

**Editorial****Christian Czaak**

Brief des Herausgebers zu Situation und Zukunft von *economy*.



**W**as vor fünf Jahren mit der ersten Ausgabe beim Forum Alpbach begonnen hat, soll allem Anschein nach hier wieder enden: Die weitere Publikation

des *economy*-Magazins ist gefährdet. Die Wirtschaftskrise sorgt im dritten Jahr für rückläufige Werbeumsätze, und nun beendet auch die öffentliche Hand die Unterstützung. Beim Wissenschaftsministerium stoppt der neue Kabinettsleiter Peter Puller die mit Fachabteilung und Sektion für das ganze Jahr vereinbarten Auftritte. Die Rechtmä-

ßigkeit der vorzeitigen Auflösung und der trotzdem in Anspruch genommenen Jahresrabatte für anfängliche Erscheinungen werden, entgegen der Hausmeinung, mit einer extern beauftragten rechtlichen Prüfung untermauert. Soll sein, die angenehme Zusammenarbeit der letzten Jahre mit vielen engagierten Fachabteilungen und Sektionen soll nicht von einer rechtlichen Auseinandersetzung überschattet werden. Die Niederungen von Peter Puller als ländlicher Experte für regionales Dirty Campaigning hat Anneliese Rohrer trefflich in der Presse ([diepresse.com/blog/rohrer](http://diepresse.com/blog/rohrer)) beschrieben.

**A**bseits dieser Entwicklung gibt es aber auch medienpolitische Ursachen: Eine normale Presseförderung ist in Österreich für kleine Medien-Start-ups unerreichbar. Dazu eine österreichische Werbewirtschaft, die ein Publikumsmedium mit fachspezifischen Inhalten nicht versteht und nicht braucht. Auch wenn von Beginn an Leistungsfähigkeit bei Auflage und Zielgruppen von Auflagenkontrolle und Leseranalyse objektiv belegt wird. Eine Werbewirtschaft, die mittlerweile von Mediaeinkaufsagenturen gelenkt wird, die mehrheitlich dort buchen, wo es die größten monetären Boni gibt und für die qualitative Umfeldler und wirklich junge Zielgruppen nicht (mehr) zählen. Dazu noch die bereits oft erörterte (Medien-)Politik mit der Hörigkeit von Bundeskanzleramt, SPÖ-Ministerien und SPÖ-Wien gegenüber den Boulevard-Medien. Horst Pirker, Styria-Boss und scheidender VÖZ-Präsident, ortete mehrmals „ein System, das wie Korruption aussieht und sich auch so anfühlt“. Diese Entwicklung ist auch ein demokratiepolitisches Signal: Unabhängige kritische Medien sind nicht gewünscht. Und Medien wie *economy* mit standortpolitischen Themen auch nicht – unvergessen die Antwort des Bundeskanzleramtes auf ein Werbeanbot: „Das *economy*-Umfeld mit Wirtschaft, Technologie und Innovation ist für das Bundeskanzleramt nicht interessant.“

**R**ückblickend ist auch eine selbstkritische Reflexion nötig: Die lange dauernde Findung der inhaltlichen Linie und die anfängliche Fehlbesetzung der Redaktion mit kollektivvertraglich überbezahlten Pseudotextverwertungsschreibern kostete viel Substanz. Statt im Zeitungslayout hätte die Erscheinung von Anfang an als Magazin erfolgen müssen, die Bündelung der Finanzen auf Inhalt und Vertrieb hat das nötige Marketing sehr eingeschränkt. Nur Inhalt als Botschaft ist zu wenig, sie muss auch vermittelt werden. So nicht noch ein (werbliches) Wunder passiert, werden wir uns zukünftig auf unseren Online-Auftritt konzentrieren. Die Verbindung zu sozialen Netzwerken beginnt Früchte zu tragen. Positiv hat sich auch die Plattform *economy-austria* mit den externen Medienkooperationen entwickelt. Mit unseren langjährigen Partnern aus der IT-Industrie werden wir diese weiterforcieren. Danke an die Unternehmen für die bisherige Unterstützung. Wir werden als Plattform *economyaustria* weiterhin für die standortpolitisch entscheidenden Themen aus Innovation und Technologie stehen.



Foto: attac

**So redet doch!**

In Alpbach ist man mundfaul und denkfaul

**Margarete Endl**

Attac hatte die Aktion gut geplant. Im Morgengrauen schrieben die Aktivisten „Mensch vor Profit“ in riesigen weißen Buchstaben auf eine Wiese in Alpbach. Genau gegenüber vom Kongresszentrum. Genau am Tag, an dem die Wirtschaftsgespräche begannen. Es war August 2008, und kurz darauf mutierte die schwelende Finanzkrise zur globalen Wirtschaftskrise.

Doch mehr als freche Sprüche auf eine Wiese klopfen taten die Attac-Leute nicht. Sie blieben draußen vor der Tür. Sie waren nicht dabei, als Vorstände von Unternehmen über „menschengerechte Wirtschaftsordnung“ diskutierten. Als Superfund-Gründer Christian Baha – einer der Sponsoren der Wirtschaftsgespräche – über die vegetarische Küche und den Fitnessraum seines Unternehmens schwärmte. Da hätte Attac kritische Fragen stellen müssen. Nicht zu der Küche, sondern zum Fonds. Aber Attac drückte sich vor der Auseinandersetzung mit dem „Feind“.

**Small Talk statt ernsthaft reden**

Doch vielleicht fahren nur die Naivlinge nach Alpbach, um zu diskutieren. Vielleicht fährt man wegen der Nebeneffekte dorthin: schöne Blumen, heile Alpen, kostenloses Buffet, Small Talk mit alten Bekannten, Schulterklopfen mit der halben österreichischen Regierung. Vielleicht will man sich nur suhlen im Sehen-und-gesehen-werden, im Wichtigsein.

Welch vertane Chance! Jedes Jahr investieren internationale Politiker, Unternehmenschefs, Wissenschaftler und sonstige Denker viele Stunden, um in das entlegene Dorf zu kommen. Sie verlesen ihr Statement und diskutieren mit den Leuten am Podium. Mit dem Publikum gibt es kaum Diskussionen. Weil die Veranstalter dafür keine Zeit einplanen. Und weil das Publikum mundfaul und denkfaul ist. Es lässt sich berieseln. Es konsumiert Politikerdiskussionen und Nobelpreisträgervorträge. Peinlich wird es oft, wenn die Diskussion eröffnet wird. Da schweigen dann 500 Teilnehmer. Mit Glück finden sich drei Fragesteller. Worauf die Podiumsdiskutanten eine weitere halbe Stunde reden und das Publikum danach in die Kaffeepause geht.

Eine dieser absurd öden Diskussionen gab es 2009 im Bankenseminar – vor der Banker-Elite des Landes. Starredner war Ökonomie-Nobelpreisträger Myron S. Scholes. Sein Thema: The Loss of Confidence. Ausgerechnet Scholes. Der hatte 1994 den Hedgefonds Long-Term Capital Management mitbegründet, der anfangs hohe Renditen einfuhr und 1998 spektakulär zusammenkrachte. Der richtige Mann also für eine wilde Diskussion. Doch keiner der Banker stellte eine kluge Frage, keiner sprach Scholes auf seinen Hedgefonds an. Am Ende stand ein Mann auf, sagte, er sei 91 Jahre alt und fragte Scholes, wie er sein Geld anlegen sollte. Worauf Scholes sagte: „You are 91? Spend it!“ Da konnte man wenigstens lachen.