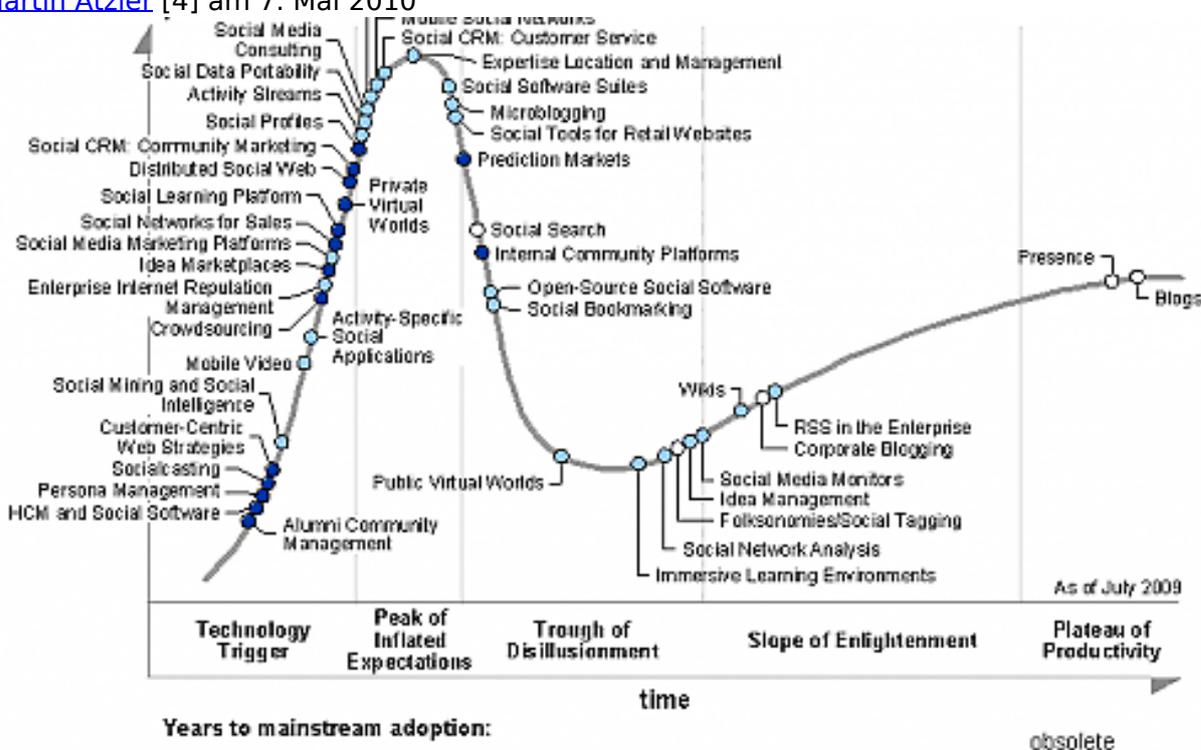


Presseschau Beitrag

- [Facebook](#) [1]
- [Apple](#) [2]
- [Hype](#) [3]

Digitale Achterbahn

Der Kampf digitaler Technologien um öffentliche Aufmerksamkeit von [Martin Atzler](#) [4] am 7. Mai 2010



[5] "Hype-Zyklus": x-Achse: Sau, y-Achse: Dorf Foto von marketingfacts

Die Kurve steigt steil nach oben, verbleibt dort kurz auf der Spitze, um wieder steil nach unten zu fallen; anders als bei einer Achterbahnfahrt sind beim Hype die Passagiere auf dem Weg nach oben verzückt – wer spricht heute noch von *Second Life*? Den Rummel der Marktschreier nennt die Wissenschaft *Hype-Zyklus*. In den Medien, die gerne beim Aufbauschen technischer Entwicklungen hilfreich zur Seite stehen, finden sich allmählich auch kritische Stimmen, wie in einem amüsanten Beitrag von [Marcus Rohwetter in der Zeit](#) [6]:

In den vergangenen fünf Jahren spuckte der Konzern aus der kalifornischen Kleinstadt Cupertino mindestens 17 neue Produkte aus, die er selbst als *revolutionary* einstufte. Eine derart beeindruckende Revolutionsquote erreichen nicht einmal sämtliche mittelamerikanischen Bananen- und die Ex-Sowjetrepubliken zusammen.

[Die Zeit](#) [7] 26.5.2010 von [Marcus Rohwetter](#) [8]

Quelladresse (abgerufen am 7.5.2024):

<http://www.dasdossier.de/presseschau/medien/digital-netz/digitale-achterbahn>

Links:

[1] <http://www.dasdossier.de/stichwort/facebook>

[2] <http://www.dasdossier.de/stichwort/apple>

[3] <http://www.dasdossier.de/stichwort/hype>

[4] <http://www.dasdossier.de/nutzer/martin-atzler>

[5] <http://www.dasdossier.de/sites/dasdossier.de/files/imagecache/Vollbild/imagefield/digitale-achterbahn-641.png>

[6] <http://www.zeit.de/2010/17/Computer-Hype>

[7] <http://www.dasdossier.de/medium/die-zeit>

[8] <http://www.dasdossier.de/autor/marcus-rohwetter>