

© 2013 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



PLATTITÜDEN STATT GEISTES-ETÜDEN!



Sich selbst veralbern

Zwei, entgegengesetzte, Attituden kennt man von mächtigen Potentaten: entweder sie haben überhaupt keinen Humor, oder sie verstoßen gegen alle Konventionen, nehmen sich selbst auf den Arm.

Nur: wehe die Untertanen lachen! Und deshalb müssen wir wohl peinlich berührt schweigen, wenn Google nun zur

Kategorie „Wir nehmen uns selbst nicht mehr ernst“ gehört und wieder einmal in Kindergarten-Manier mit seinem Logo rumspielt. ■

Shit happens

Angeblich hilft Google ja immer. Und eine Wie_auch_was_immer-Agentur auch. Zum Beispiel eine PR- und Werbe- und Tralala-alle-sind-wir-gut-drauf-und- tolle-Typen-Agentur, andere Unternehmen bekannt, berühmt, um nicht zu sagen, berüchtigt zu machen. Was wohl Zweck der Absicht war, als mich wieder einmal eine Pressemitteilung keulenhaft im Kopf traf. Mit Wortfanfaren ward jubelnd verkündet, man hätte den Slogan „We make you happen“ gefunden. Aha. „To make it happen“, weiß man noch aus grauer Schulenglisch-Vorzeit, heißt ja soviel wie „lass es geschehen“, heutige Aussprache: „Eyh, mach, Alter“. Also: Wir machen Sie geschehen.



Schon setzt der philosophische Exkurs an: ist das das gleiche, wie ganz offensichtlich ausgedrückt werden sollte, nämlich: wir sorgen dafür, dass Sie (öffentlich, im Bewusstsein anderer) vorkommen, wahrgenommen werden. Simple Frage: Warum sagt man es nicht so sim-

pel? We make You be known, oder so?! Also, Google-Übersetzer wird schon wissen, dass ich wohl nicht mehr auf der Höhe der Englischvokabel-Beliebigverwendbar-Zeit bin. Und liefert mir diese nette Übersetzung: „Wir machen Sie passieren“. Da fühle ich mich als Goethe-Fan ja gleich mal angesprochen. Zumal alle anderen automatischen Internet-Dolmetscher-Programme konstant bei „wir lassen Sie geschehen“ bleiben.

Mein Vorschlag wäre noch eine Spur vereinfacht, nämlich einfach nur: „Lassen Sie's bleiben“. ■



Katz' + Maus

Der Umgang mit Computern mache aggressiv, behaupten manche Psychologen. Nun, ich kann vom Gegenteil berichten und es auch beweisen: noch nie war so viel Friedfertigkeit, auch zwischen Katz' und Maus. ■



Gekenterte Werbung

Es passierte, was eigentlich nicht sein kann. Ein modernes Kreuzfahrtschiff rammt einen Felsen, der offenbar in den nautischen Karten nicht verzeichnet war.

Costa Concordia



Der Pott kentert, Panik,

mehrere Tausend Menschen in Booten oder im Wasser, einige sterben. Die Medien berichten von der Sensation, die Werbung läuft weiter, als wäre nichts geschehen. Das Overlay-Ad bei BILD meldet ungehört, Kentern sei reine Formsache. Die Internet-Homepage der Reederei Costa wusste von dem Unglück weit im voraus. Entsprechend hat man die Texte formuliert. Wörtlich:

