

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

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

Heimvorteil

Auf heimischem Terrain kämpft es sich besser - aber warum? Forscher haben in den Gehirnen von Mäusen jetzt eine Antwort gefunden: Nicht nur das Gewinnen an sich macht aggressiver. Sie haben anschließend auch größere Lust auf weitere Raufereien. Offenbar helfen gleich zwei Faktoren, wie Forscher um Matthew Fuxjager von der University of Wisconsin in Madison in der Fachzeitschrift "Proceedings of the National Academy of Sciences" berichten, beim Überlegenheitsgefühl: Zum einen erhöhe der Sieg an sich die Empfindlichkeit bestimmter Gehirnregionen gegenüber männlichen Hormonen - und verstärke dadurch aggressives Verhalten. Zum anderen löse ein Erfolg in vertrauter Umgebung Veränderungen im Gehirn aus, die die Motivation steigerten, sich in einen weiteren Kampf zu stürzen.

Im Fußball - und anderen Sportarten - ist das Phänomen längst bekannt: Teams, die zu Hause ihre Gegner vom Platz fegen, müssen sich auch bei Auswärtsspielen oft vor nichts fürchten. Ein erhöhter Testosteronspiegel bei den Spielern gilt als Grund für den Erfolg. Der wird vor allem durch die Unterstützung der Zuschauer angestachelt - was Fans schon lange wissen, aber nicht beweisen konnten. Außer: durch Siege. ■

Siegertyp Elvis

(aus: *spektrumdirekt*) Psychologen liefern praktische Tipps für männliche Tänzer, die zuschauende Frauen für sich einnehmen wollen: **Die Chancen steigen, wenn das rechte Knie geschmeidig bewegt und der Rumpf abwechslungsreich und raumgreifend gebeugt wird - und der Kopf dazu gegenläufig.**

Wissenschaftler der Northumbria University (GB-Newcastle) kamen zu dieser Erkenntnis, nachdem sie männliche Freiwillige zu einem Trommelrhythmus tanzen ließen. Anschließend digitalisierten sie die unterschiedlichen Darbietungen in Form computergenerierter Avatare. Den geschlechtsneutralen Figuren fehlte es an individuell variierender körperlicher Attraktivität oder sozioökonomisch beeindruckenden Attributen - coolen Klamotten, Tattoos oder Schmuck. Frauen beurteilten den Tanz dieser Avatare rein nach ihrer Reaktion auf den Tanz an sich.



Kommentar:

Wenn diese Tanzform nicht an Elvis erinnert - was denn sonst. Und somit ist klar, warum The King of Rock'n Roll diesen Wahnsinns-Erfolg hatte. Und wir dachten bisher immer, es läge an der Frisur ■

Siegertyp Schweiz

Wer hat Chancen auf Zukunft? Unter den Industrie- und Innovationsländern ist eines an der Spitze, dem man wahrscheinlich genau diese Position nicht zugetraut hätte: die Eidgenossenschaft.

Das (gleich mal auch praktischerweise in der Schweiz angesiedelte) World Economic Forum macht den „**Stresstest**“ für **Wettbewerbsfähigkeit** seit einigen Jahren. Dazu werden Faktoren einzeln gewertet, unter anderem

- ▶ Unterstützung durch den Staat, Infrastrukturen
- ▶ Forschung, Wissenschaft, Bildung, Innovations-Klima
- ▶ Betriebs-/volkswirtschaftliche Faktoren und Entwicklungen, Marktklima

Country/Economy	GCI 2010-2011	
	Rank	Score
Switzerland	1	5.63
Sweden	2	5.56
Singapore	3	5.48
United States	4	5.43
Germany	5	5.39
Japan	6	5.37
Finland	7	5.37
Netherlands	8	5.33
Denmark	9	5.32
Canada	10	5.30
Hong Kong SAR	11	5.27
United Kingdom	12	5.25
Taiwan, China	13	5.21
Norway	14	5.14
France	15	5.13
Australia	16	5.11
Qatar	17	5.10
Austria	18	5.09
Belgium	19	5.07
Luxembourg	20	5.05
Saudi Arabia	21	4.95
Korea, Rep.	22	4.93
New Zealand	23	4.92
Israel	24	4.91
United Arab Emirates	25	4.89
Malaysia	26	4.88
China	27	4.84
Brunei Darussalam	28	4.75
Ireland	29	4.74
Chile	30	4.69

Dabei kommt es im jährlichen Ranking zu deutlichen Verschiebungen.

