

Digital Rant

Ahmet Iscitürk schreibt seit zwei Jahrzehnten für Print- und Online-Publikationen, zudem textet er in sozialen Netzwerken für diverse Unternehmen. Als Comedy-Autor beliefert er Radio und Fernsehen, manchmal stellt er sich sogar selbst auf die Bühne. Kurz: Er macht viel, kann aber nix.

www.texteatme.com
@schweinooflove



Eine Kolumne zum Thema Online-Marketing-Web-Blablub 3.0, die sich vom Rest dieser Publikation abhebt.

Ich liebe das Web und computerisierte Spielsachen im Allgemeinen. Als ich noch jung war, habe ich ein Print-Magazin für Technikavantgardisten mitentwickelt. Nun bin ich alt und schreibe immer noch über solchen Kram. Man kann durchaus behaupten, dass die Digitalisierung die große Liebe meines Lebens ist. Wobei der Begriff „Liebe“ es nicht wirklich trifft. Es ist eher wie eine Sucht, und als ordentlicher Süchtling blende ich die negativen Seiten einfach aus. Über Datenschutz, Kultur als Massenware und soziale Spaltung im Netz sollten lieber die dampflabernden Scharlatane der florierenden Seminarlandschaft referieren.

Das Geile ist, dass wir an der Schwelle zu gravierenden Veränderungen stehen. Positiven Veränderungen! Beispielsweise reden wir schon ewig über das Internet der Dinge. 2017 wird das Thema endlich in der Mitte der Gesellschaft verankert – hoffe ich zumindest. Ich will nicht mehr der Einzige sein, der seinen Sous-vide-Garer per Web-App steuert. Experten glauben, dass bis 2020 mindestens 20 Milliarden Maschinen und Geräte mit dem Netz kommunizieren werden, was auch in punkto Marketing ganz neue Türen öffnet. Durch diese frisch geöffneten Türen werden sehr viele Idioten spazieren, die geistiges Unvermögen mit leeren Worthülsen und selbstsicherem Auftreten kaschieren. Sie bevölkern mit Vorliebe TED-Konferenzen, Pecha-Kucha-Abende und Veranstaltungen wie die **Nürnberg Web Week** oder **Online Marketing Rockstars**.

Jetzt mal unter uns: Was soll „Online Marketing Rockstars“ überhaupt bedeuten? Da wurden drei Wörter kombiniert, die miteinander völlig unvereinbar sind. So wie „Günther Oettinger Kompetenzzentrum“ oder „Erdogans tolerante Demokratie“. Bei dieser Gelegenheit möchte ich außerdem Start-up-Gründer und Jung-CEOs bitten, ihre Mitarbeiter nicht mehr als Super Heroes, Pirate Crews, Coding Warriors oder Hit Squad zu bezeichnen. Jeder Idiot durchschaut euren schabigen Versuch, überarbeiteten Crunch-Time-Opfern einen charmanten Anstrich zu verleihen. Seid ihr wirklich zu einer Branche von Blendern ver-

kommen, die sich nicht mehr durch Leistung, sondern nur noch durch bescheuerte Catchphrases definiert?

Damit wären wir wieder bei der Nürnberg Web Week. Die meisten Menschen, denen man im Rahmen solcher Veranstaltungen begegnet, möchte man so schnell wie möglich wieder vergessen. Mit Schrecken erinnere ich mich an Roger. Ein Typ mit Ray-Ban-Brille, Vollbart und Schal. Ok, die sehen dort alle so aus, aber er war von einer besonderen Penetranz beseelt. Er suchte nach neuen Opfern für sein Marketing-Führungskräfte-Coaching. Seinen Sprüchen nach zu urteilen, hatte er alle Self-Help-Bücher dieses Planeten konsumiert. „Führen bedeutet auch führen lassen!“ und das Allerbeste: „Ahmet, ich habe vor allem einen Tipp für dich. Trete selbstbewusst auf, aber bleibe dabei immer du selbst!“ Ich erwiderte: „Was jetzt von beiden? Soll ich selbstbewusst oder ich selbst sein?“ Er drehte sich wortlos um und verschwand.

Anschließend heftete sich eine Expertin für multisensorisches Marketing an meine Ohren. Früher war sie nur Expertin für sensorisches Marketing und in ein paar Jahren wird sie ganz bestimmt Master of Omnisensory Marketing sein. Wie fast alle anwesenden Damen, trug sie knallroten Lippenstift und eine Brille mit dickem Gestell. Das signalisiert Intelligenz und Professionalität, ohne die Feminität zu mindern. Sie redete viel. Jeder dritte Satz endete mit „... aber von den Alpha-Männchen der Branche lasse ICH mich garantiert nicht einschüchtern!“

Da wir nun fast am Ende angekommen sind, fragen Sie sich bestimmt, was dieser unqualifizierte Text eigentlich aussagen soll. Nun, mit einer wirklich befriedigenden Antwort kann ich leider nicht dienen. Christian Wolff, der Herausgeber dieses Magazins, hat mich eben mit der Kolumne beauftragt. So einfach ist das. Ich habe tatsächlich versucht, ihn mehrmals davon abzubringen. An seiner Stelle hätte ich Sascha Lobo engagiert oder diesen Mario Sixtus. Sixtus ist günstiger als Lobo und nur einen Tick unsympathischer als ich. Sixtus hätte diese Seite mit einem spannenden Text gefüllt, der die netzfeindliche Politik unseres Landes sowie das postfaktische Zeitalter anprangert. Das hätte Christian Wolff sicher einige böse Emails von empörten Lesern erspart. Ich bewundere seinen Mut.