

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

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



WIDERSPRUCH: HERZVERSTAND!

Fehlentscheidung

Seit der WM 2010 weiß man, Schiedsrichter können verdammt **falsch entscheiden**. Warum sollte es da der FIFA besser gehen, dem Verband, dem der ganze Kassemach-Spektakel gehört. Auf der offiziellen Web-Homepage werden Besucher mit diesem Button zum Wetten aufgefordert (klar, die FIFA zockt, und zwar mächtig ab, heißt es im Urteil der Öffentlichkeit). Dummerweise bestätigt sie das Vorurteil, wer es in den Beinen hat, muss es nicht im Kopf haben: *Intelligent wäre gewesen*, statt des „oder“ ein „und“ zu verwenden. ■



Neues aus dem Übersetzungs-Automaten

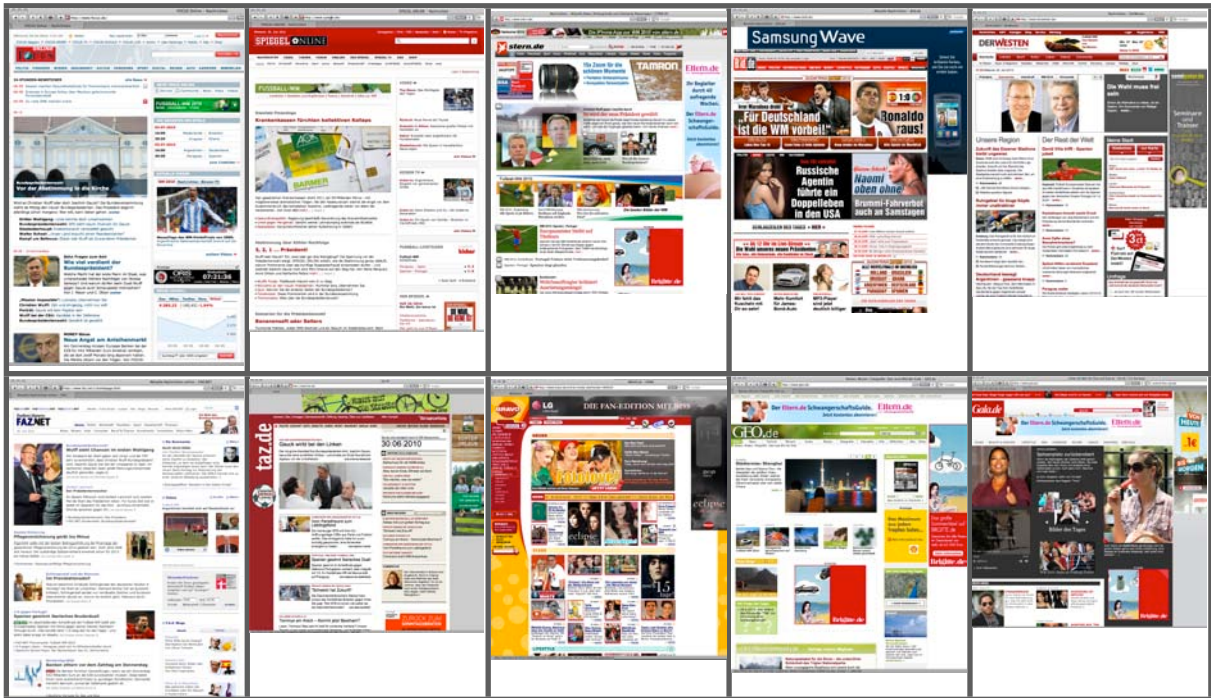
- ▶ Bezahlen Sie nur ein Hundert euro fuer ein Gestalt, welches fuer andere Menschen ein ganzes Vermoegen kostet. Superpreise und September Discounts fuer die Kopien von BrandArmbanduhren. Kriegen Sie eine Kopie vom Designer Brand heute.
- ▶ Hallo Partner. Mit freundlicher Blick Aufsatz für eine gegenseitige Vorschlagenden zwischen den beiden von uns. Bitte vertraulich über dies und sorgfältiger zu lesen, wenn Interesse wieder zu mir zum sofortigen Erlös.
- ▶ Wir haben auf ihrer Website zu erkunden und fanden, dass es noch eine große Verbesserung Gesichter. Wenn Sie es vorziehen, können wir für Sie arbeiten. Es kostet Sie nichts und du wirst nur zahlen nur, wenn Kunden bei uns besuchen, mehr als es jetzt ist Ihre Homepage. ■

