



Mehr Steuern statt mehr Mäzenatentum

2017 und 2018 zahlte Amazon keine Steuern, hat aber den Gewinn auf 11 Mrd. USD verdoppelt.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

NIX SOZIALISMUS. „Wenn Sie lokal einkaufen, dann helfen Sie einer Mutter, die Ballettstunden für ihre kleine Tochter zu bezahlen oder die Schlaglöcher in ihrer Straße zu reparieren.“ Solche oder so ähnliche Botschaften findet man als Aufkleber in lokalen Geschäften.

Und warum können Schlaglöcher repariert werden, wenn Sie in der Buchhandlung ein Buch kaufen? Richtig! Weil diese Buchhandlung Steuern zahlt, die dem Allgemeinwohl zufließen.

Wenn Sie bei Amazon & Co einkaufen, dann helfen Sie einem großen Jungen dabei, sich Spielzeug zu kaufen. Teures Spielzeug wie etwa den fünften Privatjet.

Das ist auch in Ordnung, und selbstverständlich würde niemand, der bei Sinnen ist, dazu aufrufen, nicht mehr bei Amazon zu kaufen, denn darum geht es ja gar nicht.

Es geht vielmehr darum, endlich faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, denn ein Mitarbeiter am Fließband, der sogar Windeln trägt, um

nicht auf die Toilette zu müssen und miserabel bezahlt wird, ist nicht nur profitabler fürs Unternehmen, sondern hilft auch dabei, mit billigeren Preisen jene Konkurrenz, die ihre Mitarbeiter fair bezahlt und Steuern zahlt, am Markt auszusteichen.

Die Politik schaut tatenlos zu

Warum ist das überhaupt wichtig? Es ist deshalb wichtig, weil dieses Ungleichgewicht in diversen Branchen mittlerweile ein solches Ungleichgewicht am Markt hervorgebracht hat, dass es langsam demokratiegefährdend wird, denn irgendwann wird es nur mehr die großen Online-Riesen geben – egal in welcher Branche – und dann haben wir ein Monopol, wo *einer* bestimmt, welches Angebot es gibt und zu welchen Preisen.

Bisher schaut die Politik nahezu tatenlos zu – auch deshalb, weil es selbst innerhalb der EU Länder wie Irland gibt, die in krasser Unsolidarität mit allen anderen den Giganten wie Facebook & Co. Steuervorteile gewähren, nur um selbst auch etwas davon abzubekommen – zum Nachteil aller anderen Länder und Bürger.

Suche nach den Marketing Leadern 2019

In sechs Kategorien werden per Online-Voting die Marketing-Profis ermittelt.

WIEN. Das Fachmedienportal Internet World Austria begibt sich gemeinsam mit dem Marketing Club Österreich auf die Suche nach den kreativsten, cleversten und besten Marketing-Profis des Jahres. Welche heimischen Marketing-Spezialisten in sechs Kategorien mit dem Titel Marketing Leader 2019 ausgezeichnet werden, entscheidet die österreichische Marketing Community vom 1. März bis 30 April 2020 mittels Online-Voting auf www.marketingleader.at.

Die Kategorien, in denen die Leader ausgezeichnet werden, lauten: Handel; Industrie; Finanzen & Telekommunikation; Tourismus; Gastronomie & Verkehr; Medien, Kultur & Entertainment sowie Beratung, Bildung & IT. Neben diesen Awards



Awards gibt es für die Leader 2019, ein Lebenswerk und den Rookie of the Year.

vergeben die Veranstalter zwei Spezialpreise: einen für das Lebenswerk eines herausragenden Marketers und einen für den Marketing Rookie of the Year. Für die Wahl des Marketing

Leader 2019 steuerten die Präsidenten und Vorstände sämtlicher Marketing Clubs zwischen Boden- und Neusiedlersee Vorschläge für Nominierungen inklusive Begründung bei. (red)

”

Regionale Beratungs- und Serviceteams garantieren optimale Lösungen für den Businesskunden.“

Zitat des Tages

Wolfgang Schäffer
CEO kabelplus



© DVA

BUCHTIPP

Neuordnung

VERÄNDERUNG. Als im Revolutionsjahr 1989 in Berlin die Mauer fiel und in Peking auf dem Tiananmen-Platz die Proteste blutig niedergeschlagen wurden, veränderte sich die Welt dramatisch. Der Kalte Krieg war zu Ende, eine neue Weltordnung entstand. Auf Basis unzähliger unbekannter Quellen und dicht an den handelnden Personen schreibt Kristina Spohr eine neue große Geschichte dieser doppelten Wendezeit. Ihre wegweisende Studie zeigt, wie es gelang, den Übergang in eine neue Epoche so friedlich zu gestalten und wie die Richtungsentscheidungen der Jahre von 1989 bis 1992 unsere Welt bis heute formen.

DVA Verlag.; 976 Seiten;
ISBN: 9783421048356