► Deutschland rückt vom siebten auf den fünften Platz vor und führt damit die Länder der Eurozone an.

► Die USA fallen vom zweiten auf den vierten Platz zurück. Sie werden in der Rangliste des vom World Economic Forum erstellten Global Competitiveness Report 2010-2011 von Schweden und Singapur überholt.

► Die Volksrepublik China steigt in der Rangliste weiter nach oben, auch einige andere asiatische Länder zeigen eine deutliche Verbesserung.

► Die Schweiz bleibt der Spitzenreiter. ■

Frust kann teuer werden

(pte) Der Kampf um qualifizierte Mitarbeiter ist mit dem Fachkräftemangel voll entbrannt. Aufgrund der schlechten **Mitarbeiterbindung und -loyalität** würde jeder vierte deutsche Arbeitnehmer bei einem attraktiveren Angebot seinen Arbeitgeber sofort wechseln.

Das Gallup Institut ermittelte, **nur elf Prozent der Arbeitnehmer haben eine hohe emotionale Bindung, 66 Prozent fühlen sich gering an die Firma gebunden**. "Mitarbeiter fühlen sich oft vernachlässigt, nicht in Prozesse eingebunden. "Wenn Arbeitnehmer als reine Dienstleister betrachtet werden, sinkt die Loyalität sehr schnell". **Das Gallup Institut schätzt den volkswirtschaftlichen Schaden, den unzufriedene und unmotivierte Arbeitnehmer jährlich verursachen, auf 120 Mrd. Euro.**

Neben der finanziellen Seite ist für den Experten auch der Sicherheitsaspekt wichtig. "Kein Mitarbeiter geht, ohne sensible Daten mitzunehmen. Hier gibt es immer einen Informationsabfluss, der leichtfertig, aber auch böswillig sein kann", wurde gewarnt. Arbeitnehmer, die sich verraten fühlen, empfinden keine Verbundenheit und Verpflichtung mehr gegenüber dem alten Arbeitgeber und möchten durch Insiderinformationen beim neuen Chef punkten. "Früher ging man mit einem überschaubaren Karton unter dem Arm aus dem Büro. Heute passen auf einen winzigen USB-Stick Millionen an Daten". ■



Mobile Boom

(pte) Den Durchbruch des **Mobile Commerce** sagten Marketing- und Marktforschungs-Gurus schon voraus, seit Handys vor einigen Jahren webtauglich wurden. Bisher entwickelte sich der Markt jedoch nur schrittweise.



"Das Wachstum von Mobile Shopping steht aber außer Frage", sagt Achim Himmelreich, Partner bei der Management- und Technologieberatung Mücke, Sturm & Company. Tempo und Intensität des Wachstums hängen jedoch noch von einigen Kriterien ab. Der klassische Handel sowie der bereits etablierte E-Commerce dürfen die Entwicklung zum "Outernet" nicht verschlafen.

"Jetzt ist die Zeit für Händler, die Weichen zu stellen und ihre mobile Strategie festzulegen", meint Himmelreich. So bringt das Outernet neue Geschäftsmodelle hervor, die eine Bedrohung für den traditionellen Handel und klassisches Web-Shopping darstellen können. Schon jetzt müssen die Anbieter auf mobile Preisvergleichsseiten etwa mit mehr Service reagieren. **Der Begriff Outernet beschreibt die zunehmende Fusion der Online- und Offline-Welt - eine Verschmelzung von Internet und Realität über die noch bestehenden Grenzen des Web 2.0 hinaus.** Computer werden darin als alleiniges Medium zur Internetnutzung verdrängt.

