

”

In unserer Gesellschaft ist man nur dann etwas wert, wenn man fesch und fit ist. Ansonsten ist man unten durch.“

Zitat der Woche

Beate Großegger vom Institut für Jugendkulturforschung



Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

KAPUTTGEFÜRCHTET? Vor hundert Jahren erschütterte der österreichische Wirtschaftswissenschaftler Joseph Schumpeter die Grundfesten der Ökonomie und brachte das Blut manch eines Kollegen in Wallung: „Kann der Kapitalismus weiterleben? Nein, meines Erachtens nicht“, behauptete er. Kapitalismus sei „Chaos“. „Fruchtbares“ Chaos allerdings. Und so ganz ernst gemeint war seine Prognose nicht; legte er doch mit seinem Konzept der „schöpferischen Zerstörung“ das Fundament dafür, dass moderne Spielarten marktgesteuerter Wirtschaftsformen bis heute prosperieren.

Die Schumpetersche Zerstörung heißt im Modernsprech „Disruption“; der durch Wettbewerb ausgelöste Prozess ständiger Erneuerung und Verbesserung der Produktionsverfahren und Erzeugnisse nennt sich „Innovation“, wird derzeit durch Automatisierungs- und Digitalisierungsbestrebungen neuer Akteure am Markt angetrieben – und ist ein brummender Motor

wirtschaftlicher Entwicklung. Sofern alles rund läuft in diesem ökonomischen Phönix-aus-der-Asche-Kreislauf.

Jedenfalls ist das Konzept aktueller denn je. Nur Unternehmen, die sich fortwährend infrage stellen, bleiben stabil. Aber anstrengend ist das schon. Es nutzt dem letzten Hersteller von Pferdekutschen nichts, wenn er seine internen Prozesse optimiert, sein Marketing aufbrezelt und zwei zusätzliche Gäule kauft, wenn die Leute längst auf ein Auto mit Schiebedach sparen.

Alternative Deutungen

„Who's afraid of disruption?“ titelte kürzlich der *Economist*. Das erstaunliche Ergebnis der Recherche, das hier präsentiert wurde: So ganz stimmt das nicht mit dem angekündigten Tod der „Old Economy“, getroffen von der Lanze der digitalen Helden. Wohl habe es ein paar ökonomische Leuchttürme böse erwischt, aber gesamtheitlich betrachtet zeichnen die Zahlen ein anderes Bild.

Hoffnung für etablierte Unternehmen? Nur bedingt. Zum Nachlesen: <https://goo.gl/dHQjiq>

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

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 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

Wer hat Angst vor der Disruption?

Keiner? Und wenn sie aber kommt?
Davonlaufen ist auch keine Lösung.

Inhalt

COVERSTORY

Der Kurz-Macher 6
Philipp Maderthaler trug
entscheidend zum ÖVP-Sieg bei

MARKETING & MEDIA

Ein globales Netzwerk 12
Wer werblich kommuniziert,
kommt an Newbase nicht vorbei

Wie Werbung wirkt 14
Der „Markenmagnetismus“

Die Einflüsterer 22
Neue Plattform „influence.vision“

DIREKT- & DIALOGMARKETING

Direkt und gedruckt 26
Dialog Marketing Report 2017

Daten sind das Fundament 32
e-dialog-CEO Siegfried Stepke
im medianet-Interview

RETAIL

Aus dem „Dorfleben-Report“ . 44
Adege durchleuchtet in einem
Report die Zukunft der Dörfer

Bezaubernde Aurora 48
Die Vienna Comic Con bekommt
ihr eigenes Craft Beer

SPECIAL E-COMMERCE

Ausweitung der Kampfzone ... 52
Studie von Sana Commerce
über die Digitale Transformation

Quelle wird 90 54
... und feiert mittels Shopping-App

FINANCENET & REAL:ESTATE

Kundenoffensive 66
AKV legt sich illustren Beirat zu

X führt besser als Y 67
Studie: Wirtschaftsauskunftei CRIF

HEALTH ECONOMY

Es braucht Visionen 74
Pfizer Österreich-Chef
Robin Rumler im Gespräch

Arbeiten in der Cloud 78
Kompliziert für die Kassen

CAREERNETWORK

Liebe das Problem 80
... und nicht die Lösung:
Symposium von Strategie Austria

Büro-Revolution 86
Moderne Arbeitswelten

AUTOMOTIVE BUSINESS

Kurs auf Wachstum 92
Im Interview: DriveNow
Österreich-Chef Robert Kahr

Kulturgut auf Rädern 94
Studie „Oldtimer in Österreich“