



Trostlos Betrachten wir es doch einmal so: Alles, was in den vergangenen Wochen im globalen Finanzbereich geschehen ist und was am Mittwoch in Österreich in Form eines von Finanzminister Molterer vollzogenen Kassasturzes beäugt wurde, kündigt ein paar recht trostlose wirtschaftspolitische Jahre an.

Vorsorge hat die alte Regierung nicht getroffen, Geld ist keines vorhanden, der Geldbedarf aber schon so hoch, dass nur noch in zwei- und dreistelligen Milliardenbeträgen gerechnet wird. Wie kann das gut gehen?

Wie ein Segel im Wind

Selbstverständlich können sich die Österreicher eine Regierung wünschen, die auf breiter Basis steht, also eine große Koalition.

Der neue ÖVP-Obmann Josef Pröll hat die Segel voll in diesen Wind gesetzt und schien dem unablässigen Drängen seines SPÖ-Kollegen Werner Faymann nachgeben und irgendwann „ja“ sagen zu wollen. Ob er noch immer

Prölls Stunde der Wahrheit

Der Kassasturz fördert ausschließlich unangenehme Wahrheiten zu Tage. Die innenpolitische: Die Koalition könnte abermals zum Duo infernal werden.

ENGELBERT WASHIETL

so selbstsicher ist, dass das der richtige ÖVP-Kurs ist, dürfte aber seit Mittwoch fraglich sein.

Denn von der Interessenlage der klassischen Koalitionsparteien aus gesehen müsste sich die ÖVP vor einen Ochsenkarren spannen lassen, während der SPÖ immerhin der Kanzlerbonus

bleibt. Die Rollen sind bereits verteilt: Faymann malt das Horrordefizit im Staatsbudget schöner oder zumindest weniger schrecklich, und Pröll bleibt nur die Alternative, alles realistischer und somit negativ darzustellen oder die Augen zu schließen und mitzuziehen, um den ersten Streit zu vermeiden.

Weder das eine noch das andere bringt seiner Partei etwas, so ist das Schicksal des Zweiten.

Vor dem Dauerstreit

Nach der Wahl ist vor der Wahl, verkündet die Wiener SPÖ soeben. Das ist völlig richtig und gilt auch bundespolitisch. Womit eine deutlich kleiner gewordene „große“ Koalition nach wenigen Wochen dort sein könnte, wo die verflissene Koalition Gusenbauer-Molterer war – im Dauerstreit. Sehr viel Besseres zu erwarten ist naiv in einer Parteiendemokratie, die sich am Höhepunkt einer Finanz- und Wirtschaftskrise gleich in der ersten richtigen Parlamentsitzung ein paar Millionen aus Steuergeldern zusätzlich für die Parlamentsklubs genehmigt.



mail to
e.washietl
@medianet.at



ZITAT DES TAGES

Bert Berkensträter, deutscher Schriftsteller, Aphoristiker

Koalitionen sind meistens zu klebrig, um aus dem Leim zu gehen.

WWW.ZITATE.AT



HEUTE IM BUSINESS FRIDAY



„Die Zukunft wird nicht den konstruierten Wertpapieren, sondern mehr und mehr den Sachwerten gehören.“

JOHANN MANSCHKEK,
HANZEVAST CAPITAL, S. 27



„Die meisten Projektwerber wollen gar keinen Kredit, sondern für einen begrenzten Zeitraum eine Art Business Angel.“

JOSEF FRITZ, IPO AG, S. 28

Gastkommentar Events sind nicht „nur“ eine Frage der Organisation

Und was ist das Tüpfelchen auf dem i?

Reize Events – sie sind in, ein beliebtes Marketinginstrument und etwas ganz Besonderes. Denn aufgrund ihrer Erlebnisorientierung bieten sie facettenreiche emotionale Anreize – und haben den Anspruch, sich von anderen Aktivitäten abzuheben. Nicht nur wegen ihrer Exklusivität, wegen des Faktors „Spaß“ und dem außergewöhnlichen Ambiente, das sie bieten, sondern es soll ganz besonders auch atmosphärisch passen.

