

”

Man könnte sagen,
das ist eine moderne
Form der Klima-
wandelleugnung.“

Zitat der Woche

Klimaministerin Leonore
Gewessler hält nichts von
Kanzler Nehammers Lektüre



Es ist, verdammt, ein schönes Land

Der tobende Volkstribun war einmal. Der Wähler
Herzen gewinnt man mit List, Trug und Schein.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

KLAPPENTEXT. Wer Populismus noch als volksnahe, demagogische Politik definiert, die das Ziel hat, durch *Dramatisierung* der politischen Lage die Gunst der Massen zu gewinnen, muss inzwischen zurückrudern.

Denn wer sich heute das Wohlwollen der Mehrheit sichern will, geht es anders an. Mit Ruhe, Zuversicht und beschlagener rosaroter Brille: Man tritt „dieser Untergangsapokalypse entgegen“, für die es „keinen wissenschaftlichen Beweis“ gibt. Man verbittet sich, dass „gegen das Auto polemisiert wird“, denn „Österreich ist das Autoland schlechthin“. Dass „der Meeresspiegel steigt, das ist tatsächlich eine Bedrohung“, aber „man kann dem begegnen“ (Die Niederlande gibt es immer noch, obwohl sie „mitunter bis zu sechs Meter unter dem Meeresspiegel liegen.“) Man „begegnet Untergangsmysen und Angst mit Zuversicht“, denn „es gibt mittlerweile herausragende Autoren (etwa Atomlobbyist und Trump-Berater Michael

Shellenberger), die ganz bewusst zeigen, dass dieser Untergangsirrinn in Wahrheit ein Irrsinn ist, der nirgends hinführt“.

Ansonsten verweist man auf Österreich, „ein gutes Land“, Blasmusikkapelle und Brauchtumspflege, Werte, Tradition und Schaffenskraft, Brücken, Dialog und Versöhnung, Handwerk, Wohlstand und Eigenheim („Ich schaue da dem Finanzminister tief in die Augen, aber er lächelt milde“). Eine Portion „Demut“ schwingt mit. Der einzige Bösewicht, neben den jugendlich verwirrten „Klimaklebern“ („Klima ist eines einmal fix nicht, nämlich national“), ist die Europäische Union („Vorgaben, Regelungen, Fehlentwicklungen, Zentralismus“).

„Meine sehr geehrten Damen und Herren, Österreich 2030 ist es wert, alle Leidenschaft Energie und Kraft hineinzustecken, packen wir es an, das wird unser Zukunftsplan für Österreich 2030.“

Die Zitate stammen aus dem Transkript zur „Rede zur Zukunft der Nation – Österreich 2030“ von Bundeskanzler Karl Nehammer.

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

Chefredakteurin: Mag. Sabine Bretschneider

(sb – DW 2173; s.bretschneider@medianet.at),

Stv. Chefredakteur: 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. CR retail; nov – DW 2161),
Paul Hafner (haf – DW 2174), Helga Krémer (hk),
Reinhard Krémer (rk), Martin Rümmele (rüm),
Petra Stückler (ps), 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 Belieferungszeitraums 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

Nahversorgung in Gefahr 6
Nah&Frisch-Geschäftsführer
Hannes Wuchterl im Gespräch

MARKETING & MEDIA

Für den digitalen Höhenflug ... 12
Konstantin Kasapis, SlopeLift-
CEO, spricht über digitale Trends

Die richtige Strategie 14
Kurier-Geschäftsführer Thomas
Kralinger zu Gast im mediadome

„tele“ als Werbemagnet 20
Was Werbetreibende am
„Dauerbrenner“ tele schätzen

Werberat zieht Bilanz 25
Konsumentenvertrauen steigt

Leises Knistern auf Vinyl 27
Die Schallplatte erlebt ein Revival
auch bei junger Zielgruppe

SPECIAL PR-AGENTUREN

Himmelhoch teilt Führung 31
Shared Leadership als Trumpf

Brand Awareness schaffen 36
Clemens Jager sagt, wie's geht

RETAIL

Preisstabil durch die Krise 38
Rewe Group reüssiert vor allem
mit Discounter Penny und Bipa

Mehr Angebot als Nachfrage 41
Handel ist expansionsmüde

Der Wutkäufer hat Saison 42
JKU-Studie ortet zunehmende
Frustration bei LEH-Kunden

„2022 war besser als 2019“ 44
Eugen Lamprecht im Talk

Der Siegeszug geht weiter 49
Action ist Krisengewinner

FINANCENET & REAL:ESTATE

Resilienter als gedacht 56
M&A: Zahl der Transaktionen in
Österreich nur leicht gesunken

Stoffliche Verwertung 60
Kreislaufwirtschaft am Bau

HEALTH ECONOMY

Problem Primärversorgung 64
Mängel im niedergelassenen
ärztlichen Bereich

Schmerzmittel fehlen 68
Stationäre Behandlung als Ersatz

INDUSTRIAL TECHNOLOGY

Gegenwind 72
Die Inflation bremst die
Wirtschaftsentwicklung

Tief bohren, hoch steigen 78
Bilanz: Gerald Grohmann, SBO