



Ist es denn schon wieder so weit?

Ich fürchte, auch Ende 2021 werden wir, wie 2020, die großen Dinge nicht angegangen haben.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

SAME SAME. Vor vielen Jahren gab es mit Luigi Heinrich einen österreichischen Journalisten, der bei jeder Pressekonferenz des ORF, egal um welches Thema es sich drehte, stets die gleiche Frage stellte und zwar: „Wann kommt das Live-Tor ins Radio zurück?“ und meinte damit Live-Einstiege ins laufende Ö3-Programm, wenn gerade bei irgendeinem vermeintlich wichtigen Spiel ein Tor gefallen war. Das dürfte früher wohl im Hörfunk Usus gewesen sein, wurde dann abgeschafft und ihm seitdem gefehlt haben. Da das Live-Tor offensichtlich nie mehr den Weg zurück ins Radio fand, gab der Kollege auch seine Forderung auf.

Von Werbeabgabe bis Digitalsteuer

Ähnlich verhält es sich mit diversen Forderungen der heimischen Medienwirtschaft an den Gesetzgeber – etwa die Forderung nach Abschaffung der Werbeabgabe. Gefühlt fünf Mal wurde sie bereits von der Politik abgeschafft – passiert ist bis heute nichts, und so erleiden diverse Medienmanager

einen regelrechten Lachkrampf, wenn man sie nach ihrer ewigen Forderung an die Politik, die Werbeabgabe doch endlich abzuschaffen, fragt. Sie haben auch aufgegeben.

Kommt Digitalsteuer doch?

Ein ähnliches Schicksal droht der sogenannten Digitalsteuer, wenn es einerseits um die Frage geht, wie man für Google, Facebook & Co. endlich eine Steuergerechtigkeit herbeiführt und andererseits, wie man sie dazu bringt, für deren Nutzung von anderen, teuer erstellten Medieninhalten einen gerechten Anteil zu bezahlen.

Dank diverser Partikularinteressen von Ländern wie Irland scheint eine Einigung in der EU bis auf Weiteres nicht zu gelingen.

Anders in Australien – hier verordnet der Gesetzgeber Google, sich mit den Medien auf eine Abgabe zu einigen, sonst wird er sie verordnen; und in den USA, man höre und staune, gibt es Überlegungen, über eine Zerschlagung von Facebook zumindest nachzudenken.

Wer weiß, vielleicht heißt es am Ende von 2021 in meinem Kommentar doch nicht „same same“.

Austrian Event Award findet in NÖ statt

Der Austrian Event Award wird am 2. März in Vösendorf übergeben.

WIEN. „Gerade in dieser sehr spannenden Phase, wo sich Veranstaltungen in Richtung Hybrid- und Online-Events verändern und nachhaltig weiterentwickeln, darf ich nicht ohne Stolz die Creme de la Creme der Österreichischen Event-Branche im Rahmen des Austrian Event Awards (AEA) in Niederösterreich willkommen heißen“, freut sich Gert Zaunbauer, Obmann der Freizeit- und Sportbetriebe in der WKNÖ, dass der Austrian Event Award 2020 in NÖ verliehen wird.

Sonderpreise für Hybrid, Online und Sicherheit

Da im Jahr 2020 aufgrund von Covid-19 bisher wenige Onsite- bzw. Livemarketing-Events umgesetzt werden konnten, wird die Verleihung diesmal am 2. März 2021 im Eventhotel Pyramide & Congress Center in Vösendorf stattfinden; zudem wird es drei neue Sonderpreise für das beste Hybrid- bzw. Online-Projekt sowie das beste Konzept für Event-sicherheit geben.

Teilnahmeberechtigt am Austrian Event Award sind österreichische Firmen, Agenturen oder Einzelpersonen, die Events organisieren, egal ob der



Gert Zaunbauer, Obmann der Freizeit- und Sportbetriebe in der WKNÖ, freut sich, dass der Preis in NÖ verliehen wird.

Event im Inland oder Ausland stattgefunden hat. Es können auch Projekte ausländischer Agenturen oder Unternehmen eingereicht werden, wenn der Event in Österreich stattgefunden hat. Die Einreichfrist wurde bis 31.12.2020 verlängert. (red)

”

Wir haben als Branche auch ein Ethos zu erfüllen. Auf dieses sollten wir uns rückbesinnen.“

Zitat des Tages

Lukas Leitner
Geschäftsführer Cayenne



© Campus Verlag

BUCHTIPP

Medienatlas

ORIENTIERUNG. Zu keinem Feld existieren mehr Daten und Informationen als zu den digitalen Medien. Doch was tatsächlich im Netz geschieht, wissen wir nicht.

Wie viel mediale Aufmerksamkeit decken Google, Facebook und Co. ab? Welche Bedeutung besitzen News, Search, Gaming, Einkaufen, Politik, Pornografie, etc.?

Medienwissenschaftler Martin Andree und Data-Analytics-Experte Timo Thomsen kartografieren auf Basis hochwertiger Daten das Internet – Anbieter und Nutzer, Inhalte und Traffic, Marktrelevanz, Nutzeraktivitäten, Endgeräte.

Campus Verlag, 272 Seiten,
ISBN: 9783593512716