



Undeklariert Medienwahlkampf

Wenn aus einem Parteifunktionär für eine Story in den Medien ein „junger Wiener“ wird.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

VERDECKTES VISIER. Da ist der ÖVP im Wien-Wahlkampf ein echter Coup gelungen. Ein Wiener Brüderpaar schilderte der Tageszeitung *Heute* seine Erlebnisse mit der Covid-Hotline und den mehrstündigen Wartezeiten in einer Teststraße der Bundeshauptstadt Wien.

Nicht unerwähnt lassen wollten sie den Umstand, dass die ganze Covid-Sache in Niederösterreich viel besser gemanagt würde, dort die Wartezeiten viel geringer wären und man die Betroffenen überhaupt viel besser informieren würde.

So weit vermutlich in Teilen auch so richtig. Nur: Was vor allem einer der beiden Brüder dem Journalisten gegenüber dummerweise vergessen hatte zu erwähnen, ist, dass er nicht einfach nur ein „junger Wiener“, sondern gleichzeitig ein Funktionär der Wiener ÖVP ist und man sich hier berechtigterweise fragen könnte, ob hinter der Story nicht eine hidden Agenda steht, befindet sich doch Wien derzeit im Wahlkampf.

Generell scheint das Thema Corona bei manchen dazu zu führen, gewisse ethische Standards einfach über Bord zu werden.

So auch ein Tiroler WKO-Funktionär und Hotelier, der öffentlich darüber schwadronierte, dass man den heimischen Betrieben eine frühere Sperrstunde aufkrotzieren würde, während Somali-, Jugo- und Türken-Clubs doch jene Orte waren, in denen nach Mitternacht die Infektionszahlen in die Höhe geschnellt seien.

Er meinte sicher Türken-Clubs wie die berühmte Schischa Bar „Kitzloch“, nehme ich mal an

Türken-Cluster vs. Dämmerschoppen-Cluster

Interessant ist übrigens auch, welche Corona-Story die mediale Aufmerksamkeit erweckt. So etwa ist die Aufregung um eine türkische Hochzeit in Oberösterreich als „Mega-Cluster“ groß; dort gibt es mit Stand heute 15 infizierte Personen.

Nur: Haben Sie schon mal von den 30 Infizierten im Kremser Lokal O-Stall oder 37 erkrankten in Zwettl nach einem Dämmerschoppen oder von den 16 Infizierten von der Eisenbahnerkapelle in Grieskirchen gelesen? Warum wohl nicht?

”

Mit meiner Marke setze ich bewusst ein Zeichen, ich kann meine Werte vermitteln und zeigen, wofür ich stehe.“

Zitat des Tages

Marken- und Wahrnehmungsexpertin Charlotte Hager



© Kremayr & Scheriau Verlag

BUCHTIPP

Fordern und überfordern

REVOLUTION. 2018 haben 481.959 Menschen in Österreich das Frauenvolksbegehren 2.0 unterschrieben. Sie fordern Wahlfreiheit und Chancengleichheit, umgesetzt sieht die Initiative noch nichts. Mit vielen anderen hat das Team nun ein Handbuch für feministischen Aktivismus verfasst, um Inspiration und Know-how für zukünftige Initiativen weiterzugeben. Darunter finden sich Beiträge von Autorin Elfriede Hammerl, Helene Klaar, „Österreichs gefürchtetste Scheidungsanwältin“, und Madeleine Darya Alizadeh (Dariadaria).

Kremayr & Scheriau; 288 Seiten; ISBN: 9783218012362

Goldbach Video Network für Smart TV

Goldbach launcht Österreichs erstes Video-Netzwerk-Produkt für Smart TV.

WIEN. Mit dem Launch des ersten Smart TV Video-Netzwerks kann man ab sofort bei Goldbach auf allen Screen Devices Videowerbung im Netzwerkverbund buchen – Desktop, Mobile und neu auch Smart TV. Der Vorteil für Werbetreibende ergebe sich hierbei aus der hohen Reichweite für Bewegtbildwerbung in kuratierten Umfeldern über einen Ansprechpartner, heißt es seitens des Vermarkters.

Smart TV-Werbung aus einer Hand

Das Goldbach Video Network setzt sich aus den Produkten Goldbach Smart TV Video, Goldbach Instream und Goldbach Outstream zusammen. Dabei handelt es sich jeweils um eigene Netzwerke mehrerer ausgewählter Partner, die übergreifend gebucht werden können. Das jüngste im Bunde des Goldbach Video Networks ist das Smart TV Video-Netzwerk. Durch die Bündelung der Partner Samsung, LG, Pluto TV, Funke u.a. kann nunmehr erstmals auch Smart TV Video-Werbung bei den wichtigsten Anbietern aus einer Hand geschaltet werden.



Das Goldbach Video Network bündelt drei Videokanäle.

„Das Goldbach Smart TV Video-Netzwerk erreicht knapp zehn Mio. Views pro Monat in 100 Prozent Brand Safe Premium-Umfeldern auf dem Big Screen mitten in Österreichs Wohnzimmern“, kommentiert Alexander Leitner, Managing Director Digital bei Goldbach, das neue Angebot. (red)

© Goldbach