

”

*We feel a responsibility to make sure our services aren't just fun to use.“*

**Zitat der Woche**

*Für Mark Zuckerberg steht nicht nur der Spaß im Mittelpunkt seines Imperiums ...*

*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:**  
Eva Kaiserseder (kai – 2174), Christian Novacek  
(stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Paul  
Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk),  
Martin Rümmele (rm), 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 vereinbarten 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/>



**Leitartikel**

••• Von Sabine Bretschneider

IMMER WIEDER. Keine Diskussion zum Status quo der Netzökonomie kommt derzeit ohne die Begriffe Monopolstellung und Meinungsmacht aus. Aktuell löst Facebook mit einer Änderung im Newsfeed Aufregung bei den ‚klassischen‘ Medien aus (siehe Bericht auf Seite 16ff.).

Es rächt sich, dass wir zwar österreichweit bzw. EU-weit seit jeher auf den Schutz des Wettbewerbs achten, *globale* Quasi-Monopole aber nicht nur die längste Zeit außer Acht gelassen haben, sondern auch noch mit aller Vehemenz auf diesen Zug aufgesprungen sind. Mag sein, dass unschlagbare Usability und unbestreitbarer Nutzen zum Erfolg der großen US-Internetkonzerne beigetragen haben, aber dass keinerlei spürbare Anstrengung unternommen wurde, *alternative* Networks aufzuziehen, ist doch ... zumindest schade. Apples iPhone war eine Zeit lang unlegbarer Smartphone-Sieger aller Klassen, nach einiger Zeit und einigen Turbulenzen konnten dennoch Mitbewerber gleichziehen.

# Das Unbehagen in der Netzökonomie

Wer das Entstehen monopolistischer Strukturen begünstigt, lebt und wirtschaftet mit den Folgen.

Wer den Fehler gemacht hat, Facebook als mehr oder weniger alleinige Distributionsform seines Contents zu betrachten, muss damit leben, dass jegliche Veränderung der Algorithmen das eigene Geschäftsmodell auf den Kopf stellt.

Dass die EU-Kommission in gewohnt träger Manier harte finanzielle Sanktionen in den Raum stellt und teilweise auch durchsetzt, ändert wenig am zugrundeliegenden Problem: Längst sind es nicht mehr nur Geschäftsinteressen und Konsumverhalten, die von einigen wenigen gesteuert werden können, sondern auch die innersten Strukturen von Gesellschaft und Politik. „Wir haben es mit Technologien zu tun, die unsere Lebensrealität bis in den tiefsten Kern des humanistischen Menschenbilds verändern“, schrieb die Schriftstellerin Juli Zeh vor einigen Jahren in einem offenen Brief in der *Zeit* an die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel.

Was Appelle an Vernunft, Ethik, Demokratiebewusstsein und staatliche Aufsicht nicht erreichen, könnte sich durch das Auftreten gravierender ökonomischer Nebenwirkungen beschleunigen.

## Inhalt

**COVERSTORY**

**Coca-Cola launcht Fuzetea .... 6**  
Der Getränke-riesen bringt die Eistee-Marke jetzt nach CEE

**MARKETING & MEDIA**

**Wellen schlagen ..... 12**  
Aus MEC wird Wavemaker:  
CEO Silke Übele über ihre Pläne

**Facebook verbannt Verlage .... 16**  
Die neuen Newsfeed-Richtlinien.  
Wer profitiert, wer verliert?

**Gewistas „One-Stop-Shop“ .... 20**  
Ein Ansprechpartner für alle Kultur- und Eventkunden

**Total Big Data ..... 22**  
Produktinnovationen & Lösungen am Big Data Marketing Day 2018

**Infoscreen wird 20 ..... 24**  
Neues Programm zum Jubiläum

**SPECIAL MARKTFORSCHUNG**

**Das sind die Trends! ..... 36**  
Thomas Schwabl, Marketagent.com: Eine Branche im Umbruch

**Semiotic Profiling ..... 39**  
Werbliche Kommunikation und die Motive der Zielgruppe

**RETAIL**

**Stumpfe Profile im Handel ..... 44**  
Handelsexperte Peter Schnedlitz über Dos and Don'ts im LEH

**Kein Zentren-Sterben ..... 48**  
Stabile Retail-Immo-Branche

**Ausgezuckert ..... 50**  
50 Eigenmarken bei Spar enthalten jetzt weniger Zucker

**Ein Herz für Tiere ..... 52**  
Lidl verpflichtet sich zu mehr Tierwohl in der Schweinehaltung

**FINANCENET & REAL.ESTATE**

**wefox bringt frischen Wind .... 58**  
wefox Österreich-Chef Werner Holzhauser im Gespräch

**Güldene Tipps ..... 60**  
Private Bankhäuser raten zu Aktien – und auch zu Gold

**HEALTH ECONOMY**

**Nächste Runde ..... 68**  
ELGA-Manager Martin Hurch kündigt nächste Schritte an

**Konzepte gesucht ..... 69**  
AUVVA kämpft ums Überleben

**INDUSTRIAL TECHNOLOGY**

**Prognose: Exportrekord ..... 74**  
180 Mrd. Euro in 2018 angepeilt

**Innovativer (Wasser-)Stoff ..... 76**  
Pilotprojekt der voestalpine



**Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:**  
[abo@medianet.at](mailto:abo@medianet.at)  
oder Tel. 01/919 20-2100