



An allem sind die Radfahrer schuld

Bis auf den Rücktritt des Vizekanzlers. Den haben der ORF und der böse Wolf zu verantworten.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

SCHULDUMKEHR. Kurt Tucholsky gilt als einer der meistzitierten deutschen Autoren und viele seiner pointierten Aussagen werden auch heute noch gern verwendet.

So wird ihm auch folgendes Zitat zugeschrieben, das er im Zuge eines Dialogs mit einem Gesprächspartner verwendet haben soll, als dieser meinte: „Die Juden sind an allem schuld“ und Tucholsky entgegnet haben soll: „Und die Radfahrer“. „Wieso denn die Radfahrer?“, fragte der andere verärgert. Worauf Tucholsky zurückgefragt haben soll: „Und wieso die Juden?“

Der böse Wolf

Dieser skurrile Dialog ist mir eingefallen, als ich, so wie sicherlich viele andere auch, diese Woche die Rücktrittspressekonferenz von Vizekanzler und ÖVP-Obmann Reinhold Mitterlehner mitverfolgt habe.

Interessant an seiner Begründung zum Rücktritt war die Reihung der Gründe: Ganz oben

geißelte Mitterlehner ZiB-2-Anchorman Armin Wolf und dessen Anspielung auf Mitterlehners Spitznamen Jango und den Western „Die Toten gräber warten schon“. Das sei selbst für ihn, Mitterlehner, nun wirklich zu viel gewesen und so habe er sich zum Rücktritt entschlossen.

Nun ist also der ORF am Abgang des ÖVP-Chefs schuld, oder zumindest der letzte Tropfen, der das Politfass zum Überlaufen gebracht haben soll.

Der ORF, der Grund von Mitterlehners Übel?

Diese Begründung ist, nennen wir es so, zumindest kreativ. Den Umstand, dass ihn die eigene Partei in den letzten Monaten regelrecht sturmreif kritisiert und in Wahrheit damit demontiert hat, verschweigt Mitterlehner lieber.

Stattdessen nutzt er auch seinen letzten öffentlichen Auftritt dazu, den ORF, wie schon sein Parteikollege Erwin Pröll zuvor, mutwillig und mit Anlauf zu beschädigen.

So war es also der böse Wolf, der den Mitterlehner zum Sturz brachte, und nicht die vielen Zwerge hinter den vielen Bergen.

”

Es ist revolutionär, obwohl es eigentlich gar nicht so kompliziert ist. Wir machen einfach den ganzen Tag online.“

Zitat des Tages

Maria Jelenko,
Chefredakteurin Heute



Bestrafung des Karmas

Gianna Schöneich

Die Menschheit hat in letzter Zeit wieder einige Fehler begangen. Gut, ausgenommen natürlich die Wahl in Frankreich. Dennoch scheint es, als würde nun doch das Karma zurückschlagen und uns mit dem ein oder anderen Video bestrafen, das mehr Qual als irgendwas anderes ist. Angefangen vom Miesmacher-Rap der AK OÖ; man möge das ethisch betrachten, wie man will – aber wie um alles in der Welt konnte man dieses schlechte Video auf die Welt loslassen? Ohrwürmer bringt „How it is (wap bap)“ von Bibi H – hier erkennt man zumindest, dass Geld in die Hand genommen wurde. Dennoch: So große Qualen hätten es nicht sein müssen ...

Relevant und zielführend

Wie Adblocker Verbraucher und Werbetreibende positiv beeinflussen.

Gastkommentar

••• Von Peter Potthast

VERTRAUENSSTEIGERUNG. Adblocking ist die Antwort auf irrelevante Anzeigen im Internet. Ohne Relevanz für den Nutzer sind Anzeigen keineswegs zielführend – sie nerven und das überträgt sich auf die Werbetreibenden. Retargeting verschärft das Problem, da sich User durch unpassende Anzeigen oft verfolgt fühlen.

Allerdings beteiligen sich Konsumenten durch das Ansehen von Anzeigen aktiv an einem *Gegen-geschäft*. Werbung ermöglicht eine weitgehend kostenlose Nutzung des Internets – wir zahlen, indem wir Werbung konsumieren. Entfernt man Anzeigen, gefährdet man dieses Business-Modell.

Andererseits wird das Vertrauen der User in digitale Werbung wachsen, wenn man qualitativ schlechte Anzeigen limitiert. Durch die Personalisierung und die zielgerichtete Auslieferung in Echtzeit werden Anzeigen relevanter. So steigt das Vertrauen der Verbraucher und der ROI für die Werbetreibenden.



Peter Potthast, Country Manager D-A-CH Conversant.

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

© Conversant