

”

Angesichts der ganzen Falschnachrichten, die von NBC und den Gesellschaften kommen, ist es ab wann angebracht, ihre Lizenzen infrage zu stellen.“

Zitat der Woche

Donald Trump bestätigt seinen Ruf als Medienkenner

Impressum

Medieninhaber:

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

Gründungsherausgeber: 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

Chefin vom Dienst: Gianna Schöneich, M.A.
(gs – DW 2163)

Redaktion:

Christian Novacek (stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Martin Rümmele (rm), 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

ENCORE UNE FOIS. Die unendliche Geschichte rund um die unsäglichen Fake News zieht weiter Kreise – und wird sich wahrscheinlich ad infinitum weiterdrehen. Seit auch die wahlwerbenden Parteien in Österreich das innovative Instrument der kruden Verleumdung im Web 2.0 für sich entdeckt haben, nimmt die Aufregung kein Ende – zu Recht. Allerdings wäre etwas mehr *praxisorientierte* Lösungskompetenz gefragt. Auch, wenn das nicht einfach werden wird.

Schneeballeffekt

Die Lügengeschichte per se ist – auch abseits des Hieronymus Carl Friedrich von Münchhausen – nichts Neues unter der Sonne. Auch der Begriff selbst, „Lügenpresse“, hat fast 200 Jahre auf dem Buckel, war als „Lügenbrief“ schon im Deutschen Wörterbuch der Gebrüder Grimm nachzulesen. In unseren Breiten geistert die „Lügenpresse“ seit dem Ersten Weltkrieg durch das Vokabular autoritärer Gruppierungen,

Münchhausen lässt grüßen

Ein weiterer Beitrag zur Diskussion um die „Lügenpresse“, der nicht eben Hoffnung weckt.

abwechselnd und parallel sowohl am linken als auch am rechten Ende des Politspektrums.

Das Problem für den seriösen Journalisten: Seine Selbstverpflichtung, umfassend, objektiv und wahrhaftig zu berichten, bezieht sich auf die Wiedergabe von Fakten. Das diffamierende „Fake“ jedoch bezieht sich oft gar nicht auf Fakten, sondern auf Interpretation und Meinung.

„Faktenchecks“ sind auch kein Allheilmittel, weil der Schneeballeffekt jegliche Widerlegung überrollt. Die *Zeit* zitierte dazu eine Studie: 1.800 Probanden wurden Falschaussagen vorgelegt, von relativ glaubwürdig bis vollkommen abstrus. Das Fazit: Jede *Wiederholung* führt zu einem deutlichen Glaubwürdigkeitsplus, egal wie kritisch die jeweilige Aussage anfangs eingeschätzt wurde. Und: Dieser Verstärkereffekt trat selbst dann auf, wenn die Aussagen als „falsch“ gekennzeichnet wurden. Was tun? Wahrscheinlich wird es uns nicht erspart bleiben, am anderen Ende zu beginnen: beim *Empfänger* der Botschaft. Nachrichtenkompetenztraining für alle, als Pflicht, nicht Kür. Das könnte sich ziehen.

Inhalt

COVERSTORY

Jubiläums-Talk 6
Georg Kapsch über 125 Jahre Kapsch und den Standort

MARKETING & MEDIA

iab I: Neuer Einreichrekord 12
245 Anwärter beim iab webAd

iab II: Die Kandidaten 14
Neuer Vorstand, neuer Präsident: alle Kandidaten auf einen Blick

Thema „Digitalisierung“ 16
Besucherrekord beim Tag der Marktkommunikation

Countdown zur DSGVO 22
Rückblick auf die Jahrestagung zum betrieblichen Datenschutz

Wahlwerbepbudgets 2017 30
Focus Media Research: Bisher gaben die Parteien 15 Mio. € aus

RETAIL

Ein sportlicher Wettkampf 42
XXL, Intersport und Sport 2000 fighten um die Marktführerschaft

Österreichs Eier sind „clean“ 46
LK OÖ: Kauf heimischer Eier ist der beste Schutz vor Fipronil

Die Kaufreise des Kunden 50
Gastbeitrag von Anne M. Schüller

SPECIAL OBST, GEMÜSE & BIO

Nicht weit vom Stamm 62
Lieblingsobst der Österreicher ist der – heimische – Apfel

Neue Lust an alten Sorten 64
Verbraucher und Handel haben „alte“ Gemüsesorten entdeckt

Soja „made in Austria“ 66
Mit dem Ertrag werden weite Teile Europas mit Eiweiß versorgt

FINANCENET & REAL.ESTATE

Nabel der Finanzwelt 72
Gewinn-Messe: Gipfeltreffen der Wirtschafts- und Finanzszene

6B47 bleibt präsent 78
Luxus-Apartments in Breslau

HEALTH ECONOMY

Die Branche baut aus 83
Boehringer Ingelheim, Cromapharma und CompuGroup

Daten als Chance 86
Big Data für Innovationen nutzen

AUTOMOTIVE BUSINESS

Ein neuer Milliardenmarkt 90
Automobilhersteller könnten mit digitalen Angeboten wachsen

Konzept mit Zukunft 92
Porsche Banks Marke „shareto“



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

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