

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)



Bisher keine einzige Beschwerde beim Deutschen Presserat

Kommentar: Die Medienkatastrophe Kachelmann (exklusiv)

25.03.2010 08:49 Uhr

Es geht in den folgenden Zeilen nicht um Schuld oder Unschuld von Jörg Kachelmann. Die werden die Gerichte klären. Es geht allein um die mediale Einschätzung der Berichterstattung über den prominenten Wettermann. Und die ist eine echte Medienkatastrophe.

Wenn man am Morgen des 23.3.2010 in Hamburg die Titelseiten der drei größten Tageszeitungen Bild, Hamburger Morgenpost und Hamburger Abendblatt ansah, gab es ein großes Aufmacher-Thema auf Seite 1 mit Bild: Kachelmann. Das galt – zumindest für die Boulevardmedien – ab diesem Tag auch für den Rest der Republik.

In scheinbar hastig zusammen geschusterten und durch die schwache Faktenlage widersprüchlichen Artikeln (langjährige Freundin versus Stalkerin) wird hier in einer bisher nicht gekannten konzentrierten Form ein Prominenter bundesweit medial vorgeführt, für den eigentlich die Unschuldsvermutung gilt. Die ist ganz einfach: Jede Person, die einer Straftat angeklagt ist, gilt bis zum gesetzlichen Beweis ihrer Schuld als unschuldig.

Kachelmann ist zweifelsohne ein Prominenter und damit gelten für ihn andere Maßstäbe als für Privatpersonen bei der Berichterstattung. Aber rechtfertigt das eine so frühe und vor allem so exponierte Berichterstattung? Schon Andreas Türck hatte die „Macht“ der Medien zu spüren bekommen. Vier Jahre ist es her, dass seine TV-Karriere wegen eines Vergewaltigungsvorwurfes ein abruptes Ende fand.

Wie kam es überhaupt dazu, dass die Medien herausbekommen haben, dass es um Kachelmann geht, obwohl die Staatsanwaltschaft Mannheim angeblich lediglich berichtete, dass sie „gegen einen 51-jährigen Journalisten und Moderator ein Ermittlungsverfahren wegen des Verdachts der Vergewaltigung führe“ und weitergehende Auskünfte aus Ermittlungsgründen und im Hinblick auf die Persönlichkeitsrechte der Beteiligten nicht erteilt

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

würden. Laut Hamburger Abendblatt online vom 22.3.2010 bestätigte die Bundespolizei angeblich „aber Informationen von Bild.de, dass es sich um Kachelmann handelt.“ Falls die stimmt: Hatte sie das Recht dazu? Wer auf der offiziellen Website der Bundespolizei das Stichwort „Kachelmann“ eingibt, findet dazu nichts.

Der deutsche Presssekodex besagt unter anderem: Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden. Und: Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche kenntlich zu machen. Beide Punkte sind von vielen, aber sicher nicht von allen Medien, die über Kachelmann in den letzten Tagen ausführlichst berichtet haben, eingehalten worden. Schon ein fehlendes Fragezeichen in einer Headline kann eine Form der ungerechtfertigten Vorverurteilung schaffen, die zwar vielleicht gut für die Auflage, aber schlecht für den Menschen Kachelmann ist. Eine angemessene Berichterstattung zum Thema wäre eine Kurzmeldung auf Seite 9 gewesen, aber kein Aufmacher mit dünnster Faktenlage.

Ist das der Print-Qualitätsjournalismus, der so viel „besser und ausführlicher“ sein soll als Online-Journalismus? Ist das die medienfreiheitliche Verpflichtung, über wichtige Dinge zu berichten? Nein, es ist eine einzige Medienkatastrophe, die zeigt, wie sehr Auflage und Gewinn den Qualitätsjournalismus bereits begraben haben. Umso erstaunlicher, dass dazu beim Deutschen Presserat bisher keine einzige Beschwerde über eine verfehlte oder überzogene Berichterstattung einzelner Medien oder journalistische Verhaltensweisen gegen den Presssekodex vorliegt (Stand: 24.3.2010).

