



Aufgespießt „Kennen Österreichs Boulevardjournalisten keine Grenzen mehr?“, fragte Florian Klenk neulich im *Falter*. Natürlich tun sie das. Haben Sie gestern die Fast-Gratispublikation mit dem Heimatbezug im Namen gelesen? „Deutscher Kannibale tötet und isst Österreicher“; Überzeile: Wie im Film „Schweigen der Lämmer“. Daneben (rechts) ein Bild von Hollywoods Serienkiller Nummer eins, Hannibal Lecter, mit Ledermaulkorb. Daneben (links) das Foto eines 19-jährigen Obdachlosen, der der Tat verdächtig ist („Seine Tat übersteigt jede Vorstellungskraft“, weshalb der zuständige Redakteur ordentlich in die rhetorische Trickkiste greift, um dem Leser vorstellungsmäßig ein bisschen auf die Sprünge zu helfen).

Vermutlich mutmaßlich schuldig

Im Inneren des Blattes regiert dann die gewohnte Zurückhaltung: Der Nachname des „Schlächters“ – ein gebürtiger Deutscher, das ist in diesem Zusammenhang offensichtlich wichtig – wird nicht ausgeschrieben, einmal geht

er sogar als „mutmaßlicher Mörder“ durch. „Mutmaßlich“. Beinhart schlägt die Unschuldsvermutung zu.

Die tägliche Konkurrenz kontert mit ähnlicher Alltagspoesie: „grauenhafte, unvorstellbare Bluttat“, „deutscher Hannibal Lecter“. Aber: Sie gesteht dem Verdächtigen sogar in der Bildunterschrift

am Cover zu: „Für ihn muss aber die Unschuldsvermutung gelten.“ Wäre das Ihr Foto, wäre das ausreichend? Blutverschmiert neben einem grausig zugerichteten Toten gefunden zu werden, lässt einige Schlüsse zu. Verurteilt aber ist der junge Mann noch nicht. Gerichtlich. Medial betrachtet ist er vernichtet.

Wie sieht das aus, wenn jemandes abgeschnittene Ehre auf Titelseiten gespießt wird? Und: Hat der Rufmord einen Splitter im Auge oder einen Balken davor?

SABINE BRETSCHNEIDER

Jetzt werden sich ein paar leidige Kollegen vom Boulevard auf die Suche nach Eltern, Geschwistern, Freunden des Tatverdächtigen machen. Futter für Folgestorys. Vielleicht hat ihn seine Mami nicht gemocht, sein Papa geschlagen. Vielleicht könnte man auch seine Ex-Freundin durch den Dreck schleifen, weil sie ihn sexuell erniedrigt hat. Wäre alles schon dagewesen. Erinnert sich jemand an die Freundin des tolpatschigen Bankräubers, der während seiner Geiselnahme ein Interview geführt hat? Sie wurde vorgeführt, vollkommen lächerlich gemacht – und bekommt dafür, dass sie sich nicht mehr auf die Straße traut, ein paar Tausend Euro Entschädigung. Reicht das aus? Oder: Wie sanktioniert man Rufmord, wenn jemand mit unsäglichem Vokabular hingerichtet wird?



mail to
s.bretschneider
@medianet.at



ZITAT DES TAGES
Hans Clarin

Diskussionen haben nur dann einen Sinn, wenn man nicht von vornherein entschlossen ist, recht zu behalten.

WWW.ZITATE.AT



HEUTE



„Die Bemühungen des Consorzio del Prosciutto di Parma, die Marktdurchsetzung im Ausland auf noch solidere Beine zu stellen, tragen Früchte.“

STEFANO TEDESCHI,
CONSORZIO DEL PROSCIUTTO
DI PARMA, S. 28



„Wir streben nicht nach zufriedenen Kunden, wir streben nach begeisterten Kunden.“

ROBERT SEEGER,
DATENKRAFT, S. 10

Gastkommentar Büroimmobilien gelten als Energiefresser schlechthin

Die Bürohauszukunft hat begonnen

Ökologisch. 40 Prozent des europäischen Energiebedarfs gehen auf das Konto von Gebäuden. Büroimmobilien gelten dabei als Energiefresser schlechthin. Beleuchtung, Kühlung und Heizung sind nur einige Parameter, die den Energiebedarf in die Höhe treiben. Selbst in Zeiten, in denen der Klimawandel und seine Folgen medial omnipräsent sind und hohe Energiekosten die Verbraucher belasten, sind energiefressende Bürotürme noch immer im Trend und das Thema ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit zweitrangig. Allein der Aufwand, der nötig ist, diese Gebäude zu kühlen und zu beheizen, ist finanziell und aus Sicht des Energieverbrauchs enorm.

Nachhaltige Büroimmobilien

Die Büroimmobilie „Energybase“ geht einen anderen Weg. Anfang Juni hat der Wiener Wirtschaftsförderungsfonds in Wien-Floridsdorf mit den Bauarbeiten für dieses Vorzeigeprojekt einer neuen Generation von ökologischen und ökonomisch nachhaltigen Büroimmobilien begonnen. Energieeffizienz, Einsatz erneuerbarer Energieträger und höchster Arbeitsplatzkomfort sind die drei Säulen des Konzepts. „Energybase“ verbraucht 80 Prozent weniger Energie als vergleichbare Gebäude herkömmlicher Bauart. Möglich machen das der im Wohnbau längst bewährte Passivhausstandard, innovative Gebäudetechniken wie Solar Cooling oder Fotovoltaik und intelligente Architektur. Die Immobilie produziert einen Teil des benötigten Stroms mittels einer 400 Quadratmeter Fotovoltaikanlage selbst. Die Energiekosten machen nur ein Fünftel einer herkömmlichen Büroimmobilie aus.



