



«Es schreibt» den Wochenkommentar.

sms. Seit der Sport als ultimative Metapher für gesellschaftliches Zusammenleben etabliert ist, erkennen wir, dass Siegen statistisch gesehen vernachlässigbar ist. Wir spritzen uns zwar täglich unsere Dosis «Eigenblutdoping», aber die Herausforderung heisst: in Würde, mit Anstand, mit Haltung, mit Fair-play zu verlieren. Hanspeter Spörri ist im Urlaub. Tina Piazzi in Wien. Ernst Schmiederer übernimmt für zwei Ausgaben den Wochenkommentar. «Es schreibt» Konzepte, Bücher, Kolumnen und Ghostwritings. Statt seinen Ex-Chefredaktorenposten aufzuzählen und die Orte seines Wirkens und Publizierens. Uns hat er sich damals als Produzent von mocookin (Bernie Rieder) vorgestellt: <http://tv.rebell.tv/p2376.html>

Der Wochenkommentar von Ernst Schmiederer

Vom Verlierer zum Normalo

Zu Gast bei Verlierern? Ach, wenn das nur so einfach wäre.

Also, versuchen wir's. Zu Gast bei Verlierern. Das ist zunächst eine fette Geschäftsidee. Wie verkauft man Fußballfan-Artikel wenn überall Fußballfan-Artikel verkauft werden? Man entwickelt ein Alleinstellungsmerkmal, ein einzigartiges Verkaufsversprechen. Das hat die Mode-Unternehmerin Stefanie Schöffmann mit ihrer Marke «Zu Gast bei Verlierern» professionell gemacht. Ihre roten Kappen, Kaputzenjacken, T-Shirts und Sporttaschen sind mir persönlich vielleicht etwas laut. Mir wäre auch nicht wohl bei dem Gedanken, ich könnte jemandem begegnen, der im selben Outfit als Loser gebrandet ist, wie ich selbst. Meinem Steuerberater etwa. Oder dem Religionslehrer meiner Kinder: Ah, auch Sie ein Verlierer! Aber diese individuelle Bedenkträgerei tut dem Erfolg von Frau Schöffmann keinen Abbruch. Ihre Ware geht in diesen fußballschwangeren Wochen weg wie kaltes Bier. Egal, ob wir Österreicher nun Verlierer sind oder nicht.

Sezieren wir den Erfolg dieser Strategie: Die zwei wichtigsten Elemente des Verlierer-Konzepts sind Emotion und Rationalität. Marketing, könnte man sagen.

Emotional trifft die Verlierernummer mitten ins Herz. Es ist, zumal im Sport, berührend, wenn jemand die eigene Schwäche so hemmungslos in den Vordergrund spielt. Und genau darin haben wir Österreicher Übung: Das Sentiment, etwas Besonderes zu sein, konnten wir im Lauf der Jahrzehnte zum Fakt verfestigen. Wo immer möglich haben wir uns in dieser Besonderheit hübsch

klein gemacht. Wir sind die gemütlicheren Deutschen (Stichwort: Oachkatzlschwoaf). Wir waren, wegen unserer klein gewordenen Staatsfläche, nicht überlebensfähig («Heim ins Reich»). Wir hatten, wegen der Wirtschaftskrise, zu wenig Arbeit (daher: Autobahnbau, Herman Göring Werke). Wir haben unser Land, obwohl es Papst Paul VI. nur als «Insel der Glücklichen» verniedlicht hatte, eigenhändig zur «Insel der Seligen» stigmatisiert (Stichwort: Konkordanzdemokratie). Dass wir eines Tages stolz darauf sein würden, nicht Fußball spielen zu können, war also abzusehen.

Nun kommt die Rationalität ins Spiel: Wir wissen inzwischen natürlich ganz gut, wer wir sind. Europa – dazu später ein paar Worte – hat uns geholfen, das herauszufinden. Wir wissen aber auch, was die anderen – die Welt, die Touristen, die Fans – von uns erwarten: Schmach. Und da legt uns der Fußball dieser Tage wieder eine wunderbare Chance vor die Füße. Diese Chance erkannt und zum Tor verwandelt hat in unser aller Namen der Regisseur David Schalko, gewissermaßen die Frau Schöffmann des Öffentlich-Rechtlichen Fernsehens, indem er das Selbstportrait des süßen Ösi mit einer sogenannten «Pseudo-Dokumentation» gekrönt hat: Am Vorabend der EM wurde «Das Wunder von Wien – Wie Österreich Europameister wurde» identitätstiftend im ersten österreichischen Fernsehprogramm gezeigt. In 50 Minuten beweist der Filmemacher unter bereitwilliger Mitwirkung zahlreicher Prominenz, dass wir wirklich etwas Besonderes sind, diesmal eben: Europameister. Der Witz dabei: Weil uns eh niemand zutraut, Europameister zu werden, kokettieren wir mit dieser Nummer umso effektiver mit unserer Verlierer-Rolle.