Für uns ist es immer wieder eine neue Herausforderung, einen Event zu planen und durchzuführen. Zum einen, weil wir es als unsere Aufgabe sehen, Wohl fühlen zu kreieren und Erfolg zu implementieren. Zum anderen liegt uns viel daran, unseren Kunden ein unvergessliches Erlebnis zu vermitteln.

Was aber macht einen Event unvergesslich, erfolgreich und was hinterlässt einen nachhaltigen Eindruck? Ist es „nur“ die durchdachte Organisation und der hohe Anspruch an Perfektion oder aber sind es auch diese vielen anderen Elemente, die man als Außenstehender nicht wahrnimmt, die aber das „Tüpfelchen auf dem i“ sind?

Das Atmosphärische zählt

Wie gerade auch das Atmosphärische: es zu gestalten und mit Leben zu füllen ... Atmosphäre – damit meine ich alles das, was wir mit unseren Sinnen aufnehmen, wahrnehmen und erfassen. Zum Beispiel auch alles, was in unser Auge fällt: die Einrichtung, das Mobiliar, die Farben mit ihren Farbspielen, das Licht und die Beleuchtung,

aber natürlich auch die Dekoration. Unsere Ohren nehmen die Geräusche wahr, wobei Musik als sehr angenehm empfunden wird. Unsere Zunge lechzt nach gutem Geschmack, besonders nach dem der Speisen und Getränke. Unsere Hände ertasten gerne schöne Stoffe, weiches, anschmiegsames Leder, fließende Seide, aber auch zarte Haut. Unsere Nase nimmt Gerüche wahr und beeinflusst so das allgemeine Wohlbefinden.

Wie man sich bettet ...

Soll ein Event erfolgreich sein, muss auch das Mobiliar passen: zum Anlass, zu den räumlichen Gegebenheiten und zum Motto – egal, ob man sitzt, steht oder sich anlehnt. Es muss aber auch den erforderlichen Sicherheitsstandards genügen. Und es muss unsere Sinne ansprechen und anregen. Ergo muss das Mobiliar im Einklang mit unseren Sinnen stehen. Dabei spielt es keine tragende Rolle, ob das Design klassisch, modern oder chillig ist – Hauptsache man fühlt sich wohl und genießt das harmonische Ambiente.

Das bedeutet, dass der Eindruck auf alle unsere Sinne dafür verantwortlich ist, ob man einen Event genießen kann und man sich gerne daran zurückerinnert.

Cornelia Janisch, Geschäftsführerin C&C agency,
www.cc-agency.com

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

„Hauptsache man fühlt sich wohl und genießt das harmonische Ambiente.“

CORNELIA JANISCH
C&C AGENCY

IMPRESSUM

Medieninhaber:
medianet Verlag AG
1110 Wien, Geiselbergstraße 15
http://www.medianet.at
Kontakt:
Tel.: +43-1/919 20-0
abo@medianet.at | Fax: DW 2231
Anzeigen-Hotline Tel.: DW 2203
media@medianet.at | Fax: DW 2231
Fotoredaktion fotored@medianet.at

Vorstand: Chris Radda
Herausgeber: Chris Radda, Paul Leitnermüller
Verlagsleitung: Paul Leitnermüller, Harald Kopp
Chefredaktion: Chris Radda

Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
ABO@MEDIANET.AT
oder
TEL. 01/919 20-2117

medianet prime news & market watch
(primenews@medianet.at)
Chefredakteurin: Sabine Bretschneider (sb – DW 2173) **Stv. Chefredakteur:** Jan Weinrich (jawe – DW 2163) **Redaktion:** Alexandra Binder (ab), Bernhard Hafenscher (bh); Engelbert Washietl (ew)
medianet marketing & media
(medien@medianet.at)
Stv. Chefredakteur: Dinko Fejzuli (df – DW 2175/Medien) **Chefin vom Dienst:** Miriam Silberschatz (ms – DW 2172/Biz-Talk) **Redaktion:** Anja Herberth (ah – DW 2109/Marketing/Medien), Gabi Hinterkömer (gh – DW 2207/Medien), Peter Sawanschieff (ps – DW 2171/Agenturen) **Ständige Mitarbeiter:** Dagmar Ringvold (dr)
medianet retail (retail@medianet.at)
Stv. Chefredakteur: Christian Novacek (cnov – DW 2161) **Redaktion:** Ernst Draxl (axl – DW 2227), Sophia Freyenschlag (sf – DW 2226), Natalie Oberholzer (no – DW 2228), Ulrike Toffler (utoo – DW 2241), Miriam Silberschatz (ms – DW 2172/Shop Talk)
medianet specials & careernetwork
(specials@medianet.at)
Chefredakteur: Wolfgang Wendy (ww – DW 2160) **Ständige Mitarbeiter:** Alexandra Binder (ab), Michael Fiala (mf), Marion Genetti (mg), Lisa Grüner (lg), Rudolf Grüner (rg – DW 2176), Eveline Heinrich (eh), Johanna Jenner (jj), Eva Kaiserseder (DW 2147), Heinz Lackner (hl), Josef Linsbichler (jl), Sabine Mlcoch (sm), Irene Orchard (io), Nina Pachernegg (np), Alexander Peer (ap), Robert Penz (rp), Helena Randerborg (hr), Gaby Schätzle (gs), Werner Schuster (ws), Hermann Wackerle (hw)

medianet financenet & real:estate
(financenet@medianet.at)
Chefredakteur: Chris Radda, Linda Kappel (lk)
Chef vom Dienst: Gerald Stefan (gst) **Ständige Mitarbeiter:** Fritz Haslinger (fh), Kurt Sattlegger (ks)
medianet technology & industrial technology
(technology@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitende Redakteur: Chris Haderer (hc), Peter Seipel (ps)
medianet destination & destination austria
(destination@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitender Redakteur: Georg Biron (gb)
medianet automotive business
(automotive@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitender Redakteur: Jürgen Zacharias (jz)
medianet health economy
(healthconomy@medianet.at)
Chefredakteur: Martin Rümmele (rm)

Fotoredaktion: Erich Reismann (Leitung), Nadja Ben-Othmane, Claudia Biladt **Lektorat:** Christoph Strolz, Rocco Prumer, Gunther Natter **Grafisches Konzept:** Verena Govoni **Produktionsleitung:** Olga Boubeva **Grafik:** Raimund Appl, Peter Farkas **Lithografie:** Beate Schmid **Anzeigenleitung:** Oliver Jonke, Richard Mauerlechner **Anzeigenproduktion:** Walter Mlcaak **Druck:** Mediaprint Zeitungsdruckerei Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien **Vertrieb:** Post.at & redmail Logistik & Zustellservice GmbH, Service-Hotline: 795 00-00, servicecenter-wien@redmail.at **Erscheinungsweise:** 4x pro Woche (Di – Fr) **Erscheinungsort:** Wien **Einzelpreis:** 2,50 € (Di – Do); 3,50 € (Fr) (inkl. Porto & 10% MwSt.) **Abo:** 390,- € (Di – Fr); 150,- € (Fr) (Jahr) **Auslands-Abo:** 490,- € (Di – Fr); 199,- € (Fr) (Jahr). Bezugsabmeldung nur zum Ende des vereinbarten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. medianet special erscheint unter Verantwortung der Anzeigenredaktion; Gastbeiträge müssen sich nicht der Meinung der Redaktion decken.

CLIP!
MEDIASERVICE
Medienbeobachtung
Infos: www.clip.at • +43(0)1 503 25 35