Apples Apps

(pte) Der Vertrieb von Handy-Applikationen über das Web boomt und bekommt mit dem iPhone 4 einen neuerlichen Wachstumsschub. *Laut Unternehmensberatung Frost & Sullivan wird sich das Erfolgsmodell des App Stores von Apple durchsetzen*. Da hohe Gewinne winken, werden auch die Betreiber mobiler Netzwerke danach streben, durch aufwendige Online-Shops und Kooperationen den in öffentlich zugänglichen Innovationsinitiativen bestehenden Stores Konkurrenz zu machen. „Es dürfte enorm schwer werden, Shops in dem Umfang wie Apple aufzubauen. Der Konzern besitzt gegenwärtig von 150 Mio. Kunden die Kreditkarteninformationen. Der Vorsprung ist fast nicht einzuholen“, erläutert Holger Frank, Gründer des Verbands der iPhone-Entwickler deutschsprachiger Apps. **„Applikationen, die Kunden-Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen, gewinnen in immer mehr Bereichen an Bedeutung**. Unternehmen verfolgen bereits auf diesem Wege das Ziel, dass sich Kunden auch mobil betreut und glücklich fühlen sollen“, sagt Frank. **„Das Tor zu alternativen Umsatzmöglichkeiten wird sich somit immer mehr öffnen“**, sagt Frank. ■

Die Welt im Überblick

Die Welt ist komplexer, komplizierter geworden. Entsprechend wirrer sind die Meinungen, die Bürger, „Normalmenschen“, untereinander diskutieren – oder es immer öfter lieber lassen. Die einst in diesem Land so verbreitete „politische Streitkultur“, die Lust an der heftigen, aber fairen Diskussion, ist längst entweder ziemlich rüden Vorurteilen oder einer Lethargie gewichen: „Lass mich doch in Ruhe!“. **Da wäre es doch schön, Zeitungs- und Zeitschriften-Portale im Internet trügen dazu bei, dass man sich eine Meinung bilden kann.** Dafür aber braucht man sicherlich eine gewisse Ruhe und Konzentration – vor allem optisch, als Lesehilfe, Leseführung, Orientierung.



Ob dieser Flickenteppich der Portale, die einen förmlich anschreien, tatsächlich geeignet ist, Ruhe und Überblick in die Sache(n) zu bringen, darf bezweifelt werden. Zwar ist das Bemühen um „Zeitung-Ähnlichkeit“ bei einigen eher den Wort-Beiträgen zugeneigten Portalen zu erkennen, allein die Flut der Meldungen und deren oft fast schon minütlicher Wechsel (zumindest aber nicht selten jede Stunde neue Top-Meldungen) trägt natürlich nicht dazu bei, ein „Aha, jetzt weiß ich Bescheid“-Gefühl zu generieren.

Und so bleibt wahrscheinlich die resignative Erkenntnis zu recht nicht nur ein Bonmot, sondern bittere Erkenntnis:

*Je größer, vielfältiger das Informationsangebot,
desto geringer, wirkungsloser der Nutzen. ■*

Sex: „Kannste Dir anschminken“

Gruselige Geschichten werden erzählt. **Irgendwann könne man sich „Sex von der Backe putzen“.** – **Das Gegenteil ist der Fall:**

(pts) Dem Schweizer Hightech-Kosmetikunternehmen de Clars ist es gelungen, eine Pflegeserie zu entwickeln, die erstmals bis in die dritte Hautschicht dringt. Dies garantiert eine nachhaltigere Wirkung und erzeugt Effekte wie nach dem Liebesspiel, betont der Hersteller: „Wenn wir uns lieben, pumpt das Herz mehr Sauerstoff durch den Körper und versorgt selbst die kleinsten Winkel mit Sauerstoff, Vitaminen, Mineralstoffen und Hormonen. Die Haut ist strahlender, rosiger, jünger, straffer, wirkt wie von innen aufgepolstert und geliftet. Die hochdosierten und wirksamen Pflanzenhormone, mit denen die Pflegelinie von de Clars angereichert sind, entfalten teilweise genau diese Wirkung.“ – **Nach Cybersex nun also Make-up-Sex. Geil.** ■

HANDY - DAS MOBILE EMPFANGSGERÄT DER ZUKUNFT.

