

© 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

## Google-Abitur

**Kundenfang als Studienziel.** Lässig und cool, die einst so starke, selbstbewusste, nicht selten hochnäsiger-arrogante Werbebranche hat ihren Meister gefunden: Google. Denn die trainieren nun Werber, wie sie mit einem der gewinnträchtigsten Tools von Google umgehen, den AdWords.

(pts) - Zielgruppe sind alle, die bereits Erfahrung mit AdWords haben und ihre Kampagnen und ihr Wissen nun professionalisieren wollen. **Das Training schließt mit der offiziellen Zertifizierungs-Prüfung von Google ab!**

Trainer in Österreich ist Alexander Beck, Autor des Bestsellers "Google AdWords", der auf Amazon hervorragende Rezensionen vorweisen kann. Er gibt seine jahrelange Erfahrung mit internationalen Kunden und bei der Optimierung von komplexen Kampagnen an die Teilnehmer weiter und bereitet sie so ideal vor auf

- Die richtige Strategie und das richtige SEM-Konzept
- Die Optimierung von Kampagnen
- Die *AdWords-Prüfung*, die am letzten Tag *abgelegt* werden kann

**Wahrscheinlich hat man dann die Hochschulreife für ungehemmten Netzkapitalismus mit der Lizenz zum Belästigen genervter Surfer.** ■

## Frowenpauer

**Die Emanzen haben es geschafft: Wir himmeln kollektiv Frauen an.** Käßmann trinkt sich einen, und wir machen sie zur Heldin. Lena trällert, und wir alle wollen ein Kind von ihr. Da kann man doch nur noch dem **Papst** raten: *Hey, Priester, haltet Euch nicht mit Jungs auf. Klammert Weiber!* ■

### Margot Käßmann

#### Fans träumen vom Comeback

Das Interesse an ihrer Person reißt nicht ab: Gut drei Monate nach ihrem Rücktritt als Bischöfin hat Margot Käßmann erstmals wieder eine Predigt gehalten – und für einen riesigen Besucherandrang gesorgt.

Mehr als 1200 Menschen verfolgten am Sonntag die Predigt der früheren EKD-Vorsitzenden in der überfüllten Marktkirche in Hannover. Viele Teilnehmer standen schon Stunden vorher an, um noch einen Platz zu bekommen. Wegen des großen Andrangs wurde der Gottesdienst auch über Lautsprecher nach außen übertragen.



Auf Plakaten forderten Gottesdienstbesucher eine zweite Amtszeit von Käßmann dpa



## Singe, wem Gesang gegeben ...

Die Traditionsgesangsvereine haben Nachwuchssorgen, Singen heißt heute eher Karaoke, muss vor allem laut und Playback-gestützt, watt-watte-verhallt sein oder aus dem Ghettoblaster kommen. Allenfalls, dass man zu Carpendales oder Lenas Konzerten noch rührselig Wunderkerzen schwenkt und ganze Spontanfrauenchöre mitsingen bis -kreischen. Mit anderen Worten:

**Singen als Kommunikationswerkzeug ist out. Schade, denn ...**

(ots) - Egal, ob richtig oder schief, laut oder leise: Kinder, die singen, ziehen vielfältigen Nutzen daraus. Wissenschaftler sind überzeugt, **dass Sin-**

gen das Gehirn anregt und Sprache, Stimme und sogar das Immunsystem davon profitieren. Auch Eltern, die sich selbst nicht für begnadete Sänger halten, sollten mit ihren Kindern singen, die anderen sowieso. Hauptsache, sie amüsieren sich gemeinsam. Eine Studie an der Universität Münster hat gezeigt, dass Kinder, die häufig singen, sich besser ausdrücken und sich auch stärker in andere Kinder einfühlen können. Wem das als Erfolg noch nicht reicht: Gesünder waren die kleinen Sänger auch. ■

### Schulden statt Schulen

**Haben wir Zukunft? Haben wir nicht, wenn man diese Zahlen sieht.**

Die von der Bundesregierung offiziell veröffentlichten Zahlen vor Beginn der Haushaltsdebatte im Bundestag:



### Was bedeuten diese Zahlen?

Der ganz überwiegende Teil der Ausgaben wird benötigt, die zu unterstützen, die keine Einnahmen haben. Frei übersetzt: **Wer arbeitet, finanziert die Arbeitslosen. Konkret sind dies ungefähr 5.000 Euro/Jahr/Beschäftigter im Durchschnitt.** Nicht schlecht. Für **Forschung und Bildung** sind im Bundesetat pro Beschäftigten **ca. 360 Euro jährlich** eingestellt; hinzu kommen die Aufwendungen der Länder. Für Umweltschutz trägt ein Beschäftigter mit ca. 50 Euro jährlich bei. Gewinner ist eindeutig die Pharmaindustrie. Sie sahn mächtig ab, kassiert mehr bei Staat **und** Patienten. **Gesund sind diese Verhältnisse jedenfalls nicht.** ■

### Paid Content

(pte) Mit der Ankündigung, die **Londoner Times** und das dazugehörige Sonntagsblatt bald nur noch **kostenpflichtig im Internet** anzubieten, hat der Medienkonzern News Corp. die Diskussion um die Zukunft der Zeitungen neu angestachelt. Nur wenige Tage später schlägt die schottische Zeitung **The Southern Reporter** denselben Weg ein.