Oliver Hein-Behrens

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de
Oliver Hein-Behrens



Das Problem liegt nicht beim Hund, das Problem liegt bei dir!

Glosse: Verzogene Köter von B-und-C-Promis und weitere V.I.P-Formatideen (exklusiv)

04.03.2010 11:53 Uhr

Man soll keine Sendung schlecht machen, bevor sie begonnen hat. Ich werde daher nachfolgend nicht mit konkreten Fingern auf Ross oder Reiter zeigen. Trotzdem ist es mir ein großes Bedürfnis, hier einmal in aller Deutlichkeit anzumerken, dass ich zu der Gruppe der TV-Konsumenten gehöre, ...

... die nicht nur kein Interesse mehr daran haben, noch irgendeine blöde B-und-C-Promi-Serie zum Thema „Schau mal an, das hat mich vorher eigentlich gar nicht interessiert und tut es auch in Zukunft nicht“ zu sehen, sondern dass mir langsam sogar dabei übel wird, wenn ich daran denke, dass immer mehr Menschen solche Serien mit Nachrichten oder gar dem Bildungsprogramm verwechseln.

Was regt mich so auf? Zum Beispiel die verzogenen Köter von Promis, die jetzt ein eigenes Format bekommen. Ein V.I.P. Hundeprofi soll die Tölen von solchen Berühmtheiten wie Ross Antony, Martin Semmelrogge, Sonja Zietlow oder die Jacob Sisters wieder auf Trab bringen – Elektohalsband wohl leider ausgeschlossen*.

Und was die Berühmtheiten dabei preis geben! Ross Antony muss sich vom Ersatzkindtrainer sogar sagen lassen: "Das Problem liegt nicht beim Hund, das Problem liegt bei dir!" Ja, Wahnsinn! Wer hätte das gedacht? Sie? Ich? Niemals!

Wahrscheinlich werden wir echte Hammer-Dramen sehen: Hundekaka im VIP-Bad, bissige Golden Retriever Rüden mit Permanent-Paarungsbedürfnis beim VIP-Frauchen und so weiter
...

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

Also gut, ich kapituliere! Hiermit erhebe ich erheblichen Anspruch auf folgende sensationelle TV-V.I.P-Themen:

„Mach, dass sie aufhört zu miauen!“ - Der Katze-vom-Nachbarn-V.I.P-Trainer

„Ich gehe nach Mallorca, wenn die mich weiter so abzocken!“ - Der V.I.P-Steuerberater-Trainer

„Er kommt nur zweimal in der Woche!“ - Der V.I.P Geliebten-Trainer

Was dabei? Geschenk! Aber dass sogar Nina Ruge schon beim Kötertraining mitmacht - Wahnsinn!

Wie gesagt: Das Problem liegt nicht beim Hund, das Problem liegt bei dir!

Oliver Hein-Behrens

** Hinweis der Redaktion für radikale Tierschützer: Bei dieser Glosse wurden keine Tiere benutzt oder gar verletzt! medienhandbuch.de liebt normalerweise Tiere!*

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de

Normale Filmversion in China wegen Internet-Diskussion gestoppt?



Kommentar: Ist Avatar ein politischer Film? Ja! (exklusiv)

20.01.2010 08:07 Uhr

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)

Die Diskussion um Googles möglichen Rückzug aus China ist noch warm, da schaffen die chinesischen Behörden einen zweiten international aufsehenerregenden Zensurfall: „Avatar – Aufbruch nach Pandora“ wird trotz gewaltigen Besucheransturms in der Normalversion aus den chinesischen Kinos verschwinden.

Pekinger Kinobetreiber berichten, dass der Streifen ab Freitag nur noch in Lichtspieltheatern mit 3D-Technologie gezeigt werden dürfe.

Der Grund? Nach Ansicht der chinakritischen Hongkonger Zeitung Apple Daily könnten sich die Zensoren an den Diskussionen gestört haben, die der Film im Internet auslöste. In Chatforen bräuchten viele Menschen die Geschichte von der gewaltsamen Vertreibung des blauen Volkes im Film mit der chinesischen Gegenwart in Verbindung.