Chimäre

(ots) *Das mobile Web und die neuen internetfähigen Empfangsgeräte machen Mediennutzung nahezu an jedem Ort und zu jeder Zeit möglich. Vor allem junge Zielgruppen haben den deutlichen Wunsch nach mehr mobiler medialer Unterhaltung und Information. Das Handy avanciert hierbei zum Empfangsgerät mit dem größten Potential: Knapp 70 % der mobilen Nutzer unter 30 Jahren würden unterwegs gern noch häufiger zum Handy greifen - wenn da nicht (noch) die hohen Kosten wären.*

Das meistgenutzte elektronische Medium außer Haus ist bei allen Zielgruppen das Radio: Zum Empfang kommen zu Autoradio und portablen Geräten speziell bei den Jungen insbesondere MP3-Player und Handys hinzu. Audioportale wie iTunes oder Last.FM werden von der jungen Zielgruppe unterwegs - wie Radio - stärker via Handy genutzt als etwa über das Notebook. Diese sind unterwegs allerdings für Video-Portale wie You-Tube erste Wahl. Die mobile Fernsehnutzung ist aktuell noch vergleichsweise gering.



«Die Ohren sind schließlich frei.»

Mobile Mediennutzung heute:

- ▶ 82 % der Deutschen hören unterwegs Radio.
- ▶ Das gilt auch für die junge Zielgruppe: Mit 91 % ist die mobile Radionutzung der Unter-30-Jährigen sogar deutlich höher.
- ▶ 11 % der Deutschen setzen unterwegs auf Audioportale,
- ▶ 13 % der Deutschen tummeln sich auf Video-Internetseiten und
- ▶ 10 % schalten TV-Angebote ein.
- ▶ Bei den Jungen sind unterwegs Video-Internetseiten deutlich stärker gefragt (31 %).
- ▶ 31 % setzen bei der mobilen Nutzung auf Audioportale und
- ▶ 20 % auf TV (Untersuchungsbasis waren die elektronischen Medien).

„Die optimale Partnerschaft mit dem Handy machen Radio zum mobilen Leitmedium im konvergenten Zeitalter.“ ■

Von da an geht's bergab

(pte) *Das Social-Media-Zeitalter wird voraussichtlich im Jahr 2012 seinen Höhepunkt erreichen.* Das prognostiziert Justin Kistner, Social-Media-Experte der Webanalysefirma Webtrends. Außer Zweifel steht für Kistner auch, dass **Facebook** der große Gewinner, der „König“ dieser Ära ist, wie er laut Bericht der New York Times im Zuge einer Veranstaltung in Portland sagte.

Wie Daten von Google Trends untermauern hat hingegen der Begriff „Web 2.0“ seinen Zenith bereits überschritten. Web 2.0 wurde im Jahr 2005 populär und erreichte seinen Höhepunkt 2007. Ab 2008 begann der Aufstieg von Social Media, 2009 setzte sich ein stetiges Wachstum fort.

Die Begriffe Social Media und Web 2.0 haben die Hitlisten-Plätze getauscht. Sozialen Medien sind erstmals populärer als der 2.0-Begriff. Der Trend zeigt sich auch bei der Berichterstattung großer Medienhäuser, die 2009 weit häufiger Social Media als Begriff gebrauchten als Web 2.0.

Social Media hat inzwischen großen Einfluss auf viele verschiedene Branchen, nicht zuletzt die Medienwelt selbst. So wurden bereits Zahlen vorgelegt, wonach Facebook mehr Traffic auf News-Seiten bringt als Google. Verlage setzen, wenn es um Social Networks geht, besonders gerne auf Facebook, wie auch Holger Kansky vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) bestätigt. „Die Einbindung von Social Media-Kanälen hilft den Verlagen die Leserbindung zu verbessern.“ ■



Arbeitstool

- 1 Mehr als jeder zweite Journalist setzt mittlerweile bei der redaktionellen Arbeit auf Social Media.
- 2 *Nur ein Viertel sieht gute Chancen für wirtschaftlich erfolgreiche „Paid Content“-Modelle.*
- 3 **Die größte Herausforderung für heutige Medienmacher ist die Abkehr der jungen Generation vom Qualitätsjournalismus.**

(ots) Das ergab die Umfrage „Journalismus in einem neuen Informationszeitalter“ der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor.


