

© 2012 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



VON PHÄNOMENEN UND PHÄNOMENALEM :

Absturzursache: Erfolg

Die Unvernunft der Börsen und der Börsianer ist ungebrochen. Demzufolge wird uns täglich in der Zeitung die Welt völlig falsch erklärt. Die Welt hat derzeit ziemlich exakt 7 Milliarden Einwohner. Wenn man in einem Quartal 28,3 Mill.\$ Umsatz macht, sind das – statistisch gesehen – mit jedem Kopf 4,04 (mithin im Jahr knapp über 16). Doch für Börsianer ist dies eine Katastrophe. Apple hätte nämlich 4,16-Welt-pro-Kopf-Umsatz machen sollen, 12 Cent mehr! Hat es aber nicht, also wurde es „abgestraft“, wobei 5 % Rückgang ausweislich dieser Meldung für Börsianer ein Absturz sind (was 20, 30 Prozent sind, wage ich gar nicht zu fragen und zu denken). Jedes Jahr werden weltweit gut 70 Millionen iPhones verkauft, für jeden hundertsten Erdbewohner eines! Jedes Jahr. Aber das ist eben „enttäuschend wenig“ ...

Apple enttäuscht Börsianer

Apple hat mit einer geringer als erwarteten Umsatzsteigerung im 4.Quartal die Analysten enttäuscht. Die Aktien des wertvollsten Technologiekonzerns der Welt stürzten nach Bekanntgabe der Ergebnisse im nachbörslichen Handel um fünf Prozent ab.

Besonders das iPhone, der größte Umsatzbringer, verkaufte sich kurz vor dem Modellwechsel deutlich weniger als zuvor prognostiziert. Statt der erwarteten 20 Mio. gingen nur gut 17 Mio. Smartphones über die Ladentische. Der Umsatz stieg auf 28,3 Mrd. Dollar, Analysten hatten 29,7 Mrd. erwartet.



Hirn ??? Wo - in der ARD, im Fußball, wo ???

Eilige Nachrichten haben die lustige Eigenschaft, voller Fehler sein zu können. Selbst in alt-ehrwürdigen Gremien, wie dem ARD-Videotext. Und deshalb lässt die Redaktion Hirn auf den 1. FC Köln regnen, was alle, die etwas von deutschem Fußball verstehen, nun vollends wundert ... !