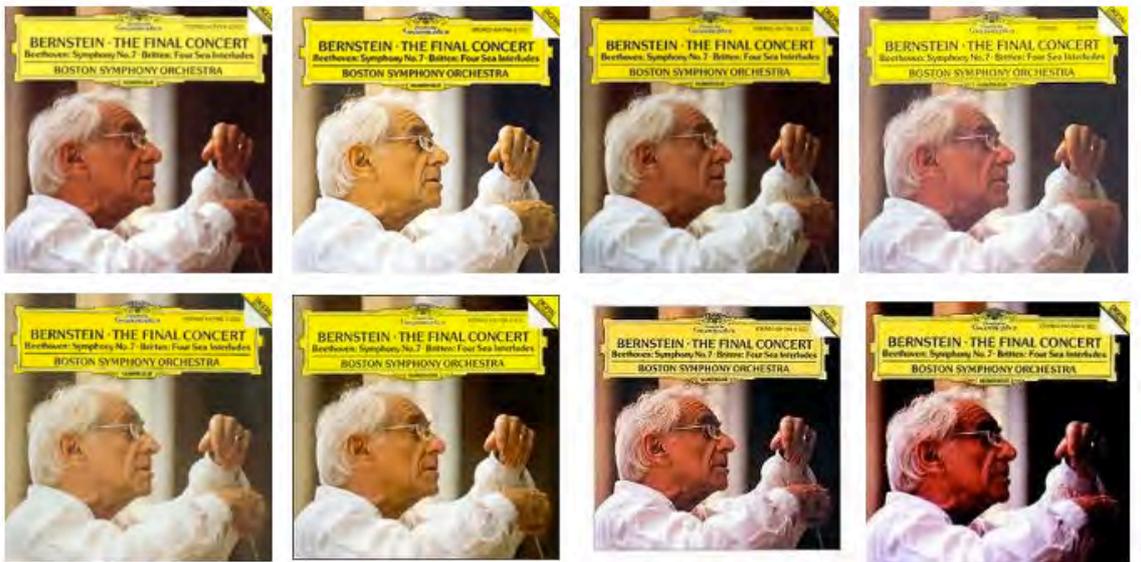
- ▶ Auf diesem ... Kreuzfahrtschiff nehmen Spaß, ... und Eindrücke eines einmaligen Urlaubs neue Formen an.
- ▶ ... Tempel des Vergnügens auf den Weltmeeren, der Ihnen den Atem stocken lässt.
- ▶ ... erwartet Sie ein einmaliger Urlaub mit unendlich vielen Erlebnissen.

Das ganze war dort zu lesen auch zwei Tage nach dem Unglück. Lediglich irgendwo der lapidare Hinweis, die nächsten geplanten Kreuzfahrten mit dem Schiff seien „leider nicht buchbar“.

Man sieht: Risk-Management kommt im Marketing nie (gut) an. ■

Color Management

Warum das Bemühen um „richtige“ Farbe keineswegs sinnlos ist, zeigt dieses total zufällig entstandene Beispiel. Auf einer Suche nach einer bestimmten CD zeigte Google Bilder dieser Palette an, die deutlichen machen, dass ein Scan noch lange kein „farbichter“ Scan ist und auch nach digitaler Reproduktion längst nicht klar ist, was die eigentlich „echte“ Farbe sein soll:



Sprachgenie

Deutsch Sprach schwäääre Sprach. Ubberr Englisch brechen Zunge:

Englisch für Anfänger – english 4 oncatcher

Drei Hexen schauen sich drei Swatch Uhren an. Welche Hexe schaut welche Swatch Uhr an?

Three witches watch three swatch watches. Which witch watch which swatch watch?

Englisch für Fortgeschrittene – english 4 runaways

Drei geschlechtsumgewandelte Hexen schauen sich drei Swatch Uhrenknöpfe an. Welche geschlechtsumgewandelte Hexe schaut sich welchen Swatch Uhrenknopf an?

Three switched witches watch three Swatch watch switches. Which switched witch watch which Swatch watch switch?

Englisch für Kenner und Könner – english 4 knower & canner

Drei Schweizer Hexen-Schlampen, die sich wünschen geschlechtsumgewandelt zu sein, wünschen sich, Schweizer Swatch Uhrenknöpfe anzuschauen. Welche Schweizer Hexen-Schlampe, die sich wünscht geschlechtsumgewandelt zu sein, wünscht sich, welchen Schweizer Swatch Uhrenknopf anzuschauen?

Three swiss witch-bitches, which wished to be switched swiss witch-bitches, wish to watch three swiss Swatch watch switches. Which swiss witch-bitch which wishes to be a switched swiss witch-bitch, wishes to watch which swiss Swatch watch switch? ■

Drucker = Bettler

Heutzutage sind Druckereien noch immer stolz auf ihre wichtige gesellschaftlich-berufliche-fachliche Spitzenposition. Sie sollten bedenken, dass sie klein angefangen haben, als Hausierer, die ihre Bildchen und Bücher verkauften: ■



Emotionale Verwirrnis

Der ideale Partner für den Alltag

- Prozessor: AMD® A-Series APU A6-3400 Quad-Core (4x 1,40 GHz) TurboBoost bis 2,30 GHz
- 4 GB DDR3-RAM und 640 GB SATA 300 Festplatte
- Grafik: AMD Radeon HD 6540 G2 mit 512 MB DDR3

499,-

Blu-ray™ Laufwerk/DVD-Brenner Combo

43,94 cm 17,3"

HP Pavilion G7-1205SG Notebook
43,94 cm (17,3") Silber

Best.-Nr. 878170-62

Mehr Infos »