Ist Avatar also ein politischer Film? Trotzdem die meisten deutschen Kritiker das nicht erkannt haben oder erkennen wollen: Eindeutig ja!

Es geht um "imperiale politische Großmächte", die - egal, was es kostet - aus Profitstreben wertvolle Rohstoffe ohne Rücksicht auf die Eingeborenen ("wilde Ureinwohner, die sich nicht bekehren und umsiedeln lassen") ausbeuten wollen.

Das eigentlich Interessante an dem Verbot des Blogbusters ist aber: Vor noch 30 Jahren hätte China diesen Film noch konsequent als "anti-imperialistisches Meisterwerk gefeiert, das die Aktivitäten des Klassenfeindes USA schonungslos entlarvt". Der Film wäre wohl jahrelang gezeigt worden - in allen Versionen. Notfalls eben mit begleitender Erläuterung der politischen Kommissare.

Heute, selbst schon lange zwischen den ehemals dichtotomen eindeutigen Grenzen zwischen Kapitalismus und Kommunismus in der Post-Dingsbums-Ära verloren, eiert das Land scheinbar im Selbstzweifel so herum, dass es sich selbst als Imperialist einstuft und das eigene Volk als "blaue Aliens", als potenziellen Feind sieht. Vielleicht etwas weit hergeholt, aber:

Was innovative 3-D-Scienc-Fiction-Animationsfilme so alles über den Seelenzustand einer Großmacht aufzeigen ...

Oliver Hein-Behrens

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de



Droht die Privatisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks?

Kommentar: Eine App ist schließlich kein Kriegsgrund (exklusiv)

05.01.2010 10:55 Uhr

Der VDZ ist die Interessenvertretung der Zeitschriftenverleger. Diese Aufgabe nimmt VDZ-Geschäftsführer Wolfgang Fürstner ernst, vor allem in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten für die Mitglieder. Das ist sein gutes Recht!

Seine Pflicht ist aber auch, dabei nie den strategischen Blick auf das Ganze zu verlieren. Andererseits würde er Gefahr laufen, seinem Verband zu schaden. Dies könnte jetzt der Fall sein, denn Fürstner hat in einem Interview mit der Welt einen gezielten Angriff auf den durch Roland Koch und die GEZ-Diskussion ohnehin geschwächten „Hauptfeind“, die öffentlich-rechtlichen Sender ARD, ZDF und Deutschlandfunk gestartet. Ohne Umschweife fordert er: *„Warum denken wir nicht über eine Privatisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach, etwa mit einer Beteiligung von Verlagen.“* Und weiter: *„Meine Auffassung ist, dass sich das duale System überlebt hat. Wir versuchen mit einer Medienstrategie der 50er Jahre die Medienwelt des 21. Jahrhunderts zu bewältigen. Das kann nicht funktionieren.“*

Starker Tobak, das! Man stelle sich vor, ARD und ZDF würden eine (Teil)Verstaatlichung der führenden Verlage Deutschlands oder zumindest eine Form der öffentlichen Kontrolle fordern. Frech, unvorstellbar und völlig indiskutabel? Eben!

Eine Privatisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hätte unvorstellbare und irreversible Konsequenzen für die Zukunft der deutschen Mediengesellschaft. Die zweifellos immer noch vorhandenen positiven Aspekte des Dualen Systems würden für immer begraben werden. Dies könnte sehr schnell trotz der verlockenden neuen Geschäftsfelder auch zum brutalen Rohrkrepiere für die bestehende Zeitschriften-Verlagslandschaft werden. Gründe, Fakten, Infos zu dieser These? Sind ebenso wenig aktuell vorhanden, wie bei den Visionen von Herrn Fürstner. Und gerade das ist die Gefahr!

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

Ganz abgesehen davon wäre auch die Bereitschaft der Bevölkerung zur Unterstützung einer weiteren Privatisierung eines gesamten öffentlichen Sektors durch Negativbeispiele (Energiesektor) und die allgemein angespannte wirtschaftliche Lage mit hoher Wahrscheinlichkeit aktuell mehr als gering.

