



Niveau? Das ist doch diese Handcreme ...

Verbale Angriffe von Politikern gegen Journalisten scheinen zur Normalität zu werden.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

PÖBELFAKTOR. Wer alt genug ist, kennt noch Begriffe wie „Respektsperson“ und weiß, dass man solche Menschen nicht umsonst so nennt, denn: Sie haben sich einen gewissen Respekt in Bezug auf ihr Tun erarbeitet.

Manche Menschen sind das auch in unserer heutigen Zeit in den Augen anderer Mitbürger sogar ohne ihr eigenes Zutun auch weiterhin. Polizisten etwa, oder Personen, die zum Beispiel bei Ämtern und Behörden arbeiten. Hier schwingt noch kulturell unsere Vergangenheit aus der Monarchie mit und eine damit verbundene Obrigkeitshörigkeit.

Sprachlicher Qualitätslimbo

Und auch wenn das heute nicht mehr so ist, so könnte man von Personen, die etwa den Staat bzw. staatliche Institutionen repräsentieren, trotzdem einen gewissen Umgang, Stil und eine gewisse niveaувolle Sprache erwarten – so glaubt man es zumindest.

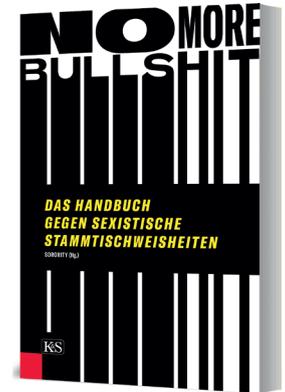
Ein regelrechtes Paradebeispiel im negativen Sinne ist vor allem der US-amerikanische Präsident Donald Trump, der unaufhörlich gegen Journalisten pöbelt, aber aus Sicht vieler österreichischer Journalisten auch diverse Polit-Presse-sprecher diverser Parteien.

Auch die pflegen zum Teil eine Sprache, wenn sie etwa via Twitter zu und über Journalisten meinen: „Die Belehrjournalisten, die die Massmigration 2015 willkommensklatschend journalistisch unterstützt haben, beklagen jetzt 1:1 die Ablehnung des UN-Migrationspakts.“

Etwas mehr Würde, bitte

Via Twitter konterte Armin Wolf daraufhin und meinte treffend: „Belehrjournalisten? ‚Willkommensklatscher?‘ Nicht von einem Partei-Presse-sprecher, sondern vom Kommunikationskoordinator eines Ministeriums. Kannte ich bisher nicht.“

Und er hat Recht damit. Solch eine Titulierung von Journalisten, die aber zuallererst schlicht und einfach Menschen sind, ist jedes Menschen und noch mehr jedes Politikers und Vertreters dieses Staats unwürdig.



BUCHTIPP

No more Bullshit!

Der Pay Gap ist ein Mythos! oder „Biologisch gesehen haben Frauen und Männer eben unterschiedliche Kompetenzen!“ Sätze wie diese haben bei jedem schon einmal Augenrollen ausgelöst. Wer Stammtischweisheiten, Weiblichkeitsmythen und tradierte Vorurteile hinterfragen möchte, der sollte sich „No more Bullshit“ jedenfalls besorgen.

Das Frauennetzwerk Sorority hat es sich mit der Veranstaltungsreihe „No More Bullshit!“ zur Aufgabe gemacht, altbekannten Killerphrasen etwas entgegenzusetzen: Fakten. Gemeinsam mit Wissenschaftlerinnen, Expertinnen aus unterschiedlichen Branchen und Künstlerinnen schult die Schwesternschaft nun unerbittlich den Blick für Stehsätze und liefert schlagkräftige Argumente für die nächste Stammtischrunde.

Kremayr & Scheriau; 176 Seiten; ISBN: 9783218011341

Entlang der Customer Journey

Eine Landkarte für Kunden entlang relevanter Touchpoints.

Gastkommentar

••• Von Marco Harfmann

RELEVANZ. Was unterscheidet Unternehmen hinsichtlich ihres Erfolgs in der Kundenkommunikation? Der Schlüssel liegt in der Customer Journey entlang relevanter Kundenkontaktpunkte. Touchpoints entstehen dort, wo Kunden mit Unternehmen oder Marken in Berührung kommen. Von der ersten Wahrnehmung des Produkts bis zur Kaufentscheidung wird die Customer Journey in eine mehrteilige Route eingeteilt.

Bei dieser Reise entsteht eine Landkarte von Kundenerfahrungen. Mithilfe einer solchen Karte können Kundenerlebnisse laufend optimiert und an die Verhaltensmuster gezielt angepasst werden. Es herrscht jedoch zunehmend eine regelrechte Inflation von Touchpoints vor. Dabei ist es für Unternehmen nicht zielführend, an jedem beliebigen Kontaktpunkt präsent zu sein. Für Marketer ist also wichtig, einen Mix aus relevanten Online- und Offline-Touchpoints zu erstellen, um nicht im Labyrinth einer Customer Journey zu landen.



Marco Harfmann, A1 Telekom Austria AG.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.