

# COMMUMEDIA SKETCHBLOG

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



## Stress

(pte) **Das "Abschalten" nach der Arbeit fällt immer mehr Arbeitnehmern der IT-Industrie schwer.** Nach einer Erhebung des Instituts Arbeit und Qualifikation (IAQ) der Universität Duisburg **ist nur noch jeder dritte IT-Spezialist dem Druck am Arbeitsplatz gewachsen.** **Erschöpfung und nicht selten Burnout nehmen dramatisch zu.** Kaum 1/3 der Befragten gab an, den Feierabend zum Ausruhen nutzen zu können. Dass die Gefahr eines unerwarteten Burnouts von Angestellten für viele Unternehmen große Probleme mit sich bringen kann, zeigt sich unter anderem daran, dass für Schlüsselpositionen kein Ersatz zur Verfügung steht. Zu diesem Schluss kommt auch das Bundesministerium für Bildung und Forschung.

## Work-Life-Balance unverzichtbar

Trotz der gesteigerten Belastungen am Arbeitsplatz trifft der Burnout offenbar nicht alle in gleichem Maße. Bei "Projekteinsteigern" - meist Berufsanfänger im Projekteinsatz - hatten 57 Prozent hohe Burnout-Werte, gleichaltrige Trainees nur zu 13 Prozent. In der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren haben die "Aufsteiger in neue Positionen" am meisten mit Problemen der Rollenfindung sowie Erfahrungsmangel zu kämpfen.

**Von Überlastung bedroht sind vor allem die sogenannten "Mobilen Beschäftigten", die oft Grenzgänger zwischen Kunden und IT-Unternehmen sind.** Sie zeigten in der Analyse zu 67 Prozent hohe Burnout-Werte.

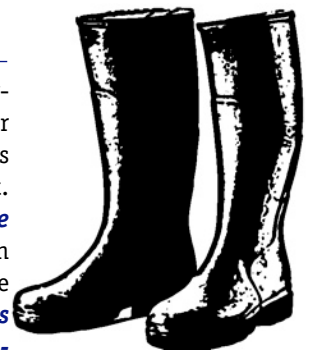
Bei den 40- bis 60-Jährigen sind der IAQ-Studie zufolge vor allem die "Mehrstelleninhaber" und die "Multi-Projektmanager" betroffen. Aufgrund des demografischen Wandels nimmt die Zahl der älteren Mitarbeiter in jungen Branchen zu. **Weil sich die Arbeitsleistung kontinuierlich intensiviert, wird inzwischen bereits befürchtet, dass die Beschäftigten ihr Rentenalter nicht mehr schädigungsfrei erreichen.** ■



## Schweißfüße für's Handy

### Gummistiefel-Telefonie

(pte) Der Mobilfunker Orange hat **Gummistiefel** vorgestellt, mit denen man **Handy-Akkus aufladen** kann. Der Prototyp dieser "Orange Power Wellies" wird im Rahmen des Glastonbury Open-Air-Musik- und Kunstfestival vorgeführt. **Wenn die Stiefelträger auf kühlem Boden eine heiße Sohle hinlegen, sorgt ein thermoelektrischer Effekt, der sich den Temperaturunterschied zwischen Fuß und Boden zunutze macht, für die Stromerzeugung. Zwölf Stunden durch das Festival zu stapfen liefert dank der neu entwickelten Module genug Strom, um ein Handy so aufzuladen wie 1 Stunde am Stromnetz.** ■



**„Ausprobiermarkt“**

(pte) Die Flaute auf dem Werbemarkt im Zuge der Wirtschaftskrise hat dem Wachstum im Online-Bereich einen leichten Dämpfer verpasst. Mittlerweile legt das Volumen aber wieder mit höherem Tempo zu. Wie die Analysten von MagnaGlobal prognostizieren, **sollen die globalen Internet-Werbeausgaben angesichts einer erwartet starken Entwicklung bis 2015 sogar die 100-Mrd.-Dollar-Grenze sprengen.** Das Volumen würde sich damit innerhalb von fünf Jahren beinahe verdoppeln.

