

”

Der schlechte Ruf von Plastik ist vor allem viel zu eindimensional – die Herausforderungen sind bei Weitem komplexer.“

**Zitat der Woche**

Tom Maderthaner, die wunderkinder

*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), Paul Hafner (haf – DW 2174), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Nadja Riahi (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 Belleterungszeitraums 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



# Der Teufel trägt Plastik

„Jute statt Plastik“ hieß es vor 40 Jahren. Viel weiter sind wir heute auch nicht.

**Leitartikel**

••• Von Sabine Bretschneider

ZERO. Im Anfang war die Jutetasche. Sie kam 1978 auf den Markt („Jute statt Plastik“), genäht in Bangladesch. Jutetasche, Anti-Atomkraft-Plaketten und Palästinensertücher waren die Erkennungszeichen alternativer Jugendkultur – und die Grünen zogen damit in die Parlamente ein. 40 Jahre später ist der Jutebeutel aus Baumwolle und das Plastiksackerl gilt als Accessoire des Leibhaftigen. Das Plastiksackerl-Verbot ist Teil der gesamtgesellschaftlichen Save-the-planet-Mission.

Tatsache ist, dass die Plastikflut sich inzwischen auf den ganzen Planeten verteilt hat. Zwischen 1950 und 2015 wurden weltweit 8,3 Mrd. Tonnen Plastik produziert. 2006 hatte ein US-Astronaut sogar in 400 Kilometern Höhe (dort ist die Raumstation ISS unterwegs) aus einem Fenster der Raumfähre Atlantis ein Sackerl gesichtet, das den Erdball umkreist ...

Plastik wird jedoch nicht nur für Einkaufstaschen verwendet, Plastik steckt in Autos, Texti-

lien, in beinahe allen Gebrauchsgütern. Jährlich fallen in Österreich rund 300.000 Tonnen Plastikmüll an, ein Teil wird getrennt gesammelt und recycelt, der Rest thermisch verwertet, d.h. verbrannt, die Schlacken deponiert. Plastiksackerl machten vor dem Verbot etwa 0,7 Prozent des Kunststoffmülls aus. Und: Man kann davon ausgehen, dass eine Tasche aus konventioneller Baumwolle etwa hundertmal so häufig benutzt werden muss wie eine aus erdölbasiertem Kunststoff, damit die Ökobilanz passt. Was den Ressourcenverbrauch angeht, schneidet die Einkaufstasche aus Papier noch schlechter ab als jene aus Plastik.

Wer die Welt davor bewahren will, dass sie in Plastik erstickt, wird größere Maßnahmen ergreifen müssen. Zero-Waste-Strategien zielen darauf ab, die Müllflut zu stoppen, indem erst gar kein Abfall erzeugt wird. Einwegprodukte müssten abgeschafft und alternative Vertriebssysteme gefördert werden. Das Plastiksackerl-Verbot ist ein Signal und ein Symbol. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. *Lesen Sie dazu das Interview auf Seite 44 dieser Ausgabe.*

## Inhalt

**COVERSTORY**

**Der Herr der Medien ..... 4**  
Medienbeauftragter Gerald Fleischmann im Gespräch

**MARKETING & MEDIA**

**Und tschüss! ..... 10**  
Die Agentur Hello und der Abschied vom nicht Zeitgemäßen

**„Am Puls der Zeit“ ..... 14**  
Ideal-Chef Marcus Wild im Talk

**Zauberwort Audioidentität ..... 22**  
Voice Activation-Kampagnen

**SPECIAL AUSSENWERBUNG**

**10 Jahre DOOH ..... 30**  
Goldbachs Know-how-Pool

**Infoscreen spielt Handball ..... 32**  
Während der EM versorgte man die Fans mit Infos

**RETAIL**

**Die ersten 20 Mille ..... 36**  
Interview mit Robert Hadzetovic, Geschäftsführer von shöpping.at

**Retailmarkt im Umbruch ..... 42**  
Real Estate Market Outlook 2020

**Was heißt nachhaltig? ..... 44**  
Verpackungsexperte Tom Maderthaner deckt auf

**Europa pflegt sich ..... 51**  
Der Markt für Pflege und Beauty wächst weiter

**FINANCENET & REAL:ESTATE**

**Samba wird zum Slowfox ..... 54**  
Das Geschäftsklima im Mittelstand wird kühler

**Smarteres Wohnen 2040 ..... 59**  
Roboter sind im Einsatz, und das Wohnzimmer wird holografisch

**HEALTH ECONOMY**

**Die Pharmarallye geht weiter 62**  
Die Ergebnisse der großen Pharmafirmen für 2019 sind da

**Das Konzept des Neuen ..... 64**  
Gesundheitsminister Anschobers Pläne für die Pflege

**DESTINATION**

**360° im Tourismus ..... 70**  
Reisen, Seminare, Tagungen, Kongresse „im grünen Bereich“

**Der große Thermencheck ..... 72**  
Schon wieder ein Gästeplus

**INDUSTRIAL TECHNOLOGY**

**Aufbruch ins Unbekannte ..... 78**  
Heimische Weltraumtechnologie

**Branchenbericht ..... 80**  
Holzindustrie im Überblick