Bevor also ein so wichtiger Verband wie der VDZ zukünftig seine dicksten Kanonen Testschüsse auf scheinbar strategische Hauptziele machen lässt, sollte er im eigenen Interesse erst einmal die stille Diplomatie sprechen lassen. Eine Tagesschau-App ist schließlich kein Kriegsgrund.

Oliver Hein-Behrens

Links zum Thema

[Interview mit Wolfgang Fürstner in der Welt](#)

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de



Nicht der Bastian!

Glosse: Die wahre Story über die Nachfolge von Frank Elstner bei "Verstehen Sie Spaß!" (exklusiv)

23.11.2009 10:59 Uhr

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)

Nach sieben Jahren und 42 Ausgaben ist es also nun vorbei. Vorbei für Frank Elstner als Moderator bei der ARD-Familienshow "Verstehen Sie Spaß?". Sein Nachfolger wird Guido Cantz (38). Guido wer?

Was bisher nur Insider und Bastian Pastewka-Fans wissen: Cantz konnte den Job erst ergattern, nachdem Elstner mitbekommen hatte, dass der Sat.1-Komiker Bastian Pastewka dafür vorgesehen war. Elstner wollte diese Gattung von Nachfolger wohl nicht. Er initiierte als Abwehrmaßnahme eine clevere „Verstehen Sie Spaß!“-Falle für Pastewka, wo Pastewka scheinbar die Nachfolge für die ARD-Show angeboten wird, weil Elstner „zu alt und zu einfalllos sei.“



Das ganze sollte aber komplett im Geheimen hinter dem Rücken von Elstner geschehen, weil dieser „extrem empfindlich“ sei. Obwohl Pastewka Zweifel hatte, wurde er mit den vereinten Kräften der Lockvögel überredet. Nach seiner Zusage, die Show trotz Mobbing-Bedenken wegen des "Elstner-Rauswurfes" zu übernehmen, wurde er gleich darauf von Elstner persönlich als „Kollegenschwein“ bloßgestellt ("Schauen Sie nicht so blöd!"). Der Vertrag wurde sofort annulliert. Erst kurz danach erfuhr der arme Pastewka, dass das Ganze "nur" ein "Verstehen Sie Spaß?" Scherz gewesen sei.

Durch diese geniale Form des Ausbootens, die Elstner dann auch noch in Pastewkas SAT.1 TV-Serie platzieren konnte, hat der altgediente TV-Familienshowgeneral dem jungen Spaßjucken aus dem Privatfernsehen erfolgreich den Weg in die Öffentlich-Rechtlichen versperrt – zumindest in diesen Fall! Guido Cantz wurde es dann mit Erlaubnis des TV-Altmeisters.

Wer diese Story nicht glaubt, kann sich den Beweis hier ja ansehen:
<http://www.sat1.de/videocenter/clip/5479/pastewka-folge-4-die-wg>
(Die ganze Folge - besagte Szene läuft ab Minute 17.)

UPDATE am 3.12.2009: Leider ist die Folge wohl nicht mehr online und damit der obere Link nicht mehr aktiv!

Hier kann man die Folge für 99 Cent bei Maxdome sehen:
<http://www.maxdome.de/comedy/pastewka/video/34835/>

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)

ohb

P.S. für Humorlose: Glosse, Satire, Verstehen Sie Spaß? – also entspannen ...

P.P.S. Ein dickes Kompliment für Drehbuchautoren und Schauspieler. Schon lange nicht mehr so herzlich gelacht. Und erst das Timing: Preiswürdig!

Links zum Thema

http://www.sat1.de/comedy_show/pastewka/
<http://www.swr.de/verstehen-sie-spas/index.html>

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de



"Bauer sucht Frau" mit neuem Staffel-Bestwert

"Ich bin fick und fertig!" - Neues TV-Kultpaar Josef und Narumol (exklusiv)

18.11.2009 08:16 Uhr

"Bauer sucht Frau" ist ein RTL-Ergebnisformat: Die Fangemeinde wird immer größer! Bis zu 10,24 Millionen Zuschauer sahen die letzte "Bauer sucht Frau" - Folge. Der Grund: Das neue Kultpaar Josef und Narumol.

