

”

Als einziges hält sich noch das Virus an Regeln. Das steckt einfach an, wen es trifft. Alle anderen sind verwirrt.“

Zitat der Woche

Komplexitätsforscher
Stefan Thurner



Oster-Lockdown in Ost-Österreich

Wieder wird zugesperrt. Teilweise und manches. Weitere Themen: Der Herrgott und die Krisen-PR.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

OST-BLOCKADE. „Ost-Gipfel“, „Ost-Lockdown“ – wüsste man es nicht besser, könnte man meinen, dass Österreichs Annäherung an die sogenannte Visegrád-Gruppe inzwischen Fakten geschaffen hat. Ost-Österreich geht jedenfalls über Ostern wieder in einen Lockdown – angesichts der katastrophalen Entwicklung in den Intensivstationen: einen Mini-Lockdown. In Wien, Niederösterreich und dem Burgenland wird es von 1. bis 6. April wieder „Ausgangssbeschränkungen“ geben. Mit den üblichen Ausnahmen. Ausjudiziert wurde dies, Sie werden sich erinnern, schon im vergangenen Jahr.

Der Handel wird großteils geschlossen, danach soll es Zugangstests geben. Wohnzimmer-Tests? Die Schulen gehen in der Woche nach Ostern ins Distance Learning, die Eltern verzweifeln. Es droht die Renaissance der Biedermeieridyllischen Hausfrau und Mutter, die nebenbei einen pensionssichernden Vollzeitjob absolviert.

Die Kirchen bleiben offen. „Wo zwei oder drei versammelt sind in meinem Namen, da bin ich mitten unter ihnen“, wird der Herr zitiert. Grad zu Ostern, so scheint es, liegt ihm aber der passende Rahmen am Herzen.

Die Betriebe in den drei Ost-Bundesländern warten einstweilen auf die nächste Verordnung ... Nur körpernahe Dienstleister dürfen sich topinformiert fühlen: Sie sperren zu. Außer, sie nehmen Beichten ab. Zugesperrt werden übrigens auch die Tiergärten; die expliziten Gründe dafür sind unbekannt.

Währenddessen verstrickt sich Impfstoffhersteller AstraZeneca weiter in sein selbstgeknottetes Schleppnetz der Irrungen und Wirrungen. Das unverdrossen dahinrollende PR-Debakel des Konzerns dürfte an den Publizistikinstitutionen des Landes noch einige Zeit für Lehrstoff im Themenkreis der Krisenkommunikation sorgen: „Wenn Reputation das Oberziel von Unternehmenskommunikation ist, besteht das Ziel von Krisenpräventionskommunikation darin, Reputationsschäden durch Vermeidung künftiger Krisen möglichst zu verhindern. Discuss!“

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Gründungsherausgeber: 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), Anna Putz (ap), Martin Rümmele (rüm), 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 verein-

barten Belleiferungszeitraums 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

Inhalt

COVERSTORY

Lidl wird lauter 6
CEO Alessandro Wolf über
Lidls Weg zum Smart-Diskonter

MARKETING & MEDIA

Der letzte Meter zählt 12
Prosam-Geschäftsführer Martin
Bohonnek über das Jahr 2020

„Lass uns reden“ 14
Volksbank DOOH-Kampagne

Führungstrio 26
Valerie Hauff-Prieth heuert
bei Rosam.Grünberger an

SPECIAL LIVEMARKETING

Thema Freitesten 28
Cayenne bietet Event-Paket an

Streaming als Alternative 28
Corona macht erfinderisch

RETAIL

Bahlsen erfindet sich neu 36
Auf ein dickes Umsatzplus folgt
der große Markenrelaunch

Rot-weiß-rot und nix dahinter 40
Herkunftsauslobungen in Kritik

SPECIAL BÄCKEREI & KONFITOREI

Bäcker mit Ambitionen 50
Joseph Brot wagt sich über die
Grenzen Wiens hinaus

Für Post-Corona gewappnet .. 52
backaldrin mit digitalen Initiativen

FINANCENET & REAL:ESTATE

Was KMU vor Corona schützt 56
Digitalisierung und Kapitalpolster

Immo-Shopping 61
Immofinanz kauft in Bukarest zu

HEALTH ECONOMY

Geld für Forschung 64
EU steckt fast 100 Mrd. Euro in
Forschungsprogramm „Horizon“

dm erneut gescheitert 68
VfGH: Apothekenvorbehalt bleibt

CAREERNETWORK

Arbeitsmarkt im Wandel 70
Franz-Josef Lackinger, BFI Wien,
im Exklusiv-Interview

Checkliste für MBAs 75
WU Executive Academy

AUTOMOTIVE BUSINESS

Keine Quantensprünge 78
Interview: Andreas Grünzweig,
Grünzweig Automobil GmbH

Marken-Gesichter 80
Die DS Automobiles-Testimonials