

# COMMUMEDIA SKETCHBLOG

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



## DAS SCHERT KEINEN



### Das Ende der Mittelschicht

Soziologen, Politologen, Psychologen sind sich ausnahmsweise einmal einig: für den Zusammenhalt eines Volkes, die Stabilität des Staates, die Prosperität der Wirtschaft ist „**DIE MITTELSCHICHT**“ zwingend erforderlich; in der Wirtschaft „Mittelstand“ genannt. Nicht zu groß oder zu klein, zu arm oder zu reich, zu extrem gleichgültig oder engagiert – eben: *berechenbar, lenkbar, dankbar*. Auch gerne „das Bürgerliche Milieu“ genannt, womit sowohl Metaphern und Assoziationen wie *solide-ehrlich-fleißig* wie auch *spießig-konservativ-dumpf-träge* verbunden sind. Eben der Kitt, der die Gesellschaft zusammenhält.

Diese „Bürgerliche Mitte“, auf die sich Parteien wie die CDU/CSU, SPD, aber auch die FDP und immer mehr die Grünen beziehen, geht verloren (und deshalb auch „die Wähler“). Es ist das Wesen des Kapitalismus (was nicht beklagt, sondern ganz einfach festgestellt sein soll), **dass die Schere zwischen Armut und Reichtum immer stärker auseinander geht**. Die Kontraste immer krasser werden – *und damit die gesamten bisherigen Annahmen über „Normalität“, „Mitte“, verbunden damit auch soziodemografische Theorien der Werbung über Ziel- und Bedürfnisgruppen sich auflösen, nicht mehr greifen*.



Zum Bürgertum gehört Besitztum an Geld und Gütern, das und die im Lande bleiben, immer wieder re-investiert werden. **Und somit „den Motor der Wirtschaft“, die Verlässlichkeit des Konsums ausmachen. Von diesem Modell muss man Abschied nehmen in der bundesrepublikanischen Realität des Jahres 2010.**

**Als „arm“ gilt, wer** (als Person oder Haushalt) weniger als 60 % des jeweils durchschnittlichen verfügbaren Einkommens seines Genres hat. Das sind derzeit rund 15 % der Bevölkerung, darunter ca. 1,7 Mio Kinder. Tendenz zunehmend, Schwerpunkt Arbeitslose und Alleinerziehende (was oft zusammentrifft). Die Armutgefährdungsgrenze liegt derzeit bei einem monatlichen Einkommen von knapp 900 Euro für einen Erwachsenen, für Alleinerziehende sieht man sie bei ca. 1.100 Euro.

Das jährlich geschaffene Bruttosozialprodukt Deutschlands verteilt sich zu

- ▶ 2/3 auf die „Reichen“
- ▶ 1/4 auf die „Vermögenden“ (zusammen also 90 %)
- ▶ unter 10 % auf die „Durchschnittlichen“
- ▶ weniger als 2 % auf die „Armen“
- ▶ und sogar ein leichter Bruttosozialprodukt-Minusbetrag auf die Verschuldeten („liegen den anderen auf der Tasche“)

**Die Reichen in Deutschland sind zahlreicher geworden**, rund 430.000 (Einkommens-) Millionärshaushalte gibt es, 23 % mehr als im Vorjahr (weltweit 11,2 Millionenhaushalte, ein Plus von 14 %). Das weltweite Privatvermögen wird auf 115 Billionen \$ geschätzt, es stieg 2009 um 12 %, davon liegt der größte Anteil in Europa (37,1 Bio %). ■

**Verwirrend**

(pte) **Das Echtzeitweb hat den Nachrichtenkonsum markant verändert.** Der Aufstieg von Twitter und Co hat die Masse an Online-Informationen noch einmal vergrößert und vor allem beschleunigt. Für den Nutzer ergibt sich daraus eine schier unbewältigbare Menge an News, die ohne Unterbrechung Nachschub liefert. **Netzexperte Nicholas Carr sieht im Real-Time-Web eine Art Überforderung.** Es reduziere die Fähigkeit der User, **Content noch tiefgreifend zu erfassen**, schreibt Carr in einem Gastbeitrag für das Wired Magazin.