Nicht nur Stefan Raab, der über jeden TV-Auftritt der beiden ausführlich in seiner Sendung TV Total berichtet, liebt sie bedingungslos! Jeder, der die beiden sieht, ist von ihnen "gefangen".

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

Beschreiben kann man diese einmalige Multikulti-Mischung zwischen Bayern und Norddeutschland/Thailand nur schwer, daher hier der Originaltext einer RTL-Pressemeldung: "Es ist Sonntag: Josef, der schüchterne Milchbauer will Narumol zum Sonntagsgebet in die kleine Gemeindekirche mitnehmen und dort dann auch der bayerischen Dorfgemeinschaft vorstellen. Narumol ist nervös: „Ich kenne ja keinen.“ Aber die Ängste sind unberechtigt. Die Thailänderin wird herzlich empfangen."

Besonders gemein, aber quotenträchtig: Beide werden mit Untertiteln dem Zuschauer verständlich gemacht (Bayerisch und Thai-Deutsch), wobei teilweise extra falsch "übersetzt" wird. So wird aus einem "Ich bin fix und fertig" von Narumol schon mal ein "Ich bin fick und fertig", denn das sagt sie tatsächlich in ihrem liebenswerten Thai-Deutsch.

Das kommt richtig gut an: Die letzte Folge sahen durchschnittlich 8,54 Millionen Zuschauer (26,6 % Marktanteil) insgesamt. Auch beim jungen Publikum stiegen mit 28,5 Prozent (3,88 Millionen Fans) die Marktanteile und Zuschauerzahlen.

medienhandbuch.de wünscht sich: Mehr von den beiden! Auch nach "Bauer sucht Frau"! Wie wäre es mit einem lockeren Talk-Format, natürlich Untertitelt?

ohb

Links zum Thema

[Bauer sucht Frau-Folge](#)

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de



Die lange Schlange vor dem Sexshop

Kommentar: Der süße Duft der friedlichen Revolution (exklusiv)

09.11.2009 09:37 Uhr

Ich konnte in dieser Nacht vor 20 Jahren nicht schlafen: „Geschichtsspezifische Unruhe“ oder so was. In meiner kleinen Zivildienstwohnung im Münchener Stadtteil Schwabing drehte ich mich hin und her.

Der Grund: Günter Schabowski hatte um 18:57 Uhr vor laufenden Kameras gesagt, dass ab sofort Privatreisen ins „Ausland“ (also auch in die Bundesrepublik und nach West-Berlin) ohne Vorliegen von Voraussetzungen wie Reiseanlässen oder Verwandtschaftsverhältnissen beantragt werden könnten.

Wer jetzt immer noch nicht kapierte, war entweder gänzlich unpolitisch oder einfach doof! Der Damm war gebrochen. Die Mauer war in diesem Moment bereits Vergangenheit.

Auch wenn die westlichen Geheimdienste so taten und teilweise heute noch so tun: So richtig überraschend kam der Mauerfall für Kenner der Materie nicht. Perestroika, Gorbatschow, Glasnost – nur die Form der letzten Stufen dieser friedlichen Revolution (der Ostdeutschen!) war untypisch, überraschend und damit historisch einzigartig.

Wer damals so wie ich die mutigen DDR-Bürgerrechtler vor Ort sah, erkannte, dass sie wirklich etwas bewegten. Niemals werde ich den Demonstranten in Ost-Berlin vergessen, der bei einem Besuch von mir etwa sechs Monate vor dem Fall der Mauer – umringt von vielen DDR-Bürgern, -Bürgerrechtlern und Stasi-Mitarbeitern (die konnte sogar ich an der Kleidung erkennen) – sein T-Shirt hochzog, um die zahlreichen tiefblauen Prügel-Striemen zu zeigen, die er von der Stasi kassiert hatte. Sein gesamter Oberkörper war damit „verziert“. Die Stasi-Schergen schauten peinlich weg, sogar als hochpolitische Flugblätter verteilt wurden. Man sah und merkte, dass ihre ehemals unantastbare Autorität bereits heftige Risse hatte. Der süße Duft der friedlichen Revolution lag bereits vor dem 9.11. massiv in der Luft.