>>> siehe also Tafel 221



HIRNRAUB

Rättiges

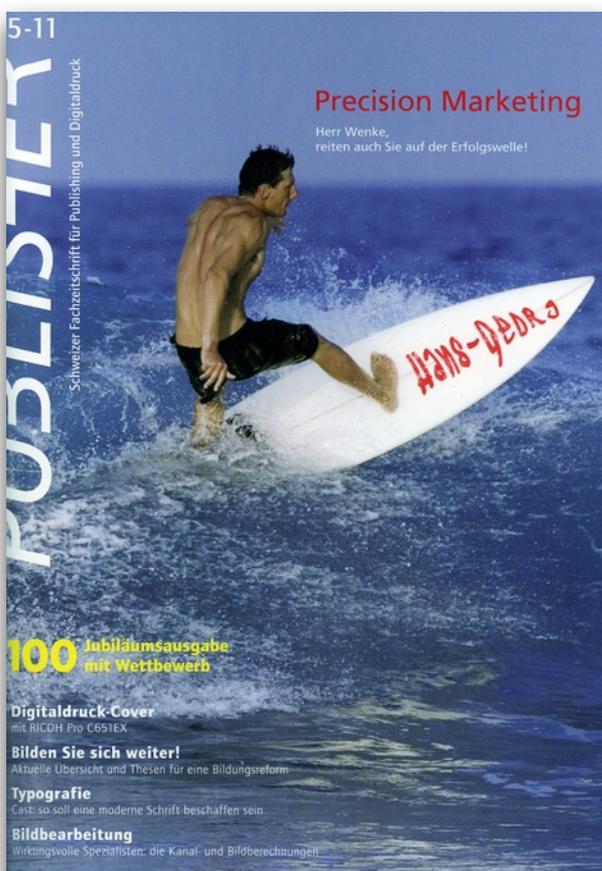
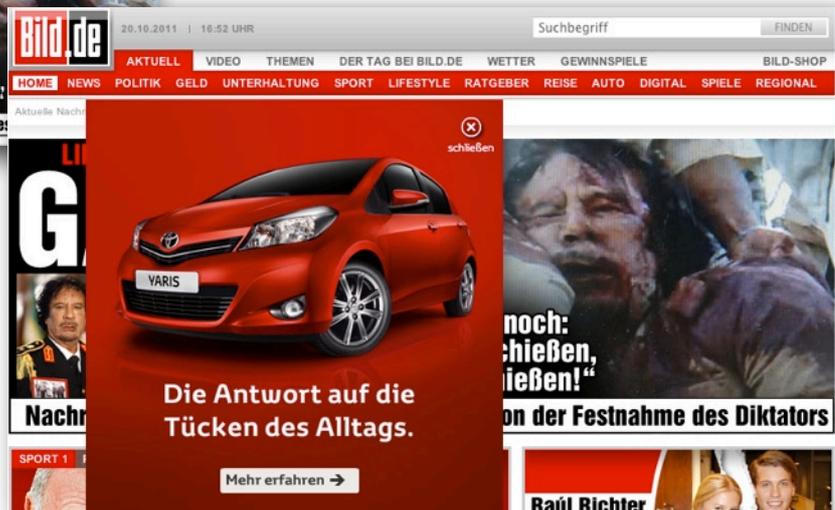
Er hat sein Volk als „Ratten“ bezeichnet. Mancher empfand es daher geradezu als gerecht, dass er wie eine Ratte in einem Schmutzrohr starb. Krieg verroht bekanntlich die Sitten. In Todesangst und maßloser Verzweiflung zu handeln, ist das eine. „Qualitätsjournalismus“ zu betreiben, auf den sich bei allen möglichen und unmöglichen (digitalen und E-Medien-) Gelegenheiten die Clique Deutscher Verleger beruft, ist das andere. Und Geldgier das Dritte. Kommen sie alle zusammen, entsteht extrem Bizarres:

- ▶ Der Tod eines Diktators als Reality Horror-TV: Exekution live
- ▶ Eine Extremzeitung der deutschen Szene, die sich bewusst für mentale Randalen und geistiges Stammtischniveau entschieden hat
- ▶ Geldverdienen um jeden Preis, ohne Pietät und Würde – also Werbung

Dann verheißt der Werbe-Overlay für eine Meldung, bei der Schweigen angebracht ist, eben die Antwort auf die Tücken des Alltags.



Bild Online: Screenshots während der dramatischen Minuten des 20. Oktobers 2011



Mit Füßen getreten

Die Wirkung eines Szenarios (ein solches ist ein Titelbild immer) entfaltet sich im Un- und Unterbewussten. Bilder wecken Gefühle durch Assoziationen. Gedanken verselbständigen sich, weit bevor die rein rationale, logische und verstandesmäßige Informationsverarbeitung erfolgt. Was etwas bedeuten und sagen soll, kann meilenweit entfernt von dem sein, wie es wirklich wirkt. Das Unterbewusstsein ist stärker als die Ratio! In diesem Falle fühle ich mich buchstäblich mit den Füßen getreten. Ein personalisiertes Titelblatt – und man tritt aggressiv nach mir ... nein danke, das brauch' ich nicht.

Und mal ganz ehrlich, so unter uns Schwachsinnigen (oder für was hält uns Leser der Inserent und Sponsor?): Die Anrede „Herr Wenke, reiten auch Sie auf der Erfolgswelle“ sollte sofort im Meer versenkt werden. Fällt einem wirklich, wirklich nichts anderes zu „targeted marketing“ ein, als lediglich den Namen einzudrucken und platte Sprüche zu kloppen. An jedem Überfluss-Überdruss-Touristenkiosk kann ich Dutzende Artikel mit Namen kaufen. Von Schlüsselanhängern über Tassen bis zu Sockenwärmern. Und nun auch Fachzeitschriften?!? Individualisierungen – beispielsweise Fotobücher – Fotobücher bestellen heute schon 6-jährige. *Wie wärs da mal mit mal was richtig Intelligenter von den Profis?*