Der Internetexperte schlägt unter anderem vor, dass Webseiten und Blogs Hyperlinks generell an das Ende eines Artikels setzen sollten, weil diese den User beim Lesen ablenken und Inhalte dadurch schlechter erfasst werden. **Nutzer brauchen neue Strategien, um mit dem Nachrichtenüberfluss zurechtzukommen.**

"Die Veränderungen durch das Echtzeitweb sind nicht reversibel. Unser Informationskonsum hat sich durch Facebook und Twitter bereits verändert - diese Entwicklung wird sich mit der stärkeren Durchdringung des mobilen Internets sogar noch beschleunigen", meint Social-Media-Experte Günter Exel. **Das führe zu einer Reihe ernst zu nehmender Herausforderungen - für den Einzelnen sowie für die Gesellschaft.** "Mediennutzer müssen lernen, den News-Fluss zu scannen und einzelne Informationen in kürzester Zeit auf ihre Relevanz zu filtern. **Das Know-how zum Filtern - maßgeschneiderte News auf Portalen, Twitter-Listen, etc. - wird zum Schlüssel gegen die Überforderung**", so Exel.

**Informationsflut hat volkswirtschaftliche Relevanz**

Die Informationsflut wirkt sich nicht nur auf den einzelnen User aus. "Das Thema hat - Stichwort Produktivität - auch volkswirtschaftliche Relevanz und verlangt ein völliges Umdenken auf breiter Ebene", betont Exel. **Zudem avanciere der Umgang mit dem Echtzeitweb und dessen Informationen zur wichtigen Kulturtechnik.** **"Schulen, Medien und Wirtschaft wären gut beraten, ihre Schützlinge fit für den Umgang mit dem Real-Time-Web zu machen."** ■

**Echtzeit ???**

Live dabei sein. In der Sekunde, in der es passiert. **Echtzeit. Typisch für TV: das ist, also ob man um die Krümmung der Erde unendlich weit sehen und gut hören könnte.** **Denkt man. Denkste!** – Geanu so ist es nicht. Und das lernen wir, oh Wunder, aus der Bildzeitung! Die fragt nämlich in einer Headline: „Warum jubelt mein Nachbar viel früher?“ und gibt gleich die korrekte Antwort:

« Seitdem es Satelliten-TV gibt, gehört der verzögerte Empfang von Fernsehbildern zum Alltag. Das Signal muss in 36 000 Kilometer aufsteigen und wieder herunter. Diese gestochenen scharfen Bilder aus Südafrika haben auch ihren zeitlichen Preis. Für die digitalen Verbreitungswege Kabel (DVB-C), Terrestrik (DVB-T), Satellit (DVB-S bzw. DVB-S2) sowie über das Internet-Fernsehen IPTV müssen die Programme in einem aufwendigen und zeitintensiven Rechenprozess codiert werden, was bis zu fünf Sekunden dauert. Zu Hause beim Zuschauer müssen die Programme wieder von den digitalen Empfangsgeräten decodiert werden. Am schlimmsten erwischt es zeitlich gesehen diejenigen, die übers iPhone und iPad mit der Sky- oder Liga-Total-App Fußball schauen wollen. Problem: Die Apple-Geräte puffern 15 Sekunden, damit sie den Spielfluss ohne Unterbrechung wiedergeben können. Diese 15 Sekunden müssen dann noch zum Internet-Fernsehen IPTV hinzugerechnet werden.»

Die Echtzeitsfalle erinnert mich an verklärte Aufklärungsfilmchen und Jugendzeitschriften, die uns Dummchen weismachen wollten, es gäbe den gemeinsamen sexuellen Höhepunkt, wenn man nur aufs richtige (Liebes-) Programm schaltet.

