

”

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 ...



Das Unbehagen in der Netzökonomie

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

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.

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 gewohnter 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.

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 **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

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