In den kommenden Jahren schwillt allein Mobile Shopping nach Prognosen von ABI Research zu einem Massenmarkt mit einem Einkaufsvolumen von rund 119 Mrd. Dollar an. ■



All-in-one-Marketing

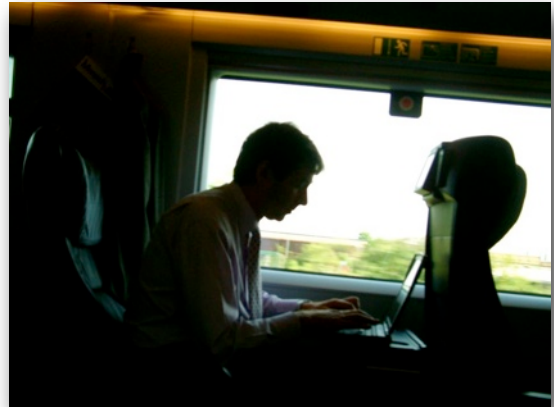
(pte) Die **Kombination von E-Mail mit Mobile Marketing** und dem Social Web ist im deutschsprachigen Raum noch kaum verbreitet. Während sich US-E-Mail-Marketer begeistert auf das Social Web stürzen, wird in Deutschland noch an der Personalisierung der Mails gearbeitet. Das ist das Ergebnis der Studie "E-Mail-Marketing-Trends 2010", die vom Beratungsunternehmen Absolit durchgeführt wurde.

"Unternehmen die sich weigern mit der Zeit zu gehen, verpassen die Chance, ihre Adressaten dort abzuholen wo sie sind. Das Web und damit auch die Ansprache von Kunden beispielsweise über E-Mail hat sich stark verändert", erklärt Eduard Wohlfahrt, Geschäftsführer der gleichnamigen Social-Media-Agentur. Die Kombination von E-Mail mit Mobile Marketing und dem Social Web bildet das Schlusslicht deutscher Marketingaktivitäten.

Dabei gibt es schon Tools zur Verknüpfung von E-Mail und Social Web.

Eines davon ist MailChimp. Damit lassen sich eine Reihe von Sozialen Netzwerken und Medien in die Newsletter und E-Mail-Kampagnen integrieren. So ist es möglich, die Facebook-Seite oder den Twitter-Account einzubinden um die Kampagnen auch automatisch dort zu veröffentlichen. "Unternehmen, die über Social Content verfügen, haben nur dann einen Startvorteil gegenüber dem Wettbewerb, wenn sie dazu in der Lage sind, diesen Content entsprechend sichtbar und erlebbar zu machen", so Wohlfahrt.

Für 56 Prozent der Unternehmen ist die Optimierung von E-Mails für die Ansicht auf Smartphones noch kein Thema. **"Mit Mobile Marketing geht es schon um den nächsten Paradigmenwechsel.** Wer im E-Marketing jedoch das Thema Social Media verschlafen hat, wird Forsquare, Gowalla und Facebook Places mit Sicherheit auch verschlafen", resümiert der Experte. ■



„Billig kann tödlich sein.“



Produktfälschungen

(ots) Die Zahl der illegalen Medikamente, die im Internet angeboten werden, steigt ständig. Nach Recherchen des NDR Wirtschafts- und Verbrauchermagazins "Markt" wurden angeblich jetzt auch über eine Website, die über einen Strohhalm in Niedersachsen ins Netz gestellt wurde, illegale Medikamente angeboten. Darunter sollen auch Medikamente sein, die verschreibungspflichtig sind. Bei Ermittlungen gegen andere Versandhändler aus Osteuropa wurden Medikamente verschickt, die stark leberschädigende Substanzen enthalten haben. Die zugelassene Tagesdosis wurde in diesen Fällen bei den Patienten um ein Vielfaches überschritten.

Die Bestellung im Internet ist für viele Patienten attraktiv - denn in Deutschland sind Medikamente so teuer, wie in kaum einem anderen Land. Internetangebote locken mit bis zu 60 Prozent Ersparnis. Seriöse Versandapotheken sind mit einem Siegel des Deutschen Institutes für Medizinische Dokumentation und Information gekennzeichnet worden, das zum Bundesministerium für Gesundheit gehört.

