

”

Ich bin nicht der Krampus.“

Zitat der Woche

Finanzminister Hartwig Löger (ÖVP) will keine „ökologischen Radikalmaßnahmen“ in der Besteuerung



Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

Die vorletzten Tage der Menschheit

Jedem Tierchen sein Pläsierchen: Der Umgang des Menschen mit drohenden Katastrophen.

HALBFINALE. Dass, weil die letzten zehn prognostizierten Weltuntergänge nicht eingetroffen sind, auch der nächste nicht stattfindet, ist mit den Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht belegbar. Im Februar 2029 jedenfalls, so berichten Nachrichtenagenturen, wird der Asteroid Apophis der Erde so nahe kommen, dass man ihn mit freiem Auge sehen wird können. Er nähert sich der Erde auf bis zu 31.000 Kilometer. Zum Vergleich: Der handelsübliche Wettersatellit ist in 36.000 Kilometern Höhe unterwegs. Was der Berichterstattung derzeit fehlt, ist eine halbwegs angemessene Hysterie. So neu ist das Szenario „Weltuntergang“ natürlich nicht. Aber wir hatten wirklich schon spannendere Prologe zu ähnlich gearteten Ereignissen.

Manchmal sind es, das wäre ein Erklärungsmodell, die Fakten, die den Emotionen im Wege stehen. Hier eine Liste von durchaus als bedrohlich wahrgenommenen Weltuntergangsdaten, die, sagen wir, eher esoterischen Ursprungs

waren: Mormonen-Gründer Joseph Smith verkündete den Weltuntergang für 1891. Der Halleysche Komet leitete ihn für 1910 ein. Auf 1914, dann auf 1925 legten sich die Zeugen Jehovas einst fest. Zum Jahreswechsel 1999/2000 führte „Y2K“, der „Millennium Bug“, weltweit zu Hamsterkäufen, und am 21. Dezember 2012 verbreitete der abgelaufene Maya-Kalender Angst und Schrecken ...

Dass der Mensch eher bereit ist, sich von mythischen Unschärfeprognosen einschüchtern zu lassen als von tatsächlichen Bedrohungen, belegt unser Umgang mit dem **Klimawandel**. Kaum ein Mensch mit einigermaßen funktionstüchtigem Gehirn zweifelt noch an der Katastrophe, an der wir basteln. Dennoch löst ein individuell diagnostizierter Vitamin-D-Mangel im Regelfall ernsthaftere Gegenmaßnahmen aus.

„Der Klimawandel ist ein Marktversagen; Kohlenstoff wird nicht mit den notwendigen wirtschaftlichen Kosten belastet“, sagt Ryan Smith von Kames Capital. Mit diesem rationalen Lösungsansatz, das steht schon einmal fest, werden wir nicht weiterkommen.

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
http://www.medianet.at

Gründungs-herausgeber: Chris Radda

Herausgeber: Germanos Athanasiadis,
Mag. Oliver Jonke

Geschäftsführer: Markus Bauer

Verlagsleiter: Bernhard Gily

Chefredaktion/Leitung Redaktionsteam:

Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173;

s.bretschneider@medianet.at),

Stellvertreter der Chefredakteurin: Dinko Fejzuli

(fej – DW 2175; d.fejzuli@medianet.at)

Kontakt:

Tel.: +43-1/919 20-0

office@medianet.at | Fax: +43-1/298 20 2231

Fotoredaktion: fotored@medianet.at

Redaktion:

Christian Novacek (stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Nadja Riahi (nri – DW 2201), Laura Schott (ls – DW 2163), Nicole Szesz (nis – DW 2174), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Martin Rümmele (rüm), Jürgen Zacharias (jz)

Zuschriften an die Redaktion:

redaktion@medianet.at

Lektorat: Mag. Christoph Strolz **Grafisches**

Konzept: Verena Govoni **Grafik/Produktion:**

Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion:**

Jürgen Kretten **Fotoredaktion/Lithografie:** Beate

Schmid **Druck:** Herold Druck und Verlag AG,

1030 Wien **Vertrieb:** Post.at **Erscheinungsweise:**

wöchentlich (Fr) **Erscheinungsort:** Wien

Einzelpreis: 4,- € **Abo:** 179,- € (Jahr) (inkl. Porto

& 10% MwSt.) **Auslands-Abo:** 229,- € (Jahr).

Bezugsabmeldung nur zum Ende des verein-

barten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger

Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen

Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist

Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der

Meinung der Redaktion decken.

Offenlegung gem. § 25 MedienG:

https://medianet.at/news/page/offenlegung/



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100

Inhalt

COVERSTORY

Vier kreative Köpfe 4
Strategien- und Ideenlieferant:
Brokkoli Advertising Network

MARKETING & MEDIA

Megakampagne für Sky X 10
Sky startet größte Kampagne
seiner Österreich-Historie

Digitales Profil als Muss 18
„Sport & Marke“ am 6. Mai

Sichtbarkeit schaffen 22
Seit Jänner hat APA-OTS mit Julia
Wippersberg eine neue Chefin

Ein neuer Klang 26
Mastercard präsentierte letzte
Woche sein neues Sound-Logo

Meaningful Brands 30
Havas Media hat Interessantes
zur Marke in Österreich erhoben

RETAIL

Dein bester Freund 38
Damit Kundenkarten nicht
die Marge verbrennen

Rekordgewinn 40
Spar erhöht EBT auf 324 Mio. €

100% Green Packaging 44
Ja! Natürlich ist gut unterwegs

**SPECIAL ALKOHOLFREIE
GETRÄNKE & BIER**

Glas gewinnt! 50
Waldquelle-Geschäftsführerin
Monika Fiala im Gespräch

FINANCENET & REAL:ESTATE

Der Onkel aus Amerika 60
US-Banken verdienen mehr

CEE Fintech-Atlas 62
Einblick in Fintech-Ökosysteme

HEALTH ECONOMY

Gesunde Zahlen 68
Kräftige Zuwächse im ersten
Quartal in der Pharmabranche

Impfdebatte 72
Experten fordern Impfpflicht

DESTINATION

Wie aus dem Bilderbuch 76
Österreich wirbt vermehrt
um chinesische Touristen

Getrübe Reiselaune 79
Eurozone wird für Briten zu teuer

INDUSTRIAL TECHNOLOGY

Industrie hält sich wacker 84
IV-Konjunkturbarometer erkennt
konjunkturelle Ernüchterung

China-Industrie boomt 86
Gastbeitrag von Monika Rosen