Ich schaute in dieser Nacht bis in den frühen Morgen TV und verabredete mich telefonisch mit meinem Bruder für das kommende Wochenende in Berlin, um Geschichte live zu erleben. Dies geschah dann auch:

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

Nie werde ich vergessen, wie die alte Ostberliner Dame auf den Geldautomaten zeigte und mich frage, was das sei. Nie werde ich vergessen, wie lang die Schlange vor dem Sexshop war. Sie ging um zwei Ecken. Es wurde gelacht, gefeiert, gesoffen.

Keiner sprach an diesen Tagen von Jammer-Ossis und Besser-Wessis, von dem mühsamen Prozess der inneren Wiedervereinigung, der Generationen dauern würde, von den Problemen, die das Ende des politischen Ost-West-Konfliktes und des dann folgenden, schnell konstruierten, glaubensbasierten Nord-Süd-Konfliktes für die Welt bringen würde. Warum auch?

Es waren schöne, unbeschwerte Tage. Es waren lustige Tage. Es waren ehrliche Tage!
Es war der 9.11.1989!
Der wichtigste Tag der deutschen Wiedervereinigung!
Warum das heute kein Nationalfeiertag ist?
Ehrlich gesagt: Keine Ahnung!

Oliver Hein-Behrens (Ex-Westdeutscher, der die Mauer nie mochte.)

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
Oliver Hein-Behrens
chefredaktion@medienhandbuch.de



Fiktives Telefonat zwischen einem erfundenen Abmahnanwalt und einem nicht existierenden Markenmanager

Helfen Sie ihrer Marke und verdienen Sie kräftig durch das deutsche Abmahnwesen (exklusiv)

22.10.2009 10:13 Uhr

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)

**Telefonklingeln, 2x, Hörer wird abgenommen, Räuspern am Ende der Leitung:
Hallo, spreche ich mit Herrn Klöiderklein?**

Ja, am Apparat

Ich bin Rechtsanwalt Dr. Gerbenhöfer, der Dr. Gerbenhöfer! Kennen Sie mich?

Leider nein. Was kann ich für Sie tun?

Sie sind doch verantwortlich für die Marke GutMuttutgut, oder?

Ja, und ..?

Und ihre Wort/Bildmarke besteht aus dem Namen und der Sonne?

Jaaa, was wollen Sie?

**Ich möchte Ihnen meine Dienste anbieten, so ihre Marke schützen und Sie um mindestens
–hust - Euro Umsatz reicher machen.**

Wie das?

**Haben Sie schon einmal gesehen, wie viele freche Menschen und semiprivate Online-
Händler die Sonne in ihrem Logo führen? Das geht doch nicht aus ihrer Sicht, oder?**

Also bisher haben wir damit ...

Wissen sie, was sie das jedes Jahr an immateriellen Imageverlust kostet?

Nein, aber ...

**Durch unser professionelles IT-gestütztes Abmahnwesen können wir – und jetzt halten Sie
sich fest – bestimmt bis zu 100.000 Personen in Ihrem Auftrag abmahnen.**

Aber ...

**Ihre Marke hat damit wieder das bildspezifische Alleinstellungsmerkmal und Sie kassieren
nach Abzug unseres Honorars nach unseren Erfahrungswerten mindestens – hust –
stattliche Millionen Euro durch Abmahngebühren, die sie z.B. für ihre nächste
Marketingkampagne wieder einsetzen können.**

Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)

Entschuldigen Sie, ich habe die Summe nicht verstanden ...

Durchschnittlich 850 Euro Abmahngebühr pro Person. Rechnen Sie doch bei ca. 100.000 selber mal. Das macht Spaß, oder?

Aber bringt uns das keine Negativ-PR ein?

Papperlapapp, die Medien haben besseres zu berichten, Gott sei Dank. Und diese Internetspinner. Sind das etwa ihre Kunden?

