# Wenn der Freund zum Spion mutiert

KURIER Leserbriefe

REDAKTIONELLE LEITUNG
**CHRISTIAN BARTOS**

Der bundesdeutsche Geheimdienst BND spionierte im Auftrag des USA-Geheimdienstes NSA auch Daten aus Österreich aus.

APA/DPA/SOEREN STACHE

**Der Bundesnachrichtendienst (BND) ist als Geheimdienst zuständig für die Auslandsaufklärung**

## Spionageziel

Manche meinen, dass es in Österreich nichts zum Spionieren gibt und die Ministerin sich nur wichtig macht.
Tatsache ist, dass es vielfache Spionage in Österreich gibt. Es dreht sich nicht nur um Staatsgeheimnisse (§ 252 StGB), sondern auch im hohen Maße um Wirtschaftsspionage, die unter die §§ 124 und 265 fällt.
Wer da meint, bei uns gebe es nichts auszuspionieren, irrt gewaltig. Österreich ist in einigen Nischenbereichen Weltmarktführer, aber auch unsere übrige Technologie ist für eventuelle Konkurrenten sehr interessant.
Es stimmt auch nicht, dass unser Bundesamt für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung (BTV) und die Landesämter (LVT) nichts dagegen machen. Sie informieren und sensibilisieren österreichische Unternehmen, die potenzielles Ziel von Wirtschaftsspionage sind. Und das schon viele Jahre hindurch. Die Unternehmen richten sich auch danach und behindern die Spionage wo sie können.
An der Spionage sind nicht nur die Amerikaner beteiligt, sondern einige Staaten. Das weiß man auch im BTV. Aber man hat nur sehr selten Greifbares und selbst dann kann man es meistens den Spionen persönlich nicht nachweisen. Man soll es nicht glauben, selbst militärische Spionage wird gegen Österreich betrieben. Was man da ausspionieren kann, weiß ich freilich nicht. Jedenfalls gibt es auch dagegen eine Strafgesetzbestimmung (§ 252 StGB).
Der jetzige Skandalfall in Deutschland hat natürlich Sonderstatus. In Deutschland wird die Aufklärung durch „Merkel himself" stark behindert.
Es wird daher für unsere Exekutive und den BVT sehr schwierig, irgendjemandem irgendwas nachzuweisen.
Dennoch musste die Innenministerin die Anzeige erstatten, sonst hätte sie sich wegen Amtsmissbrauches strafbar gemacht. Von „Wichtigtuerei" kann man da bestimmt nicht sprechen.

**Paul Weber**
per eMail

## Unbedeutend

Der Größenwahn ist wieder unterwegs. Wer sollte ein bedeutungsloses Land wie Österreich schon ausspionieren? Das hätte man wohl gerne, um sich wichtig zu machen. Gemach, Gemach niemand interessiert sich für Österreich.

**Kirsten Lindacher**
per eMail

## Anzeige erstattet

Na wenn das keine bahnbrechend-mutige Entscheidung der Innenministerin ist? Wer wird mit den Nachforschungen und Ermittlungen beauftragt – Inspektor Clouseau?

**Johann Hochstöger**
3680 Persenbeug

## Freund oder Feind?

Unglaublich, der „Feind" ist unser Nachbar bzw. sein Geheimdienst. Ja, Deutschland macht sich dadurch so gar keine Freunde, nein, da kommen alte Ängste wieder hoch wie anno dazumal! Das ist so nicht in Ordnung, nein, ganz im Gegenteil, Frau Merkel, Ihre Zeit ist gezählt ev. wussten Sie davon, Sie kommen ja aus dem Reich der Spitzelei.
„Der Feind in meinem Bett", wunderbarer Gedanke!

**Peter Skrilez**
per eMail

## Pointiert: Der Tag beginnt mit einem Lacher

### Punktgenau

Jetzt komme ich nicht umhin, ein ganz herzliches und großes Danke an den hoch geschätzten Guido Tartarotti, zu schreiben.
Danke, Guido Tartarotti, für Ihre unterhaltsamen Kolumnen – sei es wie z. B. am 7. Mai „Unwucht" – oder auch an den Samstagen in der KURIER-Freizeit.
Sie können mit pointierten Worten punktgenau treffen und das erheitert mich immer (noch)!
Ein Tag nach der Lektüre Ihrer Kolumne beginnt mit einem Lächeln beziehungsweise, in meinem Fall, meistens mit einem kräftigen Lacher.
Meine Lieblingskolumnen (alle kann ich gar nicht ausschneiden bzw. aufheben) hängen in meiner Wohnung und erheitern mich – bei Bedarf.
Dies wollte ich Ihnen – und heute ist ein guter Zeitpunkt – mitteilen.