Davon profitieren die Mieter, denen wir ab Mitte 2008 moderne und top-ausgestattete Büros – 7.500 Quadratmeter stehen insgesamt zur Verfügung – zu marktüblichen Konditionen anbieten können. Pflanzen zur optimalen Raumklimatisierung, vollständige Versorgung aller Räume mit Tageslicht und optimale Temperierung zu jeder Jahreszeit sorgen dafür, dass „Energybase“ auch ein Bürohaus zum Wohlfühlen wird. Wir sind zuversichtlich, dass die Erfahrungen, die wir damit dank eines wissenschaftlichen Monitorings sammeln können, dazu beitragen, dass energieeffiziente Büroimmobilien in Zukunft auch in größeren Dimensionen zum Einsatz kommen.

Wirtschaftspolitische Impulse

Der Wiener Wirtschaftsförderungsfonds möchte mit dem Projekt aber auch wirtschaftspolitisch Impulse für die Weiterentwicklung der Zukunftsthemen Erneuerbare Energien und Energieeffizienz setzen. Die Zusammenarbeit von Unternehmen, F&E- sowie Bildungseinrichtungen unter einem Dach soll zur Basis für Innovationen und neue Technologien made in Vienna werden.

Bernd Rießland, Geschäftsführer Wiener
Wirtschaftsförderungsfonds, www.wwf.gv.at

„Energiefressende Bürotürme sind noch immer im Trend und das Thema ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit zweitrangig.“

BERND RIESSLAND
WIENER WIRTSCHAFTS-
FÖRDERUNGSFONDS

IMPRESSUM

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

Vorstand: Chris Radda
Herausgeber: Chris Radda, Paul Leitenmüller,
Christian Krebs
Verlagsleitung: Paul Leitenmüller, Harald Kopp
Chefredaktion: Chris Radda

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

medianet prime news & market watch
Chefredakteurin: Sabine Bretschneider (sb – DW 2173) **Stv. Chefredakteur:** Jan Weirich (jawe – DW 2163) **Redaktion:** Alexandra Binder (ab), Bernhard Hafenscher (bh), Engelbert Washietl (ew)

medianet marketing & media
Chefredakteur: Christian Krebs (ck – DW 2170) **Stv. Chefredakteur:** Dinko Fejzuli (df – DW 2175/ Ressort Medien) **Chefin vom Dienst:** Miriam Silberschatz (ms – DW 2172) **Redaktion:** Beatrix Knasmüller (bk – DW 2174/Ressort Agenturen), Peter Suwandschieff (ps – DW 2171) **Ständige Mitarbeiter:** Angela Tager (at – Korrespondent Düsseldorf), Barbara Egger (be), Walfrid Reismann (wr)

medianet retail
Chefredakteur: Hermann Siletsch (hs – DW 2161) **Redaktion:** Anita Broser (ab – DW 2226/Markenartikel, Product News), Monika Dichtl (md – DW 2227/ Industrie, Markenartikel), Bernhard Fischer (bf – DW 2241), Natalie Oberholzer (no – DW 2228/Handel), Miriam Silberschatz (ms – DW 2172/Biztalk)

medianet specials & careernetwork
Chefredakteur: Wolfgang Wendy (ww – DW 2160) **Ständige Mitarbeiter:** Alexandra Binder (ab), Harald Edelbauer (he), Marion Genettl (mg), Lisa Grüner (lg), Rudolf Grüner (rg – DW 2176), Johanna Jenner (jj), Eva Kaiserseder (DW 2147), Andrea Köhler-Ludschner (kl), Mario Koeppl (mk), Gregor Lohfink (gl), Sabine Mlcoch (sm), Nina Pachernegg (np), Alexander Peer (ap), Robert Penz (rp), Rocco Prumer (roc), Gaby Schätzle (gs), Anja Schiffrer (as), Hermann Wackerle (hw)

medianet financenet:
Chefredakteur: Chris Radda
Chef vom Dienst: Linda Kappel (lk)
Ständige Mitarbeiter: Doris Dall'Oglio (dd), Fritz Haslinger (fh), Kurt Sattlegger (ks), Gerald Stefan (gst)

medianet technology & industrial technology:
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitende Redakteur: Chris Haderer (hc), Michel Reimon (mr)

medianet destination & destination austria:
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitender Redakteur: Georg Biron (gb)

medianet automotive business:
Chefredakteur: Peter Mosser (pm)
Leitender Redakteur: Franz J. Sauer (fjs)

Fotoredaktion: Erich Reismann (Leitung), Nadja Ben-Othmane, Claudia Biladt **Lektorat:** Christoph Strolz, Rocco Prumer **Grafisches Konzept:** Verena Govoni **Produktionsleitung:** Olga Boubeva **Grafik:** Raimund Appl, Peter Farkas **Lithografie:** Beate Schmid **Anzeigenleitung:** Richard Mauerechner **Anzeigenproduktion:** Sabine Fölsler **Druck:** Media-Print Zeitungsdruckerei Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien **Vertrieb:** Post.at & „redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-Hotline: 795 00-60, service-center-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 mit der Meinung der Redaktion decken.

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