Keine Ahnung, glaube nicht. Aber da gibt es doch gerade diesen aktuellen Fall mit dieser Tierpfote und dem Protest der Online-Gemeinde ...

Über aktuelle Fälle sprechen wir grundsätzlich nicht ...

... oder den von vorletzten Jahr, wo ...

Was sollen die alten Kamellen? Schauen Sie sich lieber unsere anonymisierten Erfolgsquoten für unsere Klienten an. Die sagen Ihnen die Wahrheit! Also, Sie helfen ihrer Marke und Sie verdienen zusätzlich kräftig durch das deutsche Abmahnwesen. Gott sei Dank haben wir nicht die lasche britische Rechtssprechung, der der erst einmal eine kostenlose Warnung ausgesprochen werden muss – lacht sardonisch – wir deutschen Abmahnanwälte haben schließlich auch Familien zu ernähren, oder?

(zögernd) Gut, dann schicken Sie mir doch mal ihren schriftlichen Vorschlag für die Abmahnung und alle anderen Notwendigkeiten ...

Schnell, schneller, Gerbenhöfer – schauen Sie in ihren heutigen Posteingang: alles drin. Spätestens in einer Woche regnet es Geld für Sie – und das nur, weil Ihnen irgendein Idiot die Sonne als Teil einer internationalen Wort/Bildmarke genehmigt hat. Ist doch prima, was? (lacht laut und lang). Wenn sie wollen, gehen morgen die ersten Abmahnungen raus ...

- Ende des fiktiven Telefonates-

(Mitnotiert von Oliver Hein-Behrens)

ACHTUNG: Dies ist ein Hinweis für unsere humorfreien Mitleser. Es handelt sich um eine Satire! Die Namen sind frei erfunden. Ähnlichkeiten mit echten Dingen und Wesen sind rein zufällig. Wir sind arm!

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhandbuch.de



Gute PR-Aufklärung sieht anders aus!

Kommunikativer Faktennebel spricht gegen eine Schweinegrippe-Impfung (exklusiv)

16.10.2009 10:33 Uhr

Diese Meldung ist nicht wirklich verwunderlich: Über die Hälfte der Deutschen sieht derzeit keine Notwendigkeit, sich gegen die Schweinegrippe durch eine Impfung zu schützen. 39% der Deutschen würden sich auf keinen Fall gegen die Schweinegrippe impfen lassen, jeder Vierte (27%) würde wahrscheinlich nicht zur Impfung gehen.

Nur 19% der Befragten würden sich wahrscheinlich den Impfschutz abholen. Und nur 12% der Deutschen sind sich ganz sicher: Sie wollen, wenn möglich, eine Impfung. Dies ergab eine Umfrage von Infratest dimap im Auftrag des ARD-Morgenmagazins.

Nur 18% der Deutschen lassen sich demnach durch die Schweinegrippe verunsichern. Nur 4% der Bundesbürger sind wegen der Schweinegrippe und den Nebenwirkungen einer Schutzimpfung stark verunsichert. Rund jeder Dritte (32%) ist wenig beunruhigt, und jeder Zweite (50%) ist es gar nicht.

Diese Zahlen sind - so muss man es sagen - eine schwere Niederlage für die Bundesregierung und das Gesundheitsministerium, wenn die Schweinegrippe eine echte Bedrohung für die Bevölkerung darstellen sollte. Ursprünglich ging das Gesundheitsministerium davon aus, dass sich bis zu 22 Millionen Deutsche mit den hastig erworbenen Impfstoffen versorgen.

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

Falls die Schweinegrippe tatsächlich - was immer mehr Menschen bezweifeln - einen Pandemie-Status hat, ist es unverantwortlich, dass das Gesundheitsministerium keine Pro-Impf-Kampagne gestartet hat. Alles, was PR-spezifisch installiert wurde, ist scheinbar eine uninformativ [Internet-Website zum Thema](#), die hauptsächlich auf Länderadressen verweist. Zu wenig!

