



# Und am Ende: Love was in the Air

Mit Wien wurde Schluss gemacht, Tierliebhaber wurden missachtet, und alte Liebe kommt zurück.

## Kommentar

••• Von Gianna Schöneich

VALENTINSTAG. Die Woche stand ganz im Stern des Valentinstags – Liebe überall. Doch selbst an einem – man könnte es ja fast schon weltweiten Feiertag nennen – herrschen schlechte Vibes. Tim Mälzer macht Schluss mit Wien! Der deutsche TV-Koch ist doch tatsächlich aus dem Wiener Restaurant ‚Salonplafond‘ ausgestiegen, berichtet der *Standard*. Gut, soll er eben nach Düsseldorf gehen und *dort* ein Restaurant eröffnen – wir haben schließlich bald Jamie Oliver und der eröffnet gleich drei Restaurants am Wiener Flughafen. So. Wenn das nicht Liebe ist? Zurück zu uns kommt auch das gute alte Nokia Handy – und damit ist *wirklich* das gute alte gemeint. Eine Hommage an das Nokia 3310, das einen wahren Kultstatus innehat und von vielen zurückersehnt wurde. Man glaubt daran, dass in dem Klassiker viel Potenzial für das Unternehmen stecken könnte – ob dem tatsächlich so ist und ob wir unsere alte Liebe zurück in unser Leben lassen wollen, bleibt abzuwarten. Denn wie jeder weiß:

Aufgewärmt schmeckt nur Gulasch. Apropos Gulasch – die Bank of England will ihre neuen Fünf-Pfund-Scheine trotz der Kritik von Tierliebhabern behalten. Was die Scheine mit Tieren zu tun haben? Analysen zeigten, dass im Kunststoff, der zur Herstellung der Scheine verwendet wird, Tierfett enthalten ist. Proteste der Bevölkerung im Namen von Veganern, Vegetariern und Religionsgemeinschaften sind somit gescheitert.

Liebe macht blind und lässt die Menschen auf die verrücktesten Ideen kommen – so führt vermutlich letztlich Tierliebe, in welcher Form auch immer, zum Diebstahl eines Pinguins aus dem Mannheimer Zoo. Vermutet wird organisierte Kriminalität. Welcher Zweck, zum Beispiel Zucht oder Privatzoo, verfolgt wird, ist dabei natürlich unklar.

Letztlich sind es die Hormone, die völlig verrückt spielen. Plötzlich ist Liebe gar nicht mehr so romantisch, sondern im Gegenteil: rational berechenbar, wie es eben der Verkauf von Anteilen an einem Restaurant, Zahlen zu Handyverkäufen, Kosten von Geldscheinen und Gewinn aus organisierter Kriminalität (vermutlich) auch sind.

”

*Ich werde nicht gern gefeiert. Sich feiern zu lassen, ist eine unjournalistische Eigenschaft.“*

## Zitat des Tages

Hugo Portisch zu seinem 90. Geburtstag im APA-Interview

## Alle fischen in fremden Gewässern

Auf der Suche nach neuen Erlösquellen beschreiten Agenturen fremde Felder.

## Gastkommentar

••• Von Hubert Weitzer

WIEN. Agenturen sind auf der Suche nach neuen Gewinnbringern. Dabei sind sie immer stärker in *anderen* Disziplinen aktiv. Media hofft mit öffentlichen Inszenierungen auf Earned Media – ein typisches PR-Feld. PR versucht sich in Hochglanzproduktionen. Traditionell bei Klassik und Digital.

### Die Grenzen sind fließend geworden

Und die wiederum machen Ad-Words und Social Media-Kampagnen. Also Media. Alle fischen in fremden Gewässern. Es scheint: Spezialisierung ist wieder out, und Generalisierung ist wieder in. Aber ist nicht auch das ein alter Hut?

Haben Agenturen nicht schon integrierte 360°-Kommunikation versucht? Heute heißt's Content-Strategie. Dabei ist gleich geblieben: Agenturen können nutzerzentriertes Denken nicht allein leisten, es muss erst im Unternehmen gelebt werden. Die Frage bleibt: Sind Österreichs Unternehmen offen genug dafür?



Hubert Weitzer, Geschäftsführer der feinkostmedia gmbh.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.



© Österreichische Gewerbeverein

## BUCHTIPP

## Unternehmer & Ethik

MORAL. Was macht eigentlich einen guten Unternehmer aus? Welche Werthaltungen sind typisch? Welche Herausforderungen gilt es zu meistern, und mit welchen Interessenskonflikten sind Unternehmer konfrontiert? Gleich sieben Autoren haben sich in dem Buch „Unternehmerethik“ mit diesen Fragen beschäftigt und beziehen sich auf zahlreiche Diskussionen akademisch gebildeter und unternehmerisch erfahrener Menschen. Gleichzeitig wird dem Leser eine gute Zusammenfassung der Standpunkte und Weltanschauungen gegeben. ISBN: 978-3-200-04887-4; *zu bestellen unter:* [ethik@gewerbeverein.at](mailto:ethik@gewerbeverein.at); *Kosten: 15 €*