- ▶ Journalisten attestieren Social Media eine „hohe“ (47 %) oder gar „sehr hohe“ Relevanz (8 %) für die redaktionelle Arbeit.
- ▶ Umgekehrt: ein gutes Drittel schreibt Twitter, Facebook & Co eine „geringe“ (32 %) oder sogar „gar keine“ (3 %) Relevanz zu.
- ▶ Anders beim journalistischen Nachwuchs. 3/4 der Volontäre sagen, dass die sozialen Netzwerke eine „hohe“ oder sogar „sehr hohe“ Relevanz haben.
- ▶ Ähnlich sieht es erwartungsgemäß bei den Online-Redakteuren aus. Auch hier ist man überdurchschnittlich aufgeschlossen gegenüber Informationen aus dem Web 2.0. Doppelt so viele Web-Journalisten halten im Vergleich zur Gesamtheit die Relevanz von Social Media für „sehr hoch“.
- ▶ Am meisten setzen die deutschen Journalisten auf YouTube (38 %), knapp dahinter folgen mit je 37 % XING und Facebook.

Twitter ist überraschenderweise nicht unter den Top Drei.

- ▶ Weniger als jeder Dritte zwitschert im Job oder recherchiert dort für Artikel und Beiträge (29 %). In Bezug auf Twitter lohnt aber ein Blick auf die einzelnen Mediengattungen. Redakteure, die für Online und Multimedia arbeiten, setzen sich spürbar vom Durchschnitt ab. Sie arbeiten am meisten mit Twitter (56 %).
- ▶ Auf den weiteren Plätzen folgen Facebook mit 52 % und XING mit 49 %.
- ▶ Am wenigsten twittern Journalisten, die bei Zeitschriften arbeiten. Nur knapp jeder fünfte (19 %) nutzt den Dienst mit dem blauen Vogel. „

▶ Weitere Ergebnisse

- ▶ 48 % der deutschen Journalisten für die digitale Zukunft gut gerüstet zu sein, 23 %, dass es auch Verlage und Medienunternehmen sind.
- ▶ 67 % meinen, dass im Jahre 2020 zahlreiche heutige Tageszeitungen nicht mehr erscheinen werden.
- ▶ 34 % prognostizieren, dass journalistische Produkte im Jahre 2020 für den Leser deutlich teurer sein werden.
- ▶ 38 % setzen bei der Recherche Internet-Videos ein, um sich ein Bild von Personen zu machen. 34 % verfolgen Events oder Pressekonferenzen.
- ▶ 61 % halten es für die wichtigste Fähigkeit, in Zukunft parallel für Print, Web, SMS und Mobil zu arbeiten. Weit dahinter rangiert an zweiter Stelle mit 37 % die Beherrschung des journalistischen Handwerks.
- ▶ 62 % der deutschen Medienmacher würden ohne zu zweifeln erneut die journalistische Laufbahn einschlagen.

Große Not	Absender	Betreff
	Lufthansa	Sie legen das Budget fest – wir finden Ihr Wunschziel



30. Juni 2010
Sehr geehrter Herr Wenke,

mit dem Lufthansa Reiseplaner können Sie eine neue Art der Urlaubsplanung erleben. Geben Sie Ihre Preisvorstellungen an, und wir finden für Sie im Handumdrehen Ihr Traumziel. Einfach Interes

Wie groß muss die (Umsatz-/Rendite-) Not bei der Lufthansa sein, dass sie nun auch mit Schleuderpreis-Offerten (wenn auch auf „vornehmen Niveau“) daherkommt. Eines Konsumenten Drang zu „billig, billig“ und das Attribut „Wunsch-Ziel“ unter einen Hut zu bringen, na, das ist wirklich ein kesses Versprechen, welches nie und nimmer durchgängig erfüllt werden kann. **Lufthansa für Arme !**