Allein in diesem Jahr geht MagnaGlobal von einem Wachstum im Online-Werbegeschäft von 12,4 Prozent auf 61 Mrd. Dollar aus. Suchmaschinenwerbung sei dabei der wichtigste Treiber. 2010 soll das Segment um 16,5 Prozent auf knapp 30 Mrd. Dollar zulegen. Davon beanspruche Weltmarktführer Google weite Teile für sich. Soziale Netzwerke wie Marktführer Facebook steuern zudem viel zum Wachstum im Bereich Online-Werbung bei. Der MagnaGlobal-Prognose zufolge wird das Volumen 2011 um 11,7 Prozent und in weiterer Folge bei konstanten elf Prozent bis 2015 zunehmen, um eine Summe von 103 Mrd. Dollar zu erreichen. Lateinamerika soll dabei die schnellst wachsende Region bilden.

**Deutsche Experten zeigen sich jedoch skeptisch.**

"Das Internet ist zweifelsfrei ein Zukunftsmarkt. Das Wachstum vollzieht sich aber nicht in einem derartigen Tempo", meint Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW). **In den vergangenen Jahren ist die Wachstumsgeschwindigkeit der Online-Werbeausgaben in Deutschland gesunken.** Zwar nahm das Volumen auch in der Krise zu. Gegenüber einem Plus von 49 bzw. 39 Prozent in den Jahren 2006 und 2007 war die Steigerung mit plus 9,4 bzw. 1,3 Prozent in den beiden Folgejahren jedoch eher verhalten.

**"Das Web ist vorerst noch ein 'Ausprobiermarkt'",** sagt Nickel. **Weltweit bestehen unterschiedliche Gewohnheiten und Kulturen, die sich in der Mediennutzung widerspiegeln und nicht global über einen Kamm geschert werden können.** Bei der Online-Werbung bestehe noch ein Mangel an Transparenz über die Nutzung und entsprechender Optimierungsbedarf. ■



Tablet-PC-Vorläufermodell, mechanisch

**Mobile Werbung**

(pte) **Nach der Markteinführung des Tablet-PCs iPad nimmt Apple nun den vielversprechenden Markt für mobile Werbung ins Visier.** Die hauseigene Werbepattform "iAd" stößt auf reges Interesse, das zeigt die Zahl an Vorab-Buchungen für das zweite Halbjahr 2010, 60 Mio \$. Mit dabei sind unter anderem AT&T, Best Buy, Chanel, Nissan, JC Penney, Liberty Mutual Group, Sears, Turner Broadcasting System oder Unilever. Das für das zweite Halbjahr 2010 veranschlagte Buchungsbudget von 60 Mio. Dollar entspreche mit 48 Prozent beinahe der Hälfte der insgesamt in den USA prognostizierten Werbeausgaben für mobile Displaywerbung.

Mithilfe der Werbepattform könnten Millionen iPhone- und iPod-touch-Benutzer erreicht werden, die das neue Betriebssystem iOS 4 nutzen. **"iAd bietet Werbeschaffenden die Emotion des Fernsehens zusammen mit der Interaktivität des Internets und eröffnet Nutzern eine neue Art, Werbung zu entdecken, ohne dass sie dabei zum Verlassen ihrer Lieblings-Apps gezwungen werden."**

**Wachstumsmarkt "Mobile Advertising"**

"Mobile Advertising ist an sich noch ein sehr junges Thema. Was seine Massentauglichkeit betrifft, hat sich aber mit der Verbreitung internetfähiger Smartphones in den letzten eineinhalb Jahren sehr viel getan", stellt Mathias Birkel, Consultant beim Strategieberatungsunternehmen Goldmedia fest. Für die kommenden Jahre rechnet der Experte in diesem Bereich sogar mit einem mehrstelligen Wachstum. ■

**So tun als ob**

Werbung ist auch, sagen die Werber immer wieder, um ihr Tun zu rechtfertigen, **Information für den Verbraucher**. Sie sagen nicht, dass diese Information klar und verständlich sein muss. ein banales Beispiel, duch Zufall entdeckt, aber vielleicht doch symptomatisch dafür, „**wie Werber ticken**“: zuweilen nämlich auch ein wenig **heimtückisch**.

