

# #Digitaltanzformation - Offline-Besuch einer Online-Messe.

Category: Arbeit,Leben

13. Mai 2019



Was darf man von einer Fachmesse, die den Begriff „Rockstars“ im Namen trägt, erwarten ? Richtig, viel Lärm. Um nichts. Welches wiederum ja die altbekannte Definition von *Influencer Marketing* an sich ist (siehe auch [Was werde ich, wenn ich doof bin?](#)). Und so begibt man sich als Besucher des „Online Marketing Rockstars“-Kongresses auf eine *Customer Journey*. Auf eine Reise, an deren Ende man sich eigentlich mit einer *blockchain* erhängen möchte. Oder man jemandem mit besonderes schwerem *Content* eine Platzwunde im *Upper Funnel* zufügen möchte. #youonlyliveonce und das nur kurz.

Der Messebesuch beginnt zunächst theoretisch mit dem Download einer App, mit der man sein ausgedrucktes Zutrittsticket scannen und auf seinem Handy hinterlegen kann. Es braucht einen Moment, um die *Uniqueness* dieses Arbeitsschrittes zu begreifen. „Schon drollig diese Onliner“ denkt sich der Analogbleiber und reicht der gelangweilten Wollmütze am Empfang die ausgedruckte Eintrittskarte. Ausgestattet mit einem Chip-Armband betritt man schließlich die Welt der endlosen 010001011-Kombinationen.



So sieht das Internet also von innen aus. Bunt, überfüllt, stickig und es riecht nach Popcorn. Menschen stehen herum wie eine 1, sind aber eigentlich wohl eher eine 0. Sie sind in der Regel immerhin 1a bewaffnet. Mit einem Smartphone - in der Hand oder lässig geschultert an einem Schnürsenkel baumelnd. Die Menge der Smartschützen schaut konzentriert nach unten auf den Boden, als würden sie irgendetwas suchen. Das muss diese *Search Optimization* sein, von der gerne gesprochen wird. Man notiert sich gedanklich „Wasserpistole in Schuh einbauen“ als erfrischende Aufmunterungs-idee für den nächsten Messebesuch und flanirt durch die „*Big Meuta*“. Man lauscht den Gesprächsfetzen und wähnt sich in Dengland. Die Dialoge, Werbetafeln und Broschüren sind gespickt mit *Buzzwords* wie *Buzzword*. Es geht um *Rehmarketing* und man denkt an Bambi. Um *Storytelling*, das einen an irgendwelchen *Touchpoints* konvertieren, penetrieren oder sonst wie frivol jucken soll. Um *Omnichannel* statt Omis und Chanel. In die *Customer Audience Segmentation Group* „alt“ fällt man ohnehin anscheinend bereits jenseits der 24. Man ist demnach bereits unwissentlich zum *Best Ager* avanciert, auch wenn man noch gar kein *Nest* produzieren konnte, dass nun *empty* wäre. Eine Erkenntnis, die eher wenige *Likes* provoziert und schwer zu

vermögen ist.



Man drückt sich vorbei an mehreren *Gigabyte* Menschenvolumen, die sich vor allem dort zu bündeln scheinen, wo es Steckdosen gibt. Das WLAN ist wiederum überall verfügbar, aber überlastet. Die Organisatoren der Veranstaltung scheinen einen beruhigenden Hang zur Anarchie zu haben.

Beim *followen* einiger *tablets* mit analogen Sattmachern beginnt sich sodann eine Frage im Kopf zu formieren, die einmal gestellt den scheppernden Kopf nicht mehr loslassen möchte: woher kommt das Geld? Das Geld, um die Wollmützen, Messestände mit Schaukeln und Schnittchen zu finanzieren? Die Gehälter auf den Konten und die Schnürsenkel an den Diensthandys? Wie werden aus 010001011-Kombinationen 1-mit-vielen-0-Reihenfolgen? Womit verdienen die hier eigentlich ihr Geld? Steht OMR etwa für „Ohne Mühe Reich“?

Anscheinend verdient man echtes Geld mit *Online Mobile Digital*, ja mit was eigentlich? Doch die Antwort ist sehr einfach und greifbar. Man verdient sein Geld mit einem eigentlich als Nebenprodukt getarnten Teil des

Rahmenprogramms: mit Vorträgen. Mit Referaten darüber, wie man mit *Online Mobile Digital* Geld verdient. Oder eben *Bitcoins* verdingst. Die Qualifikation der Redner besteht darin eine maximale Anzahl an englischen *Buzzwords* in einen deutschen Satz zu verbauen. Die Zuhörer sind gefesselt (siehe Abbildung), entweder weil sich in ihren Handykordeln verheddert haben oder sich gebannt fragen, wird das noch ein deutscher Satz? Oder not?



Technisches Verständnis ist für einen erfolgreichen Vortrag unwesentlich. Alle passenden Textbausteine für eine auf die *audience getargetete presentation* zum Thema *Online Marketing* finden sich im Übrigen in diesem Text. Und so startet man den Präsentationslaptop neu, pustet in sein Mikrophon, stellt als lehrreiches *Best Practise* Beispiel aus der Praxis einen *Showcase* der evangelischen Kirche vor ([#was1lebennachdemtod](#)) und unterlegt seine Präsentation mit [„Kauf mich“](#) von den Toten Hosen. Um die Skurrilität seines Tuns und GEMA-Gebühren muss man sich nicht scheren.



Der Heilige Prahl ist es schlussendlich *Keynote Speaker* zu sein. Als *Keynote Speaker* ist man Hauptredner unter den Marktschreibern. Man wird dies indem man einmal im Silicon Valley war, sei es zur Durchreise, und bei einer Internet-Konzernzentrale auf Toilette gegangen ist. Der Zuhörer verspürt wiederum irgendwann nur noch eine *note*. Und zwar das dringende Bedürfnis sich zu verscrollen und über eine einsame Blumenwiese zu laufen.

Auf dem Weg zum *Exit* seiner *Customer Journey* läuft man sodann an schaukelnden Hipstern vorbei, die anscheinend einmal eine wahnsinnig realistische *3D experience* erleben wollten (*#affenschaukel*), und fragt sich, wer wollte einen hier eigentlich verschaukeln.

Das Internet ist jedenfalls noch immer Neuland für uns - fast - alle.