Kommentar

Die Kombination von Print und Digitalem – Informationen, die z. B. durch Mobiltelefone „lesbar“ sind – können heutzutage **Identitätsnachweise** und damit **Echtheitszertifikate** wesentlich erleichtern. Und dies zu Kosten, die gegenüber dem potentiellen Schaden sehr gering sind. Unter dem Begriff **„web to print“** stehen Strategien und komplexe Lösungen bereit, die jederzeit auf jeweilige Anwendungsbedürfnisse individualisierbar sind. Leider ist die Kenntnis darüber noch sehr wenig verbreitet. ■

DAS MAILBOX-DILEMMA

Erhebliche Schäden

(pte) - Ein Blick in die Büros zeigt, die Kommunikation findet per Telefon, Fax und E-Mail statt. „Das ist nicht wirklich schlimm, aber höchst unproduktiv. **Die wertvolle Arbeitszeit wird mit Anrufversuchen bei Kunden, Kollegen oder Lieferanten verschwendet**, die aber gar nicht an das Telefon zu bekommen sind, sondern den 'Kollegen Anrufbeantworter' arbeiten lassen“, beobachtet Unternehmensberater Detlev Artelt. Auch beim nächsten Anrufversuch sei wieder nur eine Maschine erreichbar, die nicht wirklich den Grund des Anrufes versteht und schon gar nicht das gerade anliegende Problem lösen kann.

Das Mailbox-Pingpong geht mit den Rückrufen der Kunden oder Kollegen in die nächste Runde. "Ein unnötiges Geduldsspiel", moniert Artelt im Gespräch mit presstext. Die vielen E-Mails oder SMS-Aussendungen mit der Mitteilung "Ruf mich bitte zurück" seien nervig und überflüssig.

- ▶ **„Das Nicht-Kommunizieren kann einen erheblichen Teil der Wirtschaftlichkeit des Unternehmens vernichten. Viel schlimmer ist dabei, dass andere uns vormachen, wie es besser, schneller und somit deutlich effektiver geht. Die technikaffinen Asiaten nutzen immer mehr das Internet und die damit verbundenen neuen Hilfsmittel für ihre Kommunikation und sind so einfach schneller“, weiß der Technologieexperte.**

Eine essenzielle Funktion ist das Management der eigenen Verfügbarkeit. Über intelligente Systeme kann man darstellen, ob der Ansprechpartner gerade telefoniert, welche Termine anstehen und wann man am besten erreichbar sei. „Wird so ein Präsenz-Management im Unternehmen genutzt, ist mit einem Blick ersichtlich, ob jemand gerade zu sprechen ist, also ob sich die Anwahl seiner Rufnummer lohnt“, meint Artelt.

Ständige Erreichbarkeit stört die Konzentration

„Möchte man etwa einen ausführlichen Bericht, eine Zusammenfassung oder ein wichtiges Angebot erstellen, braucht man dazu Ruhe und nicht ein ständig klingelndes Telefon. Mit einem Klick auf den eigenen Präsenzstatus wird dieser für eine Stunde oder länger auf 'Bitte nicht stören' gesetzt, was von nun den wichtigen Kontaktpersonen, dem zentralen Telefondienst und allen Messaging Diensten übermittelt wird“, führt Artelt aus.

Im Privaten längst Standard

Impulse für modernere Kommunikationstechnologien kommen nach Ansicht von Johannes Nowak, Business Development Manager des Berliner ITK-Spezialisten Aastra, aus dem privaten Umfeld. „Viele Menschen nutzen in ihrer Freizeit schon Dienste wie Instant Messaging, Kollaborationstools, Video-Telefonie oder Präsenzanzeigen und fragen sich, warum es diese Funktionen nicht auch im eigenen Unternehmen gibt“, sagt der Experte.

Interessant sind vor allen Dingen Web-Dienste, die eine direkte Kommunikation mit Kunden ermöglichen und verbessern - beispielsweise Web-Chats. Artelt geht davon aus, dass sich vor allen Dingen intuitiv und visuell steuerbare Technologien durchsetzen werden: „Die Vereinheitlichung der Kommunikation verändert die Arbeitswelt. Aber dazu muss in Unternehmen ein Umdenken stattfinden.“ ■

ÜBRIGENS, PERSÖNLICHE ERFAHRUNG:

Eine Email mit „Wann hast Du / haben Sie Zeit für ein Gespräch?“ bewirkt fast immer: *sofort*.

Klar – wer hat noch die Nerven, Geduld aufzubringen :-)) ?!