

”

Die Verleger gehen mit Giganten wie Facebook zu zahm um, weil sie Angst haben, uncool zu wirken.“

Zitat der Woche

Giovanni di Lorenzo (Die Zeit) beim European Newspaper Congress (Seite 24)

Impressum

Medieninhaber:

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

Gründungs-herausgeber: Chris Radda

Herausgeber: Germanos Athanasiadis,

Mag. Oliver Jonke

Vorstand: Markus Bauer

Verlagsleiter: Bernhard Gily

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 **Erscheinungs-**

weise: wöchentlich (Fr) **Erscheinungsort:** Wien

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

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

Bezugsabmeldung nur zum Ende des verein-

barten Belleiferungszeitraums 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/



Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

GEHÖRT GELESEN. Mit einer lustigen Idee ist Amazon jetzt in den USA gestartet: „Amazon Charts“ listet jetzt nämlich nicht mehr nur die meistverkauften Titel auf, sondern auch die meistgelesenen. Wie das möglich ist? Nun, zumindest in einer geschickten Annäherung an die Fakten: Für die „most read“ werden nämlich die tatsächlichen Lese- und Hörvorgänge der Amazon-Kunden ausgewertet – also, zusätzlich zu den Verkäufen „analoger“ Bücher, sämtliche Kindle- und Hörbuch-Aktivitäten. Dass Amazon „mitliest“, ist jenen Nutzern ohnehin schon aufgefallen, die nicht geschickt genug waren, diverse Zusatzfunktionen von vornherein abzudrehen.

Ein weiteres Angebot, das Amazon seinen Lesern demnächst macht, ist etwa die Zusatzinfo „Geschwindigkeit, in der ein Buch gelesen wurde“. Dies interpretiert man mit dem Attribut „unputdownable“ („Kann man gar nicht mehr aus der Hand legen, bevor man fertig ist“), wobei Feinheiten wie die Tatsache, dass Harry

Mitlesefaktor, anders definiert

Tagtäglich wartet die Digitalisierung mit Überraschungen auf. Heute: „Bestseller“.

Potter flotter durchgeackert ist als beispielsweise der neue Sloterdijk, noch keine Rolle spielen. Dazu kommen Leser-Bewertungen, regionale Vorlieben – und natürlich der Verweis auf den digitalen Einkaufskorb. Rein spekulativ ergäben sich daraus noch ganz andere spannende Rankings: Etwa jene Bücher, die alle gekauft haben, aber keiner je fertig gelesen hat. Möglich ist das übrigens jetzt schon. „Popular Highlights“ etwa heißen bei Amazon die fünf beliebtesten Passagen, die von anderen Lesern (in E-Books) markiert wurden.

Ein US-Mathematiker hat sich kürzlich genau diese Highlights in populären Bestsellern angesehen. Seine Hypothese: Wurde ein Buch ganz gelesen, müssten sich die Highlights über das ganze Buch verteilen. Gibt es nur am Anfang Markierungen, deutet das auf einen eher disruptiven Lesegenuss. Ergebnis: Den schlechtesten Lesewert hatte ein Superstar der vergangenen Jahre: Thomas Piketty, „Das Kapital im 21. Jahrhundert“, 1.000 Seiten. Hätten Sie's erraten? Lesen Sie dazu auch unseren dieswöchigen Schwerpunkt „Digital Retail“ ab Seite 59.

Inhalt

COVERSTORY

ATVs neue Agenda 4
Nach dem Verkauf: So sieht die neue ATV-Primetime aus

MARKETING & MEDIA

Erfolg mit Local Content 10
W24-Geschäftsführer Michael Kofler über sein Konzept

„Baywatch“ am Citylight 12
Gewista lockt ins Kino

Good Vibrations 14
Das war der Radio Research Day

SPECIAL LIVEMARKETING

Voller Leidenschaft 28
Florian Halder und Harald Knoll leiten die Stargate Group

In neuem Licht 44
Spektakel by Electric Church

Meine Stadt, mein Fest 46
Das Wiener Donauinselfest steht wieder vor der Tür

RETAIL

Digital Retail: Was ist drin? 52
Interview mit Christian Renk, Country Manager Klarna Austria

Vereinte Legenden 56
Getränkhandel: Del Fabro und Kolarik & Leeb fusionieren

eCommerce & Human Retail ... 59
Die Digitalisierung im Handel stößt an ihre Grenzen

FINANCENET & REAL:ESTATE

Die Kugel rollt 68
Casinos Austria und Lotterien mit einer 50-Jahres-Bestbilanz

Außen hui, innen pfui 69
European Attractiveness Survey

HEALTH ECONOMY

Neustart möglich 74
Reform der Primärversorgung

Kassen sind im Plus 75
Überschüsse im Vorjahr

DESTINATION

100 Jahre Verkehrsbüro 80
Der Konzern lässt „sein“ Jahrhundert Revue passieren

Countdown zur Art Salzburg ... 85
Neues frisches Kunstangebot: Messe für zeitgenössische Kunst

INDUSTRIAL TECHNOLOGY

Intelligente Fabriken 90
Investitionen in „Smart Factories“ führen zu mehr Effizienz

125 innovative Jahre 91
Jubiläum: Siemens-Standort Weiz



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

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