

”

Für jedes komplizierte Problem gibt es eine Lösung, die simpel, klar, verständlich und falsch ist.“

Zitat der Woche

Henry Louis Mencken, US-amerikanischer Schriftsteller und Journalist

Impressum

Medieninhaber:
medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>
Gründungs-herausgeber: Chris Radda
Herausgeber: Germanos Athanasiadis,
Mag. Oliver Jonke
Geschäftsführer: 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

Redaktion:
Christian Novacek (stv. Chefredakteur, nov – DW 2161), Anna Muhr (am – DW 2174),
Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk),
Martin Rümmele (rüm), 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
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:
<https://medianet.at/news/page/offenlegung/>



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100



Was lockt den Hund vor den Ofen?

Headlines werden überschätzt. Inhalte auch. Was bleibt, ist das Handwerk und die Ehr’.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

ZITIERT. Ein Ausflug in die Welt wissenschaftlich unterfütterter journalistischer Aphorismen: Godwin’s Law, ein Theorem aus der Internetkultur, besagt, dass in Online-Debatten mit der Dauer der Unterhaltung die Wahrscheinlichkeit steigt, dass der Begriff „Nazis“ ins Spiel kommt. Betterridges Gesetz der Schlagzeilen wiederum rät dem Publizisten, niemals ein Fragezeichen hinter die Headline zu setzen, denn: „Jede Schlagzeile, die mit einem Fragezeichen endet, kann (und wird) mit ‚Nein‘ beantwortet werden“ (Ufos über Wien gesichtet?). Stimmt so natürlich nicht. Siehe Headline oben. Eine saloppe Privatauswertung ergibt: Werden Headlines als Frage formuliert, gilt eine Quote von 50:50 für Ergänzungs- vs. Entscheidungsfragen – und von diesen Ja/Nein-Fragen konnten etwa die Hälfte nach Lektüre des betreffenden Artikels getrost mit „Ja“ beantwortet werden. Fazit: Nicht jedes „Gesetz“ taugt als Handlungsanleitung. Aber: Ein kompetenter Journalist fragt nicht, er antwortet.

Bloß mit den Lesern ist das so eine Sache: In Zeiten des Schlagzeilenjournalismus ist die schlichte Information des geschätzten Rezipienten kein taugliches Lockmittel mehr. Ohne Triggerwörter- „Sex“, „Mord“, „kostenlos“ – bleibt der Hund hinterm Ofen. Was aber, wenn auch das nichts mehr nützt? Eine Analyse von zehn Mio. Klicks durch die Columbia University ergab, dass lediglich vier von zehn Nutzern die Inhalte, die sie auf Twitter aktiv teilen, auch lesen. Und dabei sprechen wir von einem Umfeld, das von hochemotionalen Debatten – derzeit etwa trendet #nazisraus, siehe Godwin’s Law – geprägt ist. Was also bringt’s dem Publisher, wenn sein Content wohl geshared, aber nie konsumiert wird? Futurezone.at berichtete über eine Studie, die journalistische Konglomerate bei Twitter untersucht hat. Das Ergebnis: 30 Prozent der Tweets von Journalisten beziehen sich auf Kollegen, Medienleute tauschen sich in Sozialen Medien vorrangig untereinander aus. Damit erledigt sich die Jagd nach dem Leser, die Suche nach der ultimativen Headline. Und, natürlich: „Nazis raus!“

Inhalt

COVERSTORY

Die neue Einfachheit 6
Interview: Merlicek & Grossebner wird zu Merlicek & Partner

MARKETING & MEDIA

„Same procedure ...“ 12
Grayling beleuchtet die Kommunikationstrends 2019

Welche Zukunft wollen wir? 14
Daniela Kraus ist die neue Concordia-Generalsekretärin

Alles aus einer Hand 16
Obscura: So schnell kann es nach oben gehen

Das steckt dahinter 20
Die berühmtesten Logos

Neue im Netz 28
Vom IoT bis zur KI bauen Webtechnologien ihre Rolle aus

RETAIL

Die Lehre im Handel 34
In der Lehrlingsausbildung haben die Händler viele Ideen

Merkurs neue Spitze 36
Alexandra Draxler-Zima folgt Kerstin Neumayer nach

Goldene Kugel 38
Wer beim „Energy Globe World Award“ ins Rennen geht

Billas Filialoffensive 40
2019 steht Filiale Nr. 1.100 an

FINANCENET & REAL:ESTATE

In der Champions-League 48
Seit 2007 wurden in Österreich 480.000 neue Stellen geschaffen

Aktientipps mit Potenzial 52
Globale