

Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst soFid

INSTITUT FÜR IBEROAMERIKA-KUNDE

Nummer

<https://doi.org/10.1080/00036840701736115>

Everything We Do, You Do: The Licensing Effect of Prosocial Marketing Messages on Consumer Behavior.

Maryam Kouchaki, Ata Jami

"mobil – agil - flexibel! seit jahren wird der ruf nach mobilen, flexiblen arbeitskräften laut und lauter - spätestens seit die dauerhaftigkeit großer arbeitslosenzahlen nicht mehr zu leugnen ist, gilt (individualisierte) mobilität als – bislang offensichtlich nicht sehr erfolgreiches - allheilmittel zur bekämpfung der arbeitslosigkeit. um den jahrtausendwechsel schließlich entwickelt sich der begriff mobilität im rahmen der debatten rund um globalisierung und informationsgesellschaft endgültig zum synonym für einen zeitgemäßen arbeitsund lebensstil. mobilität wird zum gesellschaftlichen und kaum kritisch hinterfragten leitbild, zu einem wert an sich. alles scheint mobil zu werden: organisationen, kapitalflüsse, soziale beziehungen und: die arbeit. technologien, die e-mobility technisch ermöglichen, stehen damit vor anderen bewertungskriterien und gestaltungsanforderungen als bisherige technologien. vor dem hintergrund einer fülle sich neu stellender und zukünftig zu beantwortender fragen werden hier zum einen klassische gestaltungsbereiche humanorientierter arbeitsorganisation (arbeitszeit, arbeits-/aufgabenteilung und kooperation) auf ihre aktualität unter e-mobility-bedingungen diskutiert und als neue gestaltungsprinzipien vertrauen und transparenz vorgestellt."

Lulas Auf und Ab in der Meinungsgunst

Den „Teflon-Effekt“ – Markenzeichen von Fernando Henrique Cardoso bei jeder Krisenbewältigung – scheint Lula von seinem Amtsvorgänger nicht ganz geerbt zu haben. Zwar blieben die negativen Auswirkungen von Rezession und Beschäftigungslosigkeit des letzten Jahres noch bis Dezember 2003 kaum als Makel an Lula haften, und dessen Popularität erfreute sich – übrigens auch heute noch – im Vergleich zu seinen Vorgängern beachtlicher Re-

kordhöhen. Doch Mitte März 2004 registrierte das brasilianische Meinungsforschungsinstitut IBOPE einen ersten dramatischen Rückgang in der allgemeinen Einschätzung. Er betraf nicht nur die Regierungsleistungen insgesamt, sondern darüber hinaus – und sogar noch stärker – auch die persönliche Performanz Lulas als Regierungschef: Fiel die positive Bewertung der Regierungsleistungen insgesamt im Vergleich zu Dezember 2003 um 7% auf 34%, so schrumpfte das Vertrauen in Lula um 9% auf 60%, und