29) fotografierte den ersten fertig gestellten A380 der Lufthansa



Selbst-Identität

Neulich geriet mein Druckertreiber aus dem Takt; gerade wollte ich ein Bild von mir ausdrucken, da kam die Meldung „Tinte alle“. Das Kommando „Druck wiederholen“ brachte diesen eigentlichen Datensalat:

???????? ???? ? ? ? ?

So, und nun muss ich mal eine ganz platte Titel-Anleihe bei meinem **Solinger Herkunftsnachbarn Richard David Precht** machen, dessen prägende Kinderzeit in meine eigene Solingen-aktive Sturm- und Drangzeit fällt und dessen bzw. seiner Eltern geografischer Aktionsradius mit meinem identisch ist. Denn es gilt ja nun wirklich zu fragen: **Wer bin ich, und wenn ja wie viele?** Schön, dass der **launische Zufall** (ich schwöre es bei Lenin, der nur bis Lüdenschied kam, es war unbeabsichtigter Zufall) Prechts Erfolgswerk in meine elektronischen Leiterbahnen gebeamt hat.

Vielleicht fällt Ihnen ja dazu eine Antwort ein. Sie wäre, egal auf welchem Wege, herzlich willkommen. ■