Sicher kann man Partnerschaft unter vielen Aspekten betrachten. Aber für mich persönlich ist meine Frau auch im Alltag ein wesentlich angenehmerer Partner. ■

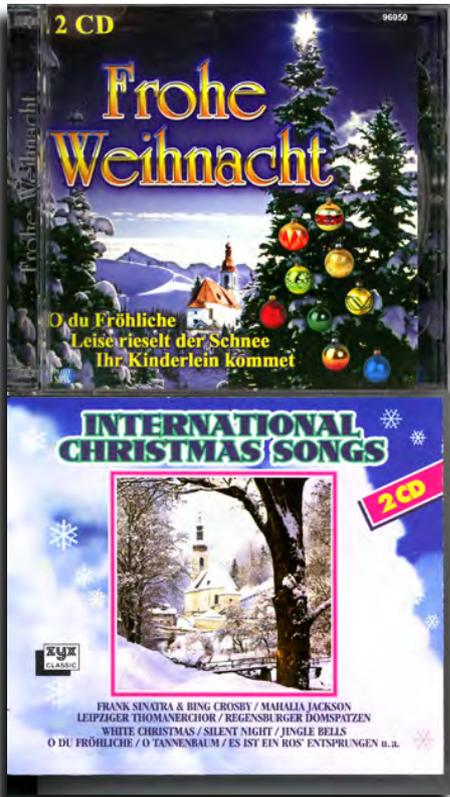
Gute alte Zeit, neulich .

Ach ja, Technik vergeht schnell. Gerade mal 30 Jahre her, diese Eigenwerbung der Post: ■



Prototypen

Wenn man bestimmte Stichworte sagt, kann zweierlei passieren: Erstens, man „guckt dumm“ und weiß nicht, um was es geht; zweitens, **jegliche weitere Differenzierung ist nicht nötig bis unmöglich, weil prototypische Vor-Urteile felsenfest den Weg zu neuen Erkenntnissen vermauern.** Es gibt solche Worte oder Ereignisse, die in bestimmten Kulturgebieten (da, wo die menschen ähnliche Erziehung und Erfahrung haben) immer wieder die gleichen Assoziationen hervorrufen.



Das ist Fluch und Segen für die Kommunikation.

Einerseits hilft es dramatisch, Informationen auf „Buzz-words“, Reizworte zu verkürzen. Andererseits stehen die Vorurteile und Klischees jeglicher differenzierung oder individueller Betrachtung und Deutung extrem im Wege.

► **Einer der wesentlichen Aufgaben sowohl für Texter wie auch Fotografen bzw. Illustratoren ist daher, sich bewusst auf das Spiel mit solchen Prototypen und plakativen Zerrbildern einzulassen. Man muss wissen, wie man sich dieses Phänomens bedient, sonst kann jede Form grafisch-visueller Kommunikation ungewollte Bahnen nehmen und Ergebnisse haben.**

Von besonderer Zementierung und Unverrückbarkeit sind Umstände, die in der Gefühlswelt angesiedelt sind, wie beispielsweise Weihnachten.

Nach diesem Stichwort passt offensichtlich nur noch Glocken, Kirchlein, Schnee und Herzigkeit, egal, wie sehr sie zum Kitsch mutiert ist, wie diese CD-Cover zeigen, die eigentlich nichts miteinander zu tun haben, außer: es ist halt Weihnachten, also muss das gleiche Kirchlein her, egal, auch seitenverkehrt (oben). Und aus einem Laubbaum wird halt ein geschmückter Weihnachtsbaum! Hautpsache: Jesulein und Kirchlein klein. ■



Magie der großen Zahlen

Marissa Mayer, Yahoo-Konzernchefin, erhält ein jährliches Salär von (über) 100 Millionen Dollar. Das klingt nach viel.

- Es ist etwa das 20fache des Durchschnittseinkommens eines US-Amerikaners;
- nur, dass im Land der unbegrenzten Möglichkeiten auch die Armut davon Gebrauch macht. Mehr als 40 % der Bevölkerung lebt in Armut, mithin ist das Gehalt in etwa 100 mal größer als das eines „armen Durchschnittsmenschen“ in den USA, auch wenn er arbeitet!.
- Doch andererseits: Yahoo hat weltweit rund 700.000 (registrierte) Nutzer. Da ist Mayers Gehalt gerade mal 17 Cent pro Jahr und User.

Wer wird so knausrig sein, und ihr die paar Cent nicht gönnen??!! ■

Yahoo. Juhu.