Das eingeklebte Label in einem Wäschestück. **Aha: es ist Marke. Aha: es ist Öko. Aha: es ist Deutschland. Denkste!**

Das Prüfsiegel ist echt und seriös, international anerkannt. Doch was sagt es aus? Lediglich, dass Grenzwerte von Schadstoffen unterschritten werden – wer „schadstoff-frei“ erwartet, muss enttäuscht werden. Und dass es sich um ein „einheimisches Produkt“ handelt, wie es auf den ersten Blick (schwarz-rot-gold-Streifen) erscheint, stimmt ausdrücklich auch nicht: lediglich hierzulande dachte man sich die Form aus. Gefertigt worden kann es in einer der zahllosen Fabriken in Asien sein, die mehr an Sklaverei denn Menschenwürde erinnern. Muss nicht, aber kann.

Das ganze ist formal-juristisch keineswegs ein wortwörtlicher Etikettenschwindel. Aber ein bisschen Hochstapelei schon. **Es ist eben jene Grenzlinie, die Werbung manchmal so unsympathisch macht.**

**Rote Karte**

Als Nicht-Fußballfan kommt man sich in diesen Tagen irgendwie völlig überflüssig vor. **Sind wir denn alle Balla-Ballack?** Muss selbst Spiegel Online jeden Scheiß mitmachen, wofür haben wir denn Bild? Aber auch in Österreich und der Schweiz sind die Leute nicht weniger fußball-verrückt. **Wahrscheinlich, weil Fußball die einzige Sportart ist, bei der die Hoffnung nach jedem verlorenen Spiel wieder von vorne beginnt. Das zähneknirschende Lüstern auf die Revanche ...**

Freitag, 11. Juni 2010

**SPIEGEL ONLINE****MENSCH VERSUS MASCHINE****Geklaute Intelligenz**

**Seriöse Frage:** Ist der Mensch so gut, so klug, so wissend, so raffiniert-geschickt, wie die Hilfsmittel, die er benutzt – oder wie er selbst sozusagen als „nackte Person“ ist? Mit seinem Körper, seinem Hirn? Die Frage ist deshalb keineswegs nur eine unwichtige Bemerkung am Rande, denn wen würden Sie im Zweifelsfall als neuen Mitarbeiter einstellen: Den mit dem vielen stets im Kopf verfügbaren, aber nicht universell-endlosen Wissen. Oder den mit wenig persönlichem Wissen, aber höchst geschicktem und gekonnten Umgang mit allem Informationsquellen, die das Internet zu bieten hat? **Die Antwort auf diese Frage beantwortet symbolisch auch Ihr eigenes Schicksal: Sind Sie als Mensch durch eine Maschine vollständig ersetzbar?!** – Beispielsweise durch eine Software-Maschine.

Exakt auf diese Fragestellung läuft derzeit das gesamt organisierte Wirtschafts- und Gesellschaftsleben raus, ohne dass wir es unbedingt jeden Tag in jedem Detail spüren müssen. Doch schleichend verändert sich unser aller Einstellung zu dem Wert von uns selbst (unserer Persönlichkeit, „wir als individueller Mensch“) und zu den Maßstäben, die wir setzen oder Ansprüchen, die wir stellen.

