



Drohen, klagen, einschüchtern

Parteien und Politiker nehmen immer öfter kritische Medien und Journalisten offen ins Visier.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

HALTET DEN DIEB. Vor wenigen Tagen wurde durch den Leak eines Audiomitschnitts einer Notrufzentrale öffentlich, wie ein Vizepolizeirektor den Mitarbeiter einer Notrufzentrale niedermacht und ihm mit Disziplinarmaßnahmen drohte, nur weil dieser den Herrn Hofrat am Namen am Telefon nicht gleich erkannte.

Irgendwer publizierte das Audiofile, und die Aufregung war groß; aber nicht über das völlig unangebrachte Verhalten des Vizepolizeipräsidenten, sondern über den Umstand, dass man es gewagt hatte, dieses Verhalten auch öffentlich zu machen.

Das Motto der Politiker: „Haltet den Dieb!“

Ein ähnliches Verhaltensmuster kann man nicht nur seit der sogenannten Ibiza-Affäre auch bei etlichen heimischen Politikern erkennen.

Kaum wird ein Missstand publik, stürzt sich die PR-Abteilung der betroffenen Partei auf das Medium, welches das Fehlverhalten aufgedeckt

hat, und die dort arbeitenden Journalisten, um nur eines zu erreichen: abzulenken von den eigenen Umtrieben.

Und nun hat sich mit dem ehemaligen Bundeskanzler Sebastian Kurz auch ein Top-Politiker des Landes in das Spalier jener eingereiht, die durch gezielte, öffentlich ausgesprochene Warnungen gegen Medien drohen, alles und jeden zu klagen, der etwa in Bezug auf geleakte Mails Politikerinnen und Politiker der ÖVP in die Nähe von strafrechtlichem Verhalten rückt.

Danke für den Hinweis, aber nein danke

Hinweise dieser Art sind nicht notwendig, denn gerade jene Kolleginnen und Kollegen, die in den letzten Monaten mit ihrer Berichterstattung dafür gesorgt hatten, dass all die Machloikes der Politiker ans Licht kommen, arbeiten – im Gegensatz zu genau solchen Politikern – mit großer journalistischer Sorgfalt, verfolgen die Prinzipien redlichen Journalismus und respektieren die Unschuldsvermutung – und all das, während wir gleichzeitig angeblich laut HC Strache die größten Huren des Landes sind.

”

Sky steht für Sport und Entertainment. Wir haben für Sky X durch Sky von Anfang an Aufmerksamkeit erhalten.“

Zitat des Tages

Walter Fink

Director Marketing Sky



© mitp Verlag

BUCHTIPP

Instagram-Marketing

HANDBUCH. Kristina Kobilke hat einen umfassenden Leitfaden erstellt, der dabei helfen soll, eine erfolgreiche Instagram-Strategie zu entwickeln und umzusetzen. Sie zeigt, wie man Inhalte kreiert, Aufmerksamkeit generiert und das Interesse der User und (potenziellen) Konsumenten weckt – egal ob mit Fotos, Videos, Stories oder IGTV. Umfangreiche Kapitel zu Influencer-Marketing und Werbung auf Instagram komplettieren den Ratgeber. Für alle Themen stellt die Autorin zudem zahlreiche ergänzende Apps und nützliche Tools vor.

mitp Verlag; 312 Seiten;
ISBN: 9783747500651

Wenn Radio auf Fashion trifft

88.6 mit eigener Kollektion an Hoodies, T-Shirts und Goodies.

WIEN. Für alle 88.6-Fans gibt es nicht nur den gewohnten Sound auf die Ohren, sondern ab sofort auch „lautstarke“ Outfits und Goodies online zum Bestellen. Damit springt der Lokalsender Österreichs nicht nur erfolgreich auf den Trend zur eigenen Fashion-Linie auf, sondern fördert damit auch die eigene Markenbekanntheit.

Erfüllung eines Wunsches

„Endlich können wir unseren Hörern einen der am meisten geäußerten Wünsche erfüllen“, sagt 88.6-Geschäftsführer Ralph Meier-Tanos über die Premiere des Webshops des Radiosenders. Denn bisher gab es keinen der Fan-Artikel im freien Verkauf, das ist nun Geschichte. „Mit dem Launch unseres Webshops stärken wir nicht nur unsere visuelle Reichweite, es eröffnen sich auch neue Vermarktungsmöglichkeiten abseits der klassischen Radiowerbung“, so 88.6-Brandmanagerin Niki Fuchs über den damit verbundenen Ausbau des Marketingpotenzials. Somit geht rechtzeitig zur Weihnachtszeit der neue Webshop made by 88.6 online, die Produktauswahl begeistert Jung und Alt.



© radio 88.6/matthiasauer.at

Am Mikro: Mario Batka, Alexandra Müller & Dominik Timpel.

Insgesamt umfasst der neue Webshop über 20 Produkte. Die Auswahl reicht von Shirts, Hoodies und Hauben bis hin zu Kidsshirts, Strandtüchern oder immer wechselnden Specials. Dabei hat jeder die Wahl zwischen einer Fan-Edition mit klassischem Logodesign und einer Fashion-Edition mit Motivgestaltung. (red)