Gute PR sieht anders aus! Warum diese Zurückhaltung der Regierung und des Ministeriums? Warum keine Antworten zur besten Sendezeit und auf den Titelseiten zu Fragen wie: Ist etwa etwas an den Vorwürfen der zu hastigen Einkäufe des Impfers unter dem Druck der Pharma-Konzerne dran? Worin liegen die Gefahren und die Vorteile einer Impfung konkret? Sollen sich Schwangere auf alle Fälle impfen lassen und warum? Hat sich die Faktenlage zur Verbreitung der Pandemie verändert? Wie viele Kranke gibt es in Deutschland aktuell wo? Nein, keine Antworten. Still ruht der See!

Und solange dies so ist und der Faktennebel nicht durch eine professionelle staatliche Öffentlichkeitsarbeit gelichtet wird, kann man keinem, der sich nicht sowieso impfen lassen will, ruhigen Gewissens dazu automatischen raten.

Oliver Hein-Behrens

Links zum Thema

<http://www.neuegrippe.bund.de/>

Kontakt / Quelle

medienhandbuch.de
chefredaktion@medienhanbuch.de

Die Telefonkette der digitalen Ära



Kommentar: Phänomen Twitter (exklusiv)

07.05.2009 10:39 Uhr

Als ich vor ca. einem Jahr das erste Mal gefragt wurde, was ich von Twitter halte, war mein Urteil schnell gefunden: Mist! Wer braucht das schon? Eine SMS für das Internet? Gibt es schon! Und besser. Heute muss ich – Asche auf mein Haupt – bekennen: Ich lag falsch! Der einzige Trost: Ich befinde mich in allerbesten Gesellschaft.

Was soll man zu [Twitter](#) sagen? Nur ein aktueller Hype wie seinerzeit Second Life? Ein kurzes, helles Aufflackern, bevor das nächste Strohfeuer die Aufmerksamkeit auf sich zieht? Nein! Twitter ist trotz seiner schon erschreckenden Einfachheit (hat man auch über Google am Anfang gesagt) jetzt schon ein machtvolles Online-Instrument, das nach und nach an Reichweite gewinnen wird. Sie glauben das nicht?

In den USA hatte der Schauspieler Ashton Kutcher vor kurzem eine [Wette gegen CNN](#) laufen, wer für seinen „Channel“ als erster mehr als eine Million Twitter-Abonnenten („Follower“) vorweisen kann. Der Demi-Moore-Gatte gewann überraschenderweise! Seine Motivation für die Unterzeichner: Sie würden damit den etablierten Medien „einen ziemlichen Schlag“ versetzen. Das Argument zog. Die Online-Nutzer wollten wohl genau dies mit dieser Aktion demonstrieren.

Zweites Beispiel: In Deutschland läuft gerade eine [Petition gegen die geplante Sperrung von Internetseiten](#), die aktuell in der deutschsprachigen Twittergemeinde (die momentan auf über 60.000 Nutzer geschätzt wird) ein Top-Thema ist. Über 50.000 Unterzeichner hat sie bereits nach wenigen Tagen auch und gerade durch Twitter. Und sie wächst weiter im Sekundentakt. Auch das kann man bei twitter.com/Mitzeichner bequem verfolgen. Sie wird wohl – wenn es bis zum Ende der Zeichnungsfrist so weitergeht, alle bisherigen Petitionen toppen.

Nur zwei von vielen Beispielen der Twitter-Macht. Kein Wunder also, dass angeblich [Apple](#) und Google an dem Unternehmen interessiert sind. Sie haben den strategischen Wert erkannt, Vermarktungsmodelle existieren nämlich (noch) nicht. Mich erinnert Twitter manchmal an eine Art moderne Telefonkette der digitalen Ära, die (zumindest theoretisch) innerhalb kürzester Zeit Massen informieren und aktivieren kann. Also eine „Telefonkette“ mit Potenzial zum Massenmedium ...

Ein Kommentar von Oliver Hein-Behrens

Kontakt / Quelle

**Oliver Hein-Behrens –
Interviews für medienhandbuch.de 2004-2010 (Auswahl)**

medienhandbuch.de
Oliver Hein-Behrens
chefredaktion@medienhandbuch.de