**Ob dabei oder im TV: es dauert halt alles seine Zeit!** ■

**paid content**

Der Wiener „Kurier“ kommt mit einer iPhone-Applikation, die ein Tool namens ShakeIt! enthält. Bei Schütteln des iPhone wird einen Zufallsartikel aus den einzelnen Ressorts angezeigt.

- **Das ist dann wie im echten Leben. Vor den Artikeln des Kuriers, schildern Wiener, schüttele es sie. Der Kurier darf in einem Atemzug mit Deutschlands Bild und dem Schweizer Blick genannt werden.**

KURIER.at wird zum Vorreiter im Bereich Paid-Content: Die iPhone-App kostet einmalig € 3,90. "Für den KURIER haben sich durch den mobilen Verbreitungsweg neue strategische Möglichkeiten geöffnet. Gleichzeitig ist es ein wichtiges Ziel, mit diesem Angebot Erlösmodelle zu testen", positioniert Ronald Schwärzler, Leiter von KURIER.at, diese Entscheidung. ■

**„neighborhood watch“**

Im Web formieren sich nun zunehmend mehr Nutzer zu einer selbsternannten Aufsichtsbewegung. **Datenschutzverstöße und Sicherheitslecks diverser Plattformen und Anbieter rufen private User auf den Plan**, die selbstständig Google, Facebook und Co beobachten und im gegebenen Fall andere Nutzer vor Privatsphärefallen oder Verstößen warnen. Zu den Hobby-Datenschützern zählen Internet-Geeks und Entwickler gleichermaßen wie Wissenschaftler, berichtet das Wall Street Journal. So startete etwa der Web-Programmierer Will Moffat eine eigene Website namens Youropenbook.org, auf der sich Nutzer über die Privatsphärebestimmungen auf Facebook informieren kann. Seit die Seite vor einigen Wochen online ging, konnte sie bereits das Interesse von Millionen Besuchern auf sich ziehen.



**"Mit der Entwicklung zum Mitmach-Netz gibt es auch immer mehr Unterstützung der Nutzer untereinander zu Datenschutzfragen. Beispielsweise geben Experten Tipps für Tools zum Selbstschutz oder gründen Foren zur Diskussion",** sagt Marit Hansen, stellvertretende Landesbeauftragte beim Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein. **Viele derjenigen, die sich zu dem Thema zu Wort melden, seien tatsächlich auch Experten darin. "Ihre Warnungen basieren meist auf guten Recherchen und sind ernst zu nehmen."**

Allerdings, warnt Hansen, nicht alle Leute recherchieren fundiert und manche setzen auch ungerechtfertigte Warnungen in die Welt. Nutzer sollten daher auf den Ursprung von solchen Warnungen achten und überlegen, ob sie den Urhebern vertrauen. Dabei sei stets die Reputation der Personen oder Institutionen wichtig, so Hansen. "Man muss sich auch Gedanken machen, ob nicht ganz andere Interessen mitschwingen."

Nicht immer kommen die privaten Datenschutz-Sheriffs alleine ans Ziel, manchmal haben offizielle Institutionen die besseren Karten. ■

**Realität aus dem Cyberspace**

(pte) Immobilien.net und (der Mobilfunk-Provider) A1 machen die Wohnungssuche österreichweit einfacher - mit der App "Reality Suche". Es genügt, die Kamera des Smartphones hoch zu halten und innerhalb von Sekunden erhält man Informationen darüber, wo Häuser zu verkaufen sind, wo eine Wohnung frei ist oder wo der nächste Makler sein Büro hat. Mit einem Klick geht's weiter zu Bildern der Immobilie, genauen Objektdaten, Preisinfo und natürlich den Kontaktdaten des Maklers oder Bauträgers, mit dem direkt ein Besichtigungstermin vereinbart werden kann. Ein typisches Beispiel für „erweiterte Realität“ (engl. „augmented reality“).

