



Sag zum Abschied leise Selfie

Ob Begräbnis oder KZ Dachau, der Selfie-Wahn lässt bei manchen das Gehirn aussetzen.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

DENKEN HILFT. Leise Orgelmusik, gedämpftes Licht und eine noch gedämpftere Stimmung herrschten gestern bei der Aufbahrung der verstorbenen Formel 1-Legende Niki Lauda im Stephansdom.

Menschen passieren schweigend und in geordneter Reihe den Sarg. Doch dann gibt es auch die anderen: Sie treten aus der Schlange heraus, drehen sich um und machen Selfies mit dem Sarg des Verstorbenen im Hintergrund.

Bilder, die man sich nie wieder ansieht

Wir stellen uns jetzt einmal folgende Situation vor: Oma Erne wird zu ihrer letzten Ruhestätte gefahren, der Sarg ist schon in der Erde, da treten die Enkel vor das Loch, drehen sich um und machen noch ein Selfie mit der Oma in der Holzkiste. Undenkbar, oder?

Bei Niki Lauda oder in anderen vergleichbaren Situationen scheinen sich die Menschen nichts dabei zu denken.

Und das ist noch nicht alles – es geht noch schlimmer, etwa wenn sich junge Menschen, die sich der historischen Dimension des Ortes, an dem sie gerade sind, nicht bewusst sind und etwa Selfies mit dem Eingang des KZ Dachau machen – und dabei womöglich noch blöd grinsen oder Grimassen schneiden; wie man das bei den Selfies halt so macht. Und das Dümme an der ganzen Sache: Keiner von denen, der da jeweils die Grenzen der guten Sitten und des Anstands mit seinem Verhalten deutlich überschreitet, wird sich diese dämlichen Bilder je wieder ansehen!

Die veröffentlichte Wahrheit

Und jetzt kurz noch zu einem anderen Thema, der causa prima der Republik.

Wie es scheint, regen sich immer weniger Menschen über den Inhalt und das Gesagte im berühmten Ibiza-Video auf, sondern darüber, wie dieses Video entstanden ist. Mitverantwortlich für diesen Spin sind auch die heimischen Medien, die diesen Aspekt viel lieber in den Vordergrund stellen (Geheimdienste, etc.) als den skandalösen Inhalt selbst.

”

Vor dem Hintergrund der wenigen national empfangbaren Sender bewirkt DAB+ einen echten Schub an Programmvvielfalt am Radiomarkt in Österreich.“

Wolfgang Struber

Vorsitzender
Digitalradio Österreich



© Business Village

BUCHTIPP

Alles slow

HEKTIK ADE. Immer kürzere Produktzyklen, Innovationen, Disruption, Informationsflut und permanente digitale Erreichbarkeit machen vor (niemandem halt). Der verlässliche Rahmen aus prozesshaften Strukturen, klaren Zielvorgaben und einer gewissen Beständigkeit wird von der globalen Digitalisierung pulverisiert. Der Beschleunigungswahn treibt uns immer mehr in die Sackgasse. Dem geht Ulrike Reiche in ihrem Buch „Slow Work Slow Life“ nach. Ihr Gegenmittel ist einfach: Entschleunigung.

Business Village; 187 Seiten;
ISBN: 978396980

Für ein besseres (Berufs-)Leben

Better Life Coach mit Spezialgebiet Werbung & Marketing.

WIEN. Nach 20 Jahren in der Werbung und im Marketing hat Sandra Manich (vormals Lubiger) jetzt umgeschwitten: Unter dem Titel „Better Life Coach“ unterstützt sie jetzt Werber und Marketer bei den Herausforderungen des (Berufs-)Lebens. „Als Vollblutwerberin habe ich meinen Job sehr geliebt und genossen. Ich hätte mir lange Zeit nichts Schöneres vorstellen können, doch nach über zwei Jahrzehnten kam der Wunsch nach Veränderung. Ich wollte mehr *für* Menschen und *mit* Menschen arbeiten“, erzählt Manich.

„Berufliche Midlife Crisis“

Aus dem „Hobby“, Freunde und Kollegen zu fordern und zu fördern, wurde eine neue Berufung. Ein besonderes Anliegen ist Manich die Überwindung der „beruflichen Midlife Crisis“ sowie die authentische Motivation ihrer Klienten, welche wiederum der hohen Fluktuation in der Werbebranche entgegenwirkt. „Glücklichsein hat viel mit *Weiterentwicklung* zu tun. Ich unterstütze meine Kunden dabei, ihr wahres Potenzial zu erkennen und umzusetzen und letzten Endes etwas glücklicher und



© Martina Berger

Die ehemalige Werberin Sandra Manich ist jetzt Coach.

gelassener durchs Leben zu gehen“, so Neo-Coach Sandra Manich.

Die Kommunikation stand schon immer im Zentrum der beruflichen Laufbahn von Sandra Manich. Sie arbeitete unter anderem für Kunden wie die Allianz Versicherung, den News Verlag, die OMV und die ProSiebenSat.1 Puls 4-Gruppe. (red)