

”

Das Ende einer
Liebesbeziehung
hat keine arbeits-
rechtlichen
Auswirkungen.“

Zitat der Woche

Birgit Kronberger,
Vorlagenportal, über
Affären im Job, S. 70

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),
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:** Mediaprint Zeitungsdruckerei-

gesellschaft m.b.H. & Co KG, 1230 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 Belieferungszeit-

raums 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/>



Klug gewichtet, grün gewaschen

Wer mit prägnanten Claims wirbt, sollte
eventuell einen Schritt weiter denken.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

FLÜGEL HEBEN. Zum Thema Greenwashing: Eine niederländische Fluggesellschaft hat die Verbraucher laut einem eben erfolgten Gerichtsurteil in die Irre geführt. Mit dem Werbeslogan „Fly Responsibly“ habe die Airline eine „unberechtigte Behauptung zu Umweltfreundlichkeit“ aufgestellt. Darüber kann man diskutieren. Die Aufforderung, verantwortungsvoll zu fliegen, kann man grundsätzlich in alle Richtungen interpretieren: selten, nur mit einem Fesselballon, an einem Fallschirm befestigt und von einem Boot gezogen, mittels Gleitschirm, probenhalber ohne alles ... Was die frisch verurteilte Airline zu diesem Thema beiträgt: Ein Prozent des eingesetzten Kerosins wird durch SAF (Sustainable Aviation Fuel) ersetzt. Man unterstützt Naturschutzprojekte, die Verpflegung an Bord wird anhand nachhaltiger Kriterien gewählt, Recycling ist auch ein Thema. Und das Gewicht der Flieger wird reduziert – durch leichtere Sitze und Trolleys.

Die meisten Fluglinien sind da schon einen Schritt weiter und verrechnen inzwischen sogar Aufschläge für Handgepäck. Essen wird ohnehin nur mehr serviert, wenn es nonstop um die halbe Welt geht, und übergewichtige Passagiere werden von US-Fluglinien dazu gezwungen, einen zweiten Sitzplatz zu buchen. Jetzt wissen wir, dass dahinter nicht die Gier steckt, sondern ein gewichtiger Klimagedanke.

Der Luftverkehr ist für knapp fünf Prozent der globalen Erwärmung verantwortlich und wächst jährlich um vier bis fünf Prozent. Effizienzverbesserungen durch neue Flugzeuge und Treibstoffe betragen etwa 1,5 Prozent pro Jahr. Die Rechnung geht nicht auf, solange Kerosin von der Energiesteuer und internationale Flüge von der Mehrwertsteuer befreit werden. Doch zurück zum Thema: Wer sich „Fly Responsibly“ zu Herzen nimmt, fliegt gar nicht. Irgendwo anders ein paar Bäume zu pflanzen, wiegt das Problem nicht auf. Ein pragmatischer Zugang wäre, Arbeitskämpfe und Streikkultur des Airline-Personals mit weiteren Rationalisierungen anzuheizen. Klimaschutz per „Arbeitsverdichtung“.

Inhalt

COVERSTORY

Der Marktführer zieht Bilanz ... 4
Spar liefert makellose Bilanz und überspringt die Umsatzmiliarde

MARKETING & MEDIA

Politisch (un)korrekt ... 10
Homophobie und Sexismus – ein Sportphänomen?

Grünes Whitepaper ... 12
Ideenbuch der Fachgruppe

Spieleerisch ... 20
Heimat Wien goes Playfulness

SPECIAL LIVEMARKETING

Invitatio-Initiative ... 24
Wenn Daten kommunizieren

Kongressnachfrage steigt ... 30
Die Hofburg Vienna profitiert vom Mehr an Kongressen

RETAIL

Qualität ist keine Preisfrage ... 32
Shopping-Trend-Report 2024 zeigt Präferenzen der Kunden

Umsatzbringer Ostern ... 34
250 Mio. € Mehrumsatz erwartet

Neupositionierungsprozess ... 37
City Center Amstetten investiert in Nachhaltigkeit und Gastro

Weniger als zwei Prozent ... 8
Veganer stellen in Österreich weiter eine kleine Minderheit dar

SPECIAL BÄCKEREI & KONDITOREI

Ohne Gas geht es nicht ... 46
Gerhard Ströck im Interview

Ölz stellt sich neu auf ... 48
Bäckerei implementiert neue Managementstrukturen

FINANCENET & REAL:ESTATE

Vertrauenstest Banken ... 52
Aktuelle FMVÖ-Studie

Was Eigentum kostet ... 57
willhaben untersuchte die Preise in Österreichs Bezirken

HEALTH ECONOMY

EU-Datenraum ist fix ... 60
Gesundheitsdaten sollen künftig von überall verfügbar sein

CAREERNETWORK

Bildungskarenz am Prüfstand 66
Erfolgsmodell mit Reformbedarf: Was muss sich ändern?

MOBILITY BUSINESS

Refurbished Räder ... 76
Französisches Start-up Upway startet auch hierzulande durch



Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:

abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100