Rational setzen wir mit unserem Loser-Branding auf eine Binsenweisheit, die gerne auch als Börsentaktik formuliert wird: Die Verlierer-Märkte von heute sind die Top-Performer von morgen. Mit solchen Sprüchen angeln Finanzberater in aller Welt ihre Kunden. Auch Josef Ackermann ist so zu Vermögen gekommen. Ob die Aktienkurse rauf oder runter gehen, ist für den Geschäftserfolg seiner Deutschen Bank zweitrangig; wichtig ist, ob die Investmentbanker des Instituts rechtzeitig richtig gesetzt haben, wenn die Kurse nach unten rasseln. Mit dieser Strategie hat es der Auslands-Schweizer heuer auf 14,3 Millionen Euro Jahresgage gebracht – was ihn einmal mehr an die Spitze des Einkommens-Rankings der DAX-Vorstände setzt. Ackermann, ein Gewinner?

Doch wo Licht ist, ist auch Schatten: Regelmäßig wird der Exil-Schweizer als Schlußlicht geführt, wenn es um Moral und

Reputation geht. Zuletzt wurde Ackermann im «Manager Magazin» als jener Top-CEO geoutet, über den in Blogs und Internetforen am schlechtesten geschrieben wird. Nur wenige Wochen zuvor hatte ihm das Marktforschungsinstitut Puls in ähnlicher Sache die rote Laterne in die Hand gedrückt: Ackermann ist der Konzernlenker, dessen «sozialverantwortliches Handeln» mit Abstand am schlechtesten beurteilt wird.

Ob es ihn irritiert, dass die Welt einen schlechten Menschen in ihm sieht? Nun: Würde Ackermann so cool mit seinem Image jonglieren, wie Frau Schöffmann es mit dem der Österreicher tut, dann könnte er mit einem brilliantbesetzten Platin-Button am Revers seines Nadelstreifs verkünden: «Ich bin ein Arschloch».

Doch zurück zu uns Österreichern: wir haben gelernt, mit unseren Rollen zu spielen. Auf der Bühne geben wir bereitwillig den Verlierer, im Herzen aber werden wir immer mehr zu Europäern, zu Normalos.

Was hatte man einst nicht aufs Tapet gebracht, um uns den EU-Beitritt madig zu machen: Blutschokolade würden wir essen müssen unter dem Diktat von Brüssel. Marmelade werde verboten, fortan würde nur Konfitüre geduldet. Nach dem Muster der europäischen Gurkenkrümmungsverordnung werde alles und jedes reglementiert. Es wurde gejammert, lamentiert, gedroht, kampagnisiert und gelogen im Kampf gegen Europa. Und doch war es irgendwann soweit: Österreich wurde EU-Mitglied. Österreich verabschiedete den Schilling. Österreich gewöhnte sich an den Euro.

Seither werden wir gerankt. Und zwar nicht mehr als schrullige Vergleichsgröße wie Botswana oder die Schweiz. Sondern als EU-Mitglied. Arbeitslosenzahlen, Kriminalstatistik, Bruttosozialprodukt, krankheitsbedingte Fehlzeiten, Pisa-Studie, Selbstmordrate – in der einen Kategorie sind wir besser als andere, in der anderen schlechter, mal liegen wir im Schnitt. Kurzum: Mit Europa ist die Normalität über uns gekommen. Und die hat uns von einer großen Last befreit: Wir müssen nichts Besonderes mehr sein. Eine Gefahr droht dabei allerdings: Weil der europäische Maßstab so gnadenlos offenbart, wie normal wir sind, geht die gute alte Zeit der Ausreden ihrem Ende zu. In diesem Sinne also, vielleicht ein letztes Mal: Willkommen bei den Verlierern. Hinweis: Hanspeter Spörri hat sich ebenfalls durch das Projekt von Stefanie Schöffmann inspirieren lassen.

Der 45. Wochenkommentar: <http://print.rebell.tv/p124.html>
<http://zugastbeiverlierern.at>