2020/40 dschungel

https://www.jungle.world/artikel/2020/40/sharepics-gehen-raus

Ein Besuch im Versuchslabor für die Konsumforschung in Bezug auf Corona

Sharepics gehen raus

Die preisgekrönte Reportage Von **Leo Fischer**

Nachrichten über den Covid-19-Impfstoff.

Die Testpersonen wirken nervös. Nervös, aber auch vorfreudig. Wie Tascha Y., eine 27jährige Sicherheitsfachkraft aus Pirmasens. Zusammen mit einem halben Dutzend Freiwilliger will sie das Wagnis auf sich nehmen: »Natürlich ist es ein Risiko. Aber dafür habe ich das Gefühl, im Kampf gegen Corona ganz vorne mitzumischen!«

In einem hermetisch abgeschirmten Geheimlabor irgendwo im Brandenburgischen werden an Probandinnen und Probanden ganz legale Menschenversuche durchgeführt: Hier wird erforscht, wie der menschliche Körper auf Nachrichten über den Covid-19-Impfstoff reagiert.

»Wir haben drei Versuchsgruppen«, sagt der Studienleiter Dr. Harmiel Zeugma. »Versuchsgruppe A erhält seit vier Wochen ausschließlich positive Nachrichten, zum Beispiel: Der Impfstoff ist schon im Winter da, wir können alle befreit ins Weihnachtsshopping.« Zeugma deutet auf Überwachungsmonitore: Sie zeigen lachende Menschen, die sich gegenseitig Raffaelos zuwerfen. »Versuchsgruppe B erhält sogenannte mixed messages: Es gibt den Impfstoff, aber Donald Trump hat ihn gebunkert; er wirkt nur an Schweinen; eine Impfung verliert in drei Monaten an Wirkung und so weiter.« Die dritte Gruppe Bildschirme zeigt Menschen, die völlig teilnahmslos in einem großen Gemeinschaftsraum sitzen. »Diese Gruppe rechnet nicht mehr mit einem Impfstoff und ist für Konsumimpulse leider nicht mehr zu erreichen.« Mehrere ungeöffnete Pakete von Douglas legen von diesem traurigen Umstand Zeugnis ab.

Die sehr unterschiedlichen Testergebnisse sind für die Forschenden hier am Brandenburg Center for Health Marketing dennoch ein Grund zum Optimismus: »Wenn alles gut läuft, können wir schon im Herbst ein zielgruppengerechtes Rollout fahren, mit einer conversion rate von 0,9«, sagt Zeugma. »Die Weltgemeinschaft hofft auf gute Nachrichten, und sie hat das Recht, sie bald zu bekommen! Wir gehen davon aus, dass wir schon Anfang Oktober mit ersten Sharepics an die Öffentlichkeit gehen können.«

Ob er es nicht unverantwortlich findet, in Abwesenheit belastbarer medizinischer Studien schon über einen Impfstoff zu spekulieren? »Extrem unverantwortlich! Aber wenn wir es nicht tun, kommen uns chinesische Marketingfirmen zuvor. Oder amerikanische! Hier müssen wir uns selbstbewusst aufstellen – auch als Europäer.«

Aus der Urteilsbegründung: Leo Fischers preisgekrönte Reportagen sind in hohem Maße fiktiv. Ähnlichkeiten mit realen Personen und Geschehnissen sind unbeabsichtigt.

© Jungle World Verlags GmbH