**Unklar ist, ob man genügend Leser überzeugen kann, für Online-Content zu bezahlen,** um die Verluste bei Print-Werbung und Auflage auszugleichen oder ob es sinnvoller ist, Web-Content weiterhin gratis zur Verfügung zu stellen und auf steigende Einnahmen aus Online-Werbung zu hoffen.

„Großbritannien liebt immer noch Zeitungen, trotz des Geredes über deren Untergang. **Wenn es nicht gelingt, die Briten dazu zu bringen, dafür zu bezahlen, dann wird man es wahrscheinlich nirgendwo schaffen.**“ Tatsächlich geht es dem britischen Zeitungsmarkt vergleichsweise gut. Die zehn größten Zeitungen verkaufen gemeinsam 10 Mio. Zeitungen pro Tag. ■

thetimes.co.uk  
Our latest edition

**Join us**  
Our new website is now  
live at [thetimes.co.uk](http://thetimes.co.uk)

### Drucker-Drücker

(pts) Dass Online-Druckshops bis zu 70% Kostenersparnis bei Standard-drucksachen gegenüber der klassischen regionalen Hausdruckerei bieten,

hat sich bei Agenturen und Graphikern längst herumgesprochen. Unternehmenskunden taten sich bislang schwer, die hohen Standards der Datenaufbereitung zu erfüllen und die Beschränkungen der Auflagen und Papierauswahl zu akzeptieren.

Das Konzept, mit dem PrintDirect24.de (PD24) jetzt den Echtbetrieb startet, ist für die individuelleren Ansprüche von Unternehmen und Agenturen optimiert. Das Konzept ist so einfach wie vorteilhaft: **PrintDirect24.de bündelt die besten Angebote der führenden Onlinedruckereien in einem sehr übersichtlichen Onlineshop** und bietet so eine riesige Auswahl zu im Schnitt unterdurchschnittlichen Preisen. Aufgrund der Bündelung im Einkauf, günstiger Bezugsbedingungen durch hohes Volumen und eine schlanke Organisation sind für Großkunden und Kundengruppen wie z.B. Verbände oder Filialisten neben der Sammelbestellung auch individuelle Konditionen möglich. ■

#### Mehr Schirm als Buch

Was die beliebtesten Freizeitaktivitäten betrifft, hat die **Computernutzung** im Vorjahr erstmals deutlich das **Lesen von Büchern** überholt.

*Während die Hälfte der Österreicher regelmäßig vor dem PC sitzt, lesen 39 Prozent regelmäßig Bücher. Insgesamt betrachtet kann das Buch allerdings seinen Stellenwert bei der Mediennutzung halten und liegt derzeit noch klar über dem Durchschnitt der letzten 15 Jahre.* Zu diesem Ergebnis kommt die neueste Analyse des Freizeitverhaltens des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) in Österreich. Besonders interessant ist die überraschende Erkenntnis, **dass nicht Männer, sondern Frauen unter 30 Jahren die eigentlichen Computerfreaks sind.**

So geben 80 Prozent der 15- bis 29-jährigen Frauen an, regelmäßig Zeit vor dem PC zu verbringen, bei den Männern sind es in der gleichen Altersgruppe nur 74 Prozent. Die Unterschiede in der Computernutzung von Frauen und Männern steigen aber mit dem Alter.

Neben Geschlecht und Alter spielt auch der jeweilige Bildungsgrad der User eine entscheidende Rolle. **Sowohl die regelmäßige Nutzung des Computers als auch das regelmäßige Lesen von Büchern sind von der Bildung abhängig.** Je höher die abgeschlossene Bildung ist, desto öfter wird gelesen bzw. Zeit vor dem PC verbracht.

#### Schreibtischtäter

(pte) „**Die klassischen Medien tragen eine gewaltige Mitschuld an ihrem Prestigeverlust** - durch ihre unglaubliche **Trivialisierung** und zunehmende **Oberflächlichkeit**“, verlautet aus der Schweiz. **Abgesehen von einigen wenigen Qualitätsblättern würden sie keinen echten Mehrwert mehr bieten und sähen davon ab, wirklich zu recherchieren.** „Journalisten müssen aufhören, bloß Schreibtischtäter zu sein“, unterstreicht ein Branchenfachmann.