## Augmented Reality: ein Plus von 400 Prozent bis 2014

Analysten sagen Anwendungen, die auf dieser Technologie basieren, ein massives Wachstum voraus: Wurden im Jahr 2009 eine Million AR-Anwendungen heruntergeladen, sollen es 2014 schon 400 Millionen sein. Die wachsende Verbreitung von Smartphones spielt dabei eine zentrale Rolle. Um AR-Anwendungen vollständig nutzen zu können, müssen Devices über einen digitalen Kompass, Kamera und GPS verfügen. ■

## Wir sind die guten



**Oha, Lohas !** (ots) Neue Einblicke in die Zielgruppe der LOHAS liefert der aktuelle Schober Lifestyle-Report. Die Abkürzung **LOHAS** steht für "**Lifestyle of Health and Sustainability**". Damit werden Verbraucher bezeichnet, die auf Nachhaltigkeit Wert legen und die möglichst nur noch Produkte kaufen, die ethisch, sozial, fair und biologisch hergestellt werden. Wohin LOHAS in den Urlaub fahren, welche Interessen sie haben oder ob sie ein Auto besitzen, sind einige Fragen, die der Report beantwortet. Datenbasis sind 60.000 LOHAS, die im Rahmen der Schober Lifestyle-Befragung zum aktuellen Konsumverhalten Auskunft gaben.

*Die hippe Zielgruppe der LOHAS ist seit der Entdeckung in den USA im Jahr 2005 von großer Bedeutung für die Wirtschaft und Werbeindustrie. Wie aber leben die "Health- und Öko-Hedonisten" heute und was ist für sie zum Beispiel beim Kauf von Produkten wichtig?*

Der "Schober Lifestyle-Report" mit dem Untertitel "LOHAS - Lifestyle of Health and Sustainability: Neue Einblicke in den neo-ökologischen Lifestyle" zeigt beispielsweise, dass LOHAS eher weiblich und in der Altersgruppe 50plus zu finden sind.

"Das Ziel unserer Studie ist, herauszufinden, wer die LOHAS sind und welche Interessen sie aufweisen. Über die Schober Lifestyle-Befragungsdaten können wir das Profil der LOHAS in der Gesamtbevölkerung identifizieren. So kann diese kaufkräftige, kritische und meinungsbildende Zielgruppe für Marketingzwecke adressgenau und direkt angesprochen werden", so Dr. Katja Neller, Senior Consultant Data Mining & CRM von der Schober Group.

### Urlaubsziele und -typen

LOHAS machen gerne in Deutschland Urlaub. Attraktive Nahziele sind aber auch Österreich und Italien sowie andere europäische Länder. Fernreisen sind bei den "Neo-Ökos" weniger beliebt. Auch Cluburlaub kommt in dieser Lifestyle-Gruppe quasi nicht vor.

### Interessen

Für welche Hobbys geben LOHAS Geld aus? Sehr weit oben stehen hier mit Garten und Kochen zwei Interessensgebiete mit Bezug zu Öko- und Gesundheitsthemen. Nummer eins ist das "Bücher lesen". Insgesamt interessieren sich die LOHAS signifikant häufiger als der Bevölkerungsdurchschnitt für Luxusthemen wie Wein, Delikatessen, Kunst, Kultur und Antiquitäten sowie Lifestyle.

### Fahrzeugnutzung

LOHAS besitzen entweder kein Auto oder fahren als Erstwagen eine klassische deutsche Marke mit Traditionsimage. Die "Neo-Ökos" fahren überdurchschnittlich oft Energiesparfahrzeuge oder Hybridautos - beziehungsweise planen ihre Anschaffung.

► Die komplette Studie ist per E-Mail an [lohas@schober.de](mailto:lohas@schober.de) kostenfrei erhältlich. ■