

”

Als optimal zu platzierende „Humanressource“ werden sich junge Top-Talente nur ungern behandeln lassen.“

Zitat der Woche

Fabian Buder (GfK Verein),
Seite 86



Die Monster in unserem Schrank

Während der Leistungsschutz weiter Wellen schlägt, lauert in der Tiefe anderes Ungemach.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

ABWARTEN. „Wir sind komplett von Google abhängig“, wird Mathias Döpfner, Vorstandschef von Axel Springer und Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, in den deutschen Medien zitiert. Die Erkenntnis ist nicht neu: Zwar wird seit Jahr und Tag beklagt, dass internationale Plattformen sich eine goldene Nase verdienen, indem sie fremde Inhalte, fremde Dienstleistungen oder überhaupt fremde Produkte ganz einfach geschickt monetarisieren. Gleichzeitig ist der Widerstand dagegen ebenfalls seit Jahr und Tag in rhetorische Stahlwolle und faktische Zuckerwatte gepackt. Es sei vital notwendig, dass etwa Google die News-Nutzer auf die Seiten der Verlage lotse, heißt es – aber man würde halt gern dennoch Gebühren kassieren. Diese Widerstandsbewegung erdrücken die US-Riesen jedoch mit schierer Marktmacht. Lösung ist keine in Sicht, solange die rechtlichen Rahmenbedingungen immer noch auf eine uniforme greif- und zu Zahlungen

verpflichtbare Unternehmenslandschaft maßgeschneidert ist, die es so nicht mehr gibt.

Der Rechtsstreit beschäftigt, von Deutschland ausgehend, demnächst auch wieder den europäischen Gerichtshof. Wie das *Handelsblatt* berichtet, hatte das Landgericht Berlin im vorigen Jahr eine Kartellklage abgewiesen und erklärt, Google habe zwar mit gut 90 Prozent in Deutschland eine „marktherrschende Stellung“ als Suchmaschine. Ein „Missbrauch der Marktmacht“ liege aber nicht vor ... Eben.

Feuer frei

Ganz abgesehen davon, sind wir – das heißt: Europa – inzwischen dabei, uns mit einer großkalibrigen Waffe selbst ins Knie zu schießen. Die sogenannte Datenschutz-Grundverordnung ist nämlich beileibe keine „Lex Facebook“ geworden, wie man sie anfangs neckisch nennen wollte. Ganz im Gegenteil: Dieses bürokratisch-administrative Opus Magnum wird auch die heimischen Unternehmen, gleich welcher Größe, bald richtig das Fürchten lehren. Mehr dazu nächste Woche an dieser Stelle.

Impressum

Medieninhaber:

„medianet“ Verlag AG
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Gründungs- und Herausgeber: Chris Radda

Herausgeber: Germanos Athanasiadis,

Mag. Oliver Jonke

Vorstand: Markus Bauer

Verlagsleiter: Bernhard Gilly

Chefredaktion/Leitung Redaktionsteam:

Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173;

s.bretschneider@medianet.at),

Stv.: Dinko Fejzuli (fej – DW 2175;

d.fejzuli@medianet.at)

Kontakt:

Tel.: +43-1/919 20-0

office@medianet.at | Fax: +43-1/298 20 2231

Fotoredaktion: fotored@medianet.at

Redaktion:

Christian Novacek (stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Martin Rümmele (rm), Gianna Schöneich (gs – DW 2163), Ornella Wächter (ow – 2174), Jürgen Zacharias (jz)

Zuschriften an die Redaktion:

redaktion@medianet.at

Lektorat: Mag. Christoph Strolz Grafisches

Konzept: Verena Govoni Grafik/Produktion:

Raimund Appl, Peter Farkas Lithografie: Beate

Schmid Anzeigenproduktion: Aleksandar

Milenkovic Druck: Herold Druck und Verlag

AG, 1030 Wien Vertrieb: Post.at Erscheinungsweise:

wöchentlich (Fr) Erscheinungsort: Wien

Einzelpreis: 4,- € Abo: 179,- € (Jahr) (inkl. Porto

& 10% MwSt.) Auslands-Abo: 229,- € (Jahr).

Bezugsabmeldung nur zum Ende des verein-

barten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger

Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen

Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist

Wien. Gastbeiträge müssen sich nicht mit der

Meinung der Redaktion decken.

Offenlegung gem. § 25 MedienG:

<http://medianet.at/page/offenlegung/>



Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:

abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100

Inhalt

COVERSTORY

Pyrrhussieg im Preiskampf 6
Bestpreisschlacht am rot-weißen Markt hat auch Nachteile

MARKETING & MEDIA

Für die Zukunft gut gerüstet ... 12
News von der Agentur kraftwerk

Keine Missionare 16
Swing Kitchen mit Alternativen bei Produkt und Marketing

Wenn's digital menschtelt 20
Lunik2-Kampagne für BFI OÖ

ATV mit Rekordquoten 22
„Teenager-Mütter“ auf Platz 1

SPECIAL AUSSENWERBUNG

Out of Home Award 2017 34
Auszeichnung der kreativsten Sujets der Außenwerbung

Interaktive Außenwerbung 38
Große Grafik der Woche

Ambient Meter 40
Vor allem Goldbach Media freut sich über die aktuellen Zahlen

RETAIL

Die Saat ist aufgegangen 50
Fairtrade Österreich zieht für 2016 eine positive Bilanz

Neu in der Adeg-Family 55
Dritter Markt in der Steiermark

Aber bitte mit Zucker! 56
Agranas Bilanz stimmt positiv

FINANCENET & REAL:ESTATE

Wieder Fonds für KMU 64
Renditen mit Segen der Finanz

Wirtschaft im Hoch 65
Heimische Konjunktur gibt Gas

HEALTH ECONOMY

„Leistungen harmonisieren“ ... 72
Die Pläne des neuen Chefs des Hauptverbands, Alexander Biach

Pharma unter Druck 73
Aktuelle Branchenanalyse von EY

CAREERNETWORK

Die Personaler-Trends 78
Kienbaum HR-Report 2017: Die Prioritäten verschieben sich

Ein Programm für „Pioniere“ ... 82
Unkonventionelles Programm der WU Executive Academy

AUTOMOTIVE BUSINESS

Ersetzt Über das eigene Auto? 90
Der neue „Verkehrsdienstleister“

Diesel immer unbeliebter 91
Trend in Österreich schon spürbar