

PRINT OHNE LUG UND BETRUG

Seit Jahren gibt es von verschiedenen Seiten – auch aus eigenen Kreisen – Appelle an Agenturen, (Kreativ-, Media- und Digitalagenturen) endlich mehr gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und ihre Mediabudgets in seriösen Medien zu platzieren. Eben in solchen Medien, in denen Hass und Hetze nicht gefördert werden, in digitale oder analoge Medien, deren Ziel es nicht ist, journalistischen Medien und damit unsere Demokratie zerstören zu wollen.

Argumente, dass sie mit ihren Media-Entscheidungen die Medienvielfalt gefährden und dadurch auch ihre eigene Zukunft auf dem Spiel steht, nehmen Agenturen möglicherweise zur Kenntnis, handeln aber nicht und »laufen blind in die weit geöffneten Messer der Digitalmonopolisten«, wie THOMAS KOCH, der wohl profilierteste Media-Experte Deutschlands, im Medien-Branchendienst *Meedia* schreibt. Schon jetzt fließen mehr als 50% der deutschen Werbegelder an *Google*, *Meta*, *Amazon* und *TikTok*: etwa 16,0 Mrd. €. Geld, das den Verlagen hier fehlt und stattdessen »zollfrei und steueroptimiert an die Westküste der USA schwappt« (siehe auch unseren Beitrag »Wir müssen endlich über Rumpelstilzchen reden« auf Seite 24 dieser Ausgabe).

Und als wäre das nicht noch genug, wurden jetzt aktuelle Zahlen bekannt, nach denen jetzt heute 52% des Internet-Traffics nicht mehr menschlichen Ursprungs sind, sondern von Bots verursacht werden. Die Ursache: künstliche Intelligenz. Denn KI verändert nicht nur das Herstellen von Werbung, sondern auch, wie sie ausgespielt wird. Gleichzeitig wird damit dem Ad Fraud Tür und Tor geöffnet. Ad Fraud (Anzeigenbetrug) ist aber kein neues Phänomen. Darunter sind kriminelle Aktivitäten im Online-Marketing zu verstehen, bei denen Werbetreibende um ihre Werbebudgets betrogen werden. Kriminelle täuschen Werbe-Impressions, Klicks und Conversions vor, die niemals von Menschen gesehen oder ausgeführt wurden.



Bildquelle: masitta | 123rf

Verschiedene Schätzungen gehen davon aus, dass jährlich viele Milliarden Euro weltweit durch diese betrügerischen Aktivitäten verloren gehen. »Die Facebook-Mutterfirma *Meta* hat 2024 womöglich rund 16 Milliarden Dollar mit betrügerischer Onlinewerbung verdient«, berichtete der *Spiegel* und bezieht sich auf die Nachrichtenagentur *Reuters* und Unterlagen des Konzerns. Usern von *Facebook*, *Instagram* und *WhatsApp* würden im Schnitt täglich 15 Milliarden Anzeigen präsentiert, die deutliche Anzeichen für einen betrügerischen Hintergrund aufwiesen, heißt es in dem Bericht aus dem letzten Jahr weiter.

Das alles schadet den hiesigen Agenturen, ihren Auftraggebern, Verlagen und der Druckindustrie. Um so unverständlicher ist es, wenn die Werbeausgaben in die Medien der US-amerikanischen Plattformbetreiber weiter steigen. Zumal es immer wieder Belege dafür gibt, welche Leistungsfähigkeit Print und Direktwerbung aufzuweisen haben (siehe auch »Da war doch noch was mit Print« auf Seite 22). Ganz ohne Lug und Betrug.



Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre der nächsten Seiten.

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt



Klaus-Peter Nicolay ist seit 55 Jahren in der Druckindustrie unterwegs, in der so traumhafte Produkte wie Magazine, Zeitungen, Broschüren, Bücher und allerlei mehr haptisches hergestellt werden. Der Diplom-Ingenieur berichtet als Journalist seit 1980 über deren Herstellung und die eingesetzten Techniken.

2020 wurde er wegen eines Krebsleidens im Gesicht operiert und kann seither nur mühsam sprechen, nicht mehr essen und nicht mehr trinken. In seinem Buch beschreibt er, wie er die fünf Jahre seit seiner Operation erlebt hat, wie er mit den Folgen umgeht, wie komplex so vermeintlich banale Körperfunktionen wie das Schlucken sind und was der Verlust an Lebensqualität bedeutet.

Dabei mahnt er zugleich, das vermeintlich Normale als Geschenk zu betrachten und zu genießen, denn nichts ist selbstverständlich.



**Das akademische Kreuz
Vom Verlust liebgewonnener Laster**

Von Klaus-Peter Nicolay

13 x 19 cm
190 Seiten, mit 20 KI-generierten Bildern
klebegebunden, Softcover
12,80 € (plus Versandkosten)

Am 24. Oktober 2025 erschienen bei
arcus design & verlag oHG

Zu bestellen unter
www.arcusverlag.de

NICHT BEI AMAZON ERHÄLTlich!

ISBN 978-3-00-083683-1