

”

Wenn man einen Scheißprozess digitalisiert, bekommt man einen digitalen Scheißprozess.“

Zitat der Woche

Lufthansa-Vorstand
Thorsten Dirks 2015 (noch als
Telefónica-CEO) in der „SZ“

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
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.feizuli@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 **Fotoredaktion:**

Jürgen Kretten **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 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:

<https://medianet.at/news/page/offenlegung/>



Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

VERSTIEGEN. Die letztwöchige Covergeschichte setzte sich mit dem Einsatz Künstlicher Intelligenz im Marketing auseinander – ein Thema, das viel Echo auslöste. Eben hat sich auch das Online-Portal iBusiness Daily („Zukunftsforscher für interaktives Business“), des Themas angenommen. Durchaus kritisch: „Vergesst die Künstliche Intelligenz!“

Problem Nummer eins sei die Datenqualität („Garbage in – Garbage out“): „Wenn die verwendeten Daten schlecht sind, dann kann auch der beste Algorithmus nichts retten.“ Zweitens: Prozesse verbessern sich nicht durch Digitalisierung (siehe Zitat links). Und: „Hinter jedem Algorithmus steckt der Nerd, der ihn programmiert hat.“ Wenn also der Programmierer der Überzeugung ist, dass, beispielsweise, Ausländer eher als Ladendieb tätig werden als Inländer, dann wird die Diebstahlspräventions-KI höchstwahrscheinlich bizarr rassistisch agieren.

Wann beginnt die KI Eier zu legen?

Warum Artificial Intelligence nicht zur Wollmilchsau taugt – und eine Einstimmung auf den Sommer.

Hinweis eines Experten, der sich seit Längerem mit KI und deren Unzulänglichkeiten – gemessen an der Erwartungshaltung der Anwender – auseinandersetzt: Handelsübliche Spamfilter und Virens Scanner wären, würde man sie heutzutage erstmals vermarkten, ein Musterbeispiel für eine tatsächlich funktionierende KI. Als Kaspersky damals sein erstes einschlägiges Programm auf den Markt geworfen hat, trieb sich der Trendbegriff – zumindest, was die Nutzung im allgemeinen Sprachgebrauch betrifft – noch in der Science-Fiction-Literatur herum. Karl Popper verwies übrigens darauf, dass schon für die *menschliche* Intelligenz bisher niemand eine von allen einschlägigen Fachleuten akzeptierte Definition der Intelligenz hat formulieren können.

Mit diesem Denkanstoß entlässt die Redaktion von medianet Sie, liebe Leserinnen und Leser, in einen hoffentlich wunderschönen Sommer. Die Printausgabe von medianet pausiert bis 24. August; bis dahin übernimmt der medianet-Newsletter und unser Portal www.medianet.at.

Inhalt

COVERSTORY

Werbung mit Weltmeistern 4
Die Fußball-Weltmeisterschaft
2018 und die TV-Branche

MARKETING & MEDIA

Sky und das runde Leder 10
Neue Fußballbundesliga und
neue Mega-Kampagne

23 Jahre Antenne Steiermark 16
Gottfried Bichler zieht ein
positives Zwischenfazit

Eine Agentur auf Augenhöhe 24
Mit „Leidenschaft und Einsatz“

„Ein bisschen wie Flirten“ 28
Matthias Flödl, ÖBB, über
Corporate Publishing

Einfach „zensationell“ 36
Die ersten acht Jahre der Wiener
Digitalagentur Zensations

RETAIL

Es war einmal 40
Yuu'n Mee-Gründer Robert
Herman und das Storytelling

Talsole durchschritten 50
Metro-Chef Olaf Kochs Bilanz

SPECIAL ALKOHOLFREIE GETRÄNKE & BIER

Egger in der Gastronomie 54
Start der Transgourmet-Offensive

Traubisoda wie damals 60
Die kultige Weintrauben-Limo
besinnt sich ihrer Wurzeln

FINANCENET & REAL:ESTATE

KMU haben die Nase vorn 64
Kooperation mit Start-ups

Soravias Austro Tower 72
Skyscraper mit 135 m Höhe

HEALTH ECONOMY

Kassen unter Druck 74
ÖVP und FPÖ verordnen per Ge-
setz einen Stopp der Ausgaben

BIA Separations wächst 76
Profiteure des Biotech-Booms

CAREERNETWORK

Vom Muss zum Privileg 80
Work Report des Zukunftsinstituts

Geld ist nicht alles 86
Interview: Doris Palz, Österreich-
Chefin von Great Place to Work

AUTOMOTIVE BUSINESS

Ein Blick in die Zukunft 92
Studie offenbart Veränderungen
in unserem Fahrverhalten

Fokus auf Wasserstoff 94
Elektro allein ist zu wenig



Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:

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