Das stärkste Indiz für den Glaubwürdigkeits- und Vertrauensverlust ist Kommunikationsexperten zufolge - neben anderen - der konstante Leserschwund von Zeitungen. In einem Umfeld wie jenem der sozialen Netzwerke, wo jeder mit einem einzigen Mausclick bei Bekannten und Freunden eine Meinung einholen könne, sei die geringe Glaubwürdigkeit ein nicht zu unterschätzendes Problem. Die Bereitschaft, eine Zeitung zu kaufen, sinke drastisch, nur um gegensätzliche Meinungen zu lesen, von denen man nicht wisse, welche der Wahrheit entspricht.

**Das Nachrichtenverbreitungsmonopol, über das die klassischen Medien in der Vergangenheit verfügten, sei Geschichte.** „Oberflächlicher Journalismus fliegt heute sofort auf“. Die Ansichten von persönlichen Kontakten hätten in der Regel einen höheren Glaubwürdigkeitswert.

- ▶ **Mit anderen Worten: Der Journalist als Sachwalter für Meinungsbildung hat ausgedient.**

**Überversorgt ?**

In **Deutschland** leben rund **82 Mio Menschen**. Die haben derzeit, Anfang 2010, ca. **110 Mio Handy-Verträge**; jedes Jahr kommen eine weitere Mio dazu. Pro „mobil-fähigem“ Menschen (Kinder unter 6 und Senioren über 75 mal pauschal ausgeklammert) hieße das, jeder potentielle User hat ca. 2 Verträge! – Es wurden 2009 an die **35 Mrd SMS** versendet, also von jedem Vertragshandy aus im Durchschnitt über 300. Das ergibt pro Sekunde 11.000 SMS. **Festnetz-Anschlüsse** existieren in D ca. 51 Mio. Die Zahl der **Internet-User** beträgt über **45 Mio** (zunehmende Tendenz). ■

**Verwechslungsgefahr**

Kennen Sie noch den Herrn Kaiser? Seriös, aber von einer Versicherung. Nun, vielleicht kennen Sie bald auch die Herren Gabriel und Steinmeier von der Anlage- und Vermögensberatung der Sparkasse – und den Herrn Bond von der SPD. Oder war's umgekehrt? Jedenfalls vom optischen Feeling her kommen sich beide Institute recht nahe. ■

**Apropos Wahlen und Finanzen:****Zocken beliebter denn je**

(pte) Der aktuelle "Online Games-Report 2010" der Fachgruppe ‚Connected Games‘ im ‚Bundesverband Digitale Wirtschaft‘ (BVDW) zeigt, die Zahl der Online-Gamer ist 2009 um rund ein Drittel gestiegen. Jeder dritte User bezahlt für Online-Videospiele und investiert dabei durchschnittlich **28 Euro pro Monat**. Fünf Prozent sind bereit, **mehr als 75 Euro monatlich** dafür auszugeben. **44 Prozent** der Online-Gamer, die bereits länger als ein Jahr aktiv sind, **spielen heute häufiger als zuvor. Knapp 40 Prozent spielen täglich**. Mittlerweile ist laut dem Bericht etwa ein **Drittel der Online-Gamer weiblich**.

**Gamer geben auch sonst gerne Geld aus**

Laut Report wird Werbung im Umfeld von Online-Games von der Mehrheit der Spieler wahrgenommen. **Jeder dritte Befragte gibt zudem an, aktiv auf Werbeanzeigen geklickt zu haben. Damit bestätigt sich das Wachstum des jungen Marktes Online-Games und die Attraktivität für Werbetreibende.**

"Werbung innerhalb von Online-Spielen eignet sich vor allem zur Image- und Branding-Kommunikation. Gleiches gilt für aufmerksamkeitsstarke Werbemittel sowie Bewegtbild-Werbung auf den Websites - hier werden aber auch verkaufsfördernde Kampagnen platziert", erklärt Marc Wardenga, Vorsitzender der Fachgruppe Connected Games im BVDW.

**„Online-Games sind kein Nischenmarkt mehr, sondern ein eigenständiger Wirtschaftsbereich** innerhalb der Games-Industrie. Hier entstehen derzeit Hunderte von neuen Arbeitsplätzen in Deutschland“, sagt Marc Wardenga. "Die bedeutendsten Branchen, die im Online-Spieleumfeld **Werbung schalten**, sind Elektronik (Hard- und Software), FMCG mit Kernzielgruppe bis 39 Jahre, Entertainment - Film, DVD und Games - sowie Convenience Food, Mode, insbesondere Sport und Automobil", ergänzt Thomas Brasch, Leiter der Unit eGame Advertising im BVDW. ■