Morbide Gesellschaft

Auf meiner E-Zine heisst der Rubriktitle im Publikations-Abschnitt „CommuMedia“ wörtlich „Perspektivisches über den Augenblick hinaus“. Dort hinein kamen jüngstens zwei Nachrufe und Analysen zum Ableben bisheriger Stars der Szene. Ich hoffe, dies wird nun keine Tendenz, weil beide – einmal eine Person, zum anderen ein Unternehmen – bislang für Innovationskraft standen. ■

Unaufgeregt

Mit anhaltender Nutzlosigkeit tobt die Debatte, ob denn nun Print- oder Online-Medien zukunftsträchtig seien. Wer wann wie warum wem nützlicher sei. Da meldet sich ganz leise, fast unauffällig, die **Grande Dame der Europäischen Zeitungselite** in einer Insertion zu Wort und zeigt allen, wie es geht: mit Köpfchen!

- ▶ **Chapeau. Werbung vom aller-allerfeinsten:**
Text packend, weil schlicht, aber stimmig.
Bild sehr subtil, macht vergnügt schmunzelnd. ■

**Wertewandel**

Wer Printmedien abonniert, bekommt meist etwas geschenkt (kurios: bei E-Medien ist das nur selten der Fall). Die Prämien entsprechen in etwa einem Halb- oder manchmal einem Jahres-Abo des jeweiligen Titels. „Geködert“ werden die potentiellen Abonnenten meist mit Gegenstände, die irgendwo zwischen Spielzeug, „ach ja, wollt' ich immer schon mal haben“ und „warum nicht?“ angesiedelt sind. Der SPIEGEL hält auf ein gewisses Niveau, dennoch finden sich Dinge, die einem schwer zu denken geben:

**HYUNDAI-CAMCORDER
HDV-D9PLUS**

Details
BESTELLEN ▶▶
ohne Zuzahlung

Für ein Jahresabo gibt es eine digitale Videokamera. Immer-dabei- und Fun-geeignet, mit hoher Qualität und insofern praktisch, nützlich. Vor allem aber: jede Menge Technik, ganz viel Elektronik, gute Optik. Ein High-Tech-Tool eben. *Man bekommt diese Kamera ohne Aufpreis zum Abo.*

Und es gibt eine Tischlampe, mit der kann man eine Glühlampe an- und ausschalten. Mehr nicht. *Solche Funktionen, Schalter und Fassung, gibt es zusammen*

für maximal 4 Euro im Baumarkt. Aber beim Spiegel muss man als Aufpreis zum Abo an die 200 Euro dazuzahlen.

- ▶ **Mag ja sein, dass dieses Ding Kult ist. Aber es zeigt auch, wie pervers inzwischen unsere Konsumenten-Dinge-Wertewelt geworden ist. Sempel-Funktion: sündhaft teuer, Raffiniertes gibt's umsonst.** ■

**WAGENFELD TISCHLEUCHE
WG 24**

Details
BESTELLEN ▶▶
Zuzahlung: 149,00 EURO

Die unkommentierte Meldung:

Man sitze nur stumm, staune – und langweile sich über diese wahrhaft echte Pressemitteilung:

Hamburg (ots) – Als der Physiker und TV-Wissenschaftsmoderator Ranga Yogeshwar ("Quarks & Co") ein Kind war, gab es sie noch, "diese Art von Langeweile, bei der man als Kind die Knochen wachsen hören konnte. Momente, in denen einfach mal gar nichts los war". Für Yogeshwar war die Langeweile gewissermaßen berufsfördernd, denn sie belebte schon früh seine wissenschaftliche Neugier. "Eine Fliege konnte mich über eine ganze Schulstunde retten", sagt er in der aktuellen Ausgabe des Frauenmagazins BRIGITTE WOMAN. Wie das Insekt Zucker frisst, den Rüssel befeuchtet, Krümel ansaugt – "für so etwas konnte ich eine ungeheure Leidenschaft entwickeln und alles andere vergessen".

