

”

Einen guten Journalisten erkennt man daran, dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache.“

Zitat der Woche

Hanns Joachim Friedrichs (1927–1995), dt. Journalist („Tagesthemen“), zitiert beim Journalistinnenkongress 2019

Impressum

Medieninhaber:

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

Gründungsherausgeber: 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), Paul Hafner (haf – DW 2174), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Nadja Riahí (nri – DW 2201), Martin Rümmele (rüm), Laura Schott (ls – DW 2163), 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 vereinbarten 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 Mediengesetz:

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



Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:

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



Feminismus im Taka-Tuka-Land

Debatten zur Gleichberechtigung werden umso schwieriger, je untadeliger sie geführt werden.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

ANSPRÜCHE. Pippi Langstrumpf, eigentlich: Inger Nilsson, wurde eben als eine „Woman of the Year 2019“ ausgezeichnet. Sie habe „als freche, rotbezpöpte Rebellin Generationen geprägt“. Nun, sie hatte ein Pferd – Pippi, nicht Inger –, eine Villa, sie war fit und stark, elterlich ungebunden und, mit einem Koffer voller Gold, materiell vollkommen unabhängig. Ein emanzipiertes Mädchen, ein feministisches Vorbild für Kinder der 70er-Jahre, möchte man meinen. Feministisch ... Das hören, so ließ ich mich in einer Diskussion belehren, junge Frauen nicht mehr gern. „Feminismus“ schwimme heutzutage im Kontext der Gender-Kampfbegriffe mit.

War es eine Zeit lang der Vorwurf der „kulturmarxistisch-feministischen“ Perspektive, der auf Gleichstellung bedachte Frauen in die, zumindest rhetorische, Defensive jagte, ist es heute auch die *eigene* Anspruchshaltung, die verkompliziert und quält. „Diskriminierungs-frei, inklusiv und intersektional“ müsse der

feministische Diskurs geführt werden, hieß es etwa im Vorfeld zu Alice Schwarzers Auftritt an der Angewandten. „Die erste österreichische Bundeskanzlerin ist im Sinne der Sichtbarkeit ein wichtiges Zeichen, aber ich würde das nicht als feministischen Erfolg verbuchen“, sagte Schifteh Hashemi, eine der Sprecherinnen des Frauenvolksbegehrens, im Gespräch mit dem *Standard*. Weiße, privilegierte Frauen, die ihren männlichen Konterparts gleichgestellt werden – das heiße „eben nicht, dass wir damit feministische Ansprüche für alle Frauen erfüllt haben“.

Außerdem macht Feminismus den Sex kaputt. Sagt Philosoph und Autor Slavoj Žižek in einem Feuilletonbeitrag für die *NZZ*. Darüber zu diskutieren, ist intellektuell unrentabel. Spannend ist, wenn Angehörige der Millennial-Kohorte ähnlich argumentieren.

Viele moderne Feministinnen reiben sich in einer Gemengelage aus Manspreading und Bodyshaming auf, während weniger plakativ darstellbare Debatten zu Gleichberechtigung und gerechterer Gesellschaft leise in Moralismen ersticken. Schade.

Inhalt

COVERSTORY

„Außenwerbung ist zu billig“ ... 6
Gewista-CEO Franz Solta
über eine spannende Branche

MARKETING & MEDIA

Chefsache Beratung 12
Zukunftsmodell Agentur: Brokkoli
Advertising Network im Interview

Politik vs. „Journaille“ 16
Heimische Medien und die
Drohungen seitens der Politik

Vierter futurezone Day 24
Technik gegen den Klimawandel

Für immer jung 24
50 Jahre Hofburg Vienna

SPECIAL PR-AGENTUREN

Himmelhoch: mehr als Buzz ... 36
PR tut Gutes und redet darüber

SPECIAL ENTERTAINMENTBIZ

Musiker im Prekariat 44
Expertendiskussion zu
Österreichs Musikwirtschaft

Rollen-Bilder 48
Drehbuchwettbewerb des
Wirtschaftsministeriums

RETAIL

Am Weg zum Umsatz-Hoch 52
Deep Nature Project und das
Potenzial von Hanfprodukten

Onlineboom ohne Ende 58
A-CH-Studie von EHI, Statista
und dem Handelsverband

Jetzt auch „OceanSafe“ 62
Bettner Reiter sagt Mikroplastik
im Meerwasser den Kampf an

Neu: Genuss Guide 2020 66
Genussfest im Casino Innsbruck

FINANCENET & REAL:ESTATE

Unsichere Gewässer 70
Coface-Studien zum globalen
wirtschaftlichen Umfeld

Quo vadis? 77
Aktuelle Trends im Real Estate

HEALTH ECONOMY

Es wird kritisch 80
Experten warnen vor Folgen des
Spardrucks im Gesundheitswesen

Novartis wächst 82
Studie zu Wertschöpfung

AUTOMOTIVE BUSINESS

Fusion noch 2019? 88
Konzernhochzeit von Fiat
Chrysler und Peugeot (PSA)

Der Tarnkappen-Panzer 93
Tesla stellt „Cybertruck“ vor