**Michaela Irowec**
per eMail

**KURIER LIEBE LESERINNEN UND LESER! IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG. SCHREIBEN SIE AN DEN KURIER. Anschrift:** KURIER Leopold-Ungar-Platz 1, A-1190 Wien oder per eMAIL an **leser@kurier.at** oder besuchen Sie unsere Homepage **www.kurier.at:** Registrierte Benutzer können auf KURIER.at aktuelle Berichte kommentieren und teilen. **Hinweis:** Ihre Zuschriften können sowohl in der Zeitung als auch online veröffentlicht werden. Die Redaktion behält sich Kürzungen vor.

## Gastkommentar

APA / EDITION STOAREICH/DIETER SCHEWIG

MANFRED GREISINGER

# Wo sind würdige Marken-Prediger?

Können Sie sich vorstellen, dass Sie die wertvollen Appelle Ihres Chefs als Zitate in Schmuckschrift überm Bett tapezieren, Sie diese – ehrfürchtig – mit sich im Geldbörsel tragen und bei passender Gelegenheit – natürlich mit Quellenangabe – wiedergeben?

Nein? – Schade … und Beweis dafür, dass an der „Marken-Strahl-Kraft" Ihres Bosses noch „Entwicklungsbedarf" herrscht …

Werfen wir, falls noch jemand an der „Macht der ICH-Marke" zweifelt, bitte einen Blick ins Silicon Valley zu den erfolgreichsten Firmen Google & Facebook. – Nicht nur, dass diese weltumspannende Top-Marken mit Milliardenwerten darstellen, so werden sie zudem von starken, faszinierenden „Personal Brands" geführt: Larry Page und Mark Zuckerberg. Wenn diese Chefs freitags zu ihren MitarbeiterInnen sprechen, dann hat dieses Ritual den Charakter von Predigten. Wie bei einer „Heilsverkündigung" hängen die ZuhörerInnen – Aposteln gleich, die ihrem geistigen Führer folgen – an den Lippen der Redner. Und kaum sind deren Worte verklungen, werden sie als Zitate vervielfältigt, verteilt und im gesamten Firmenbereich an die Wände affichiert. Sie genießen Kultstatus …

So funktioniert Personal Branding im 21. Jahrhundert. Nein, so hat's auch schon im letzten funktioniert, denkt man – als legendäres Beispiel in diesem Jubiläumsjahr der Republik – an die Motivations-Elixier bietenden Worte von Bundeskanzler Leopold Figl (als Radiorede übrigens erst in den 60er-Jahren aufgenommen): „Ich kann euch zu Weihnachten nichts geben, ich kann euch für den Christbaum, wenn ihr überhaupt einen habt, keine Kerzen geben, kein Stück Brot, keine Kohle zum Heizen. Wir haben nichts. Ich kann euch nur bitten, glaubt an dieses Österreich!"

Apropos: da gab's einen als Autorität unangefochtenen Bundespräsidenten Rudolf Kirchschläger, der 1980 anlässlich des AKH-Skandals vom „Trockenlegen der Sümpfe und sauren Wiesen" sprach. – Er fände wohl auch heute passende, glaubwürdige Worte.

### Marken-Werte

Ja, Glaubwürdigkeit und Vertrauen sind die wesentlichen Marken-Kriterien. Die nur dann erreichbar sind, wenn eine Firma, eine Partei – wie auch ein Repräsentant – Marken-WERTE lebt. – Authentizität, das ist das entscheidende Etwas mehr als Image- und Rhetorik-Trainer einem Möchtegern-Charismatiker umzuhängen vermöge.

Wo – und wer – sind nun die aktuellen heimischen „Marken-Persönlichkeiten", deren Worte zu Herzen gehen und wir uns gerne zu Herzen nehmen?! – Nur weil unsere Politik & Wirtschaft „persönlichkeits- und markenarm" (geworden) ist, müssen wir über die Sitten in den IT-Hochburgen Palo Altos nicht die Nase rümpfen. Besser wäre zu überlegen, mit welchen Missionen man hier ein „würdiger Marken-Prediger" werden kann. – Wer fällt Ihnen in diesem Zusammenhang ein, geschätzte Leserschaft? Androsch, Haselsteiner und Lauda können nicht für alles herhalten …

**Dr. Manfred Greisinger, Markenexperte, freier (Buch-)Autor & Referent, „ICH-Marke leben" – Edition Stoareich.**