



Man kann doch nicht kommunizieren

Der Rückzug von Christian Kern war nicht nur ein Glanzstück politischer Misskommunikation.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

FEHLSTART. Freund, Feind, Parteifreund, so lautet gemeinhin die Entwicklung der Evolutionsstufe zwischenmenschlicher Nähe von gut bis ganz schlecht – zumindest in Österreich.

Was das bedeutet, konnte Ex-Bundeskanzler und noch SPÖ-Parteichef Christian Kern in den letzten drei Tagen am eigenen Leib erfahren. Nicht ganz ohne eigenes Verschulden, muss man hinzufügen.

Da hat er sich sicher seit geraumer Zeit Gedanken gemacht, ob und wie er politisch weitermachen will – dass die Rolle des Oppositionsführers nicht seins war, konnte man auch mit einem Auge erkennen –, fasst endlich den Entschluss, sich aus dem österreichischen Parlament zurückziehen und ins europäische zu wechseln, um dann die Ankündigung, die eine Initialzündung für den EU-Wahlkampf, vielleicht sogar als Spitzenkandidat der Europäischen Sozialisten anzutreten, werden sollte, medien- und kommunikationstechnisch zu versemeln.

Auch kein Ruhmensblatt für die Medien

Ein von Menschen außerhalb der Twitterblase kaum diskutierter Kollateralschaden war und ist die Art, wie sein Wechsel, der zunächst nur als Rücktritt kolportiert, in den Medien behandelt wurde. Zunächst war nämlich nicht vom Wechsel nach Brüssel, sondern von einem Absprung des in Richtung Energieriese Gazprom die Rede.

Eine gezielte Indiskretion, die Kern schaden sollte, zugetragen offensichtlich von nur einer „Quelle“ an den Chefredakteur einer heimischen Tageszeitung. Die Info war falsch, und das Medium, welches die Meldung zunächst online und dann wieder offline stellte (da hatten es auch andere schon übernommen), blamiert.

Nun wird hitzig darüber diskutiert, ob so jemand, der gezielt Falschinformationen an Medien heranträgt, überhaupt als schutzwürdige Quelle behandelt werden darf – manche verlangen schon ein Outing. So weit würde ich nicht gehen, ungeachtet dessen, was passiert ist. Nur: Als *Quelle* würde ich so jemanden auch nicht bezeichnen. Lügner würde es wohl eher treffen.

Megaboard & Level am Stephansdom

Der Außenwerber inszeniert ein ungewöhnliches Out-of-Home-Branding.

WIEN. Level, die neue Low-Cost-Airline der International Airlines Group (IAG), ist endgültig in Wien angekommen: Mit einem überdimensionalen Billboard-Branding am wohl berühmtesten Wahrzeichen Wiens, dem Wiener Stephansdom, macht Level auf sich und die eigenen Destinationen aufmerksam. Das Unternehmen zeigt noch bis zum 30. September mehrere Billboards an der Außenwerbefläche des Wiener Stephansdoms. Die Fläche wird von Megaboard, dem Außenwerbe-Allrounder mit exklusiven Großflächen, zur Verfügung gestellt und ist in dieser Form und Größe eine absolute Neuheit.

Neues trifft auf Neu

Megaboard Head of Sales Patrick Fischer freut sich über die „Neues trifft auf Neu“-Kombination: „Wir freuen uns sehr, unseren Kunden mit dem neuen Landmark-Top-Standort Stephansdom eine wirklich einzigartige Werbemöglichkeit anbieten zu können. Unser First Mover-Kunde, die neue Fluglinie Level, nutzt alle Megaboards am Stephansdom. Kombiniert wird das exklusive Werbeflächen-Ju-



Neue Fluglinie ist auf der Megaboard-Fläche gelandet.

wel im Out-of-Home-Mediamix mit einer starken City Light-Streuung in Wien und einem Wartehalten-Totalbranding, einer ‚Innovative & Ambiente Media‘-Inszenierung, der Gewista.“

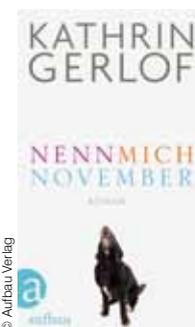
Die gezeigten Sujets stellen Ab-Wien-Destinationen von Level in einem jungen, dynamischen Design vor – passend zum Image, Produkt und dem Markenslogan „It’s your world, flylevel.com“.

”

Auch wenn sie als männlich dargestellt werden und viele menschliche Charakterzüge haben, bleiben sie Puppen und haben keine sexuelle Orientierung.“

Zitat des Tages

Sesame-Workshop über die Puppen Ernie und Bert



BUCHTIPP

Nenn mich November

FESSELND. Der Roman „Nenn mich November“ von Kathrin Gerlof trifft unsere Zeit auf den Punkt – ein Buch über den Verlust der Mitte und ein Leben am Rand. Marthe und David müssen Privatinsolvenz anmelden und bei einem Dorf leben, das seine Seele verloren zu haben scheint. Als in ehemaligen Zwangsarbeiterbaracken Flüchtlinge untergebracht werden, zieht mit ihnen die Verunsicherung ein. Marthe erlebt, wie die Lethargie weicht, David verstummt, und eines Abends liegt ein Zettel am Küchentisch ...

350 Seiten; Aufbau Verlag;
ISBN: 978-3351037239