**Das philosophisch-humanistische „Der Mensch ist das Maß aller Dinge“ ist längst zum Kalauer geworden, über den man sich entweder kugelig oder gar nicht mehr lachen kann.**



### Also wirklich, ich weiß nicht ...

Computer fliegen Flugzeuge, führen Operationen aus, kümmern sich ums Kaffeekochen, steuern die Stromverteilung im Lande, halten das Auto am Fahren, vermitteln Telefongespräche, mischen Lebensmittelrohstoffe, identifizieren Hunde und Pferde, sortieren Bierflaschen, sorgen für eine tägliche Welt voller Unterhaltung und Informationen ... und, und, und. **Wir sind von „maschinelltem Wissen und Können“ vollkommen abhängig.** Wäre ja jetzt eigentlich logisch, dass wir uns dann einen individuellen Freiraum bewahren, indem wir uns als Person, als wissendes Wesen, profilieren und fit halten. **Sozusagen als kulturell-intellektuelles Gegenstück zur bloß formal-informationsverarbeitenden Maschine.**

Doch, es ist nicht der Fall. *Nur eine kleine Meldung am Rande*, aber sie zeigt, wie weit die computergläubigen Menschen auf dem Weg der Selbstaufgabe fortgeschritten sind, indem sie selbst Gehirn-Jogging einer Maschine übertragen sollen. **Die Situation könnte perverser und hirnrissiger nicht sein:** Der Arzt rät Ihnen, sich mehr zu bewegen. Was machen Sie? Stellen ein Laufband an, lassen es laufen und setzen sich gemütlich daneben. **Bekloppt? Nein, nur ein kommerzielles Angebot des renommierten Duden-Verlages**, der genau dies jetzt anbietet: **Maschinen, die einem das Denken, Wissen, Forschen, Kombinieren, „dahinter kommen“ abnehmen und damit Logik-Erinnern-„Gewusst-wie“ überflüssig machen.** Krankhafter geht es wirklich kaum noch, möchte man meinen.

### Was weißt Du denn?

(ots) Mit dem neuen "Kreuzwortsellöser" von Duden lassen sich jetzt auch selbst schwierige Rätsel ganz einfach lösen. Das Programm für iPhone, iPod touch und iPad enthält über 220 000 Begriffe aus allen wichtigen Wissensbereichen wie beispielsweise Astronomie, Botanik, Biologie, Geschichte, Sprachen, Medizin, Mathematik, Musik, Namen und Personen. Damit entspricht es inhaltlich vollständig dem "Großen Kreuzwortselllexikon" von Duden. Die Software ist ab sofort im App Store für 4,99 Euro erhältlich. Der "Duden Kreuzwortsellöser" ist einfach zu handhaben und hilft auf zweierlei Weise: Nach einem Klick auf den Button "Lösungswörter" kann der Benutzer die Anzahl der Kästchen und die bereits bekannten Buchstaben eingeben und erhält eine Liste passender Wörter inklusive Umschreibung.

### Mit anderen Worten: Denken nicht mehr notwendig. Logik überflüssig. Kombinationsgabe nicht erforderlich.

So, liebe Kunstwelt, ab sofort beanspruche ich, als künstlerisches Genie anerkannt und mit Picasso, Rubens, Miro, Rembrandt, Feininger und wie sie alle heißen in einem Atemzug genannt zu werden! Immer und überall. Warum? Na ganz einfach: weil **ich** mittels Photoshop-Filter (=Maschine) aus jedem schlechten Digitalfoto noch ein hervorragendes Gemälde machen kann. **Ich bin intelligent, ich bin eine Genie! Ein maschinelles.** Sagt sogar der Duden. **Man muss nichts wissen und können. Man muss nur etwas haben, was es wissen könnte und zu tun weiß.** ■

## Für Noch-Denker ...

### Surfen, bis der Strom ausfällt

Wer sich lieber selbst auf intellektuelle Entdeckungsreise begibt, seine Phantasie anregen lassen und seinen Wissensdurst stillen möchte, ohne dass dies eine Maschine für ihn erledigt, kann dies mit Hilfe der Wundermaschine Computer ohne Ende tun. Zum Beispiel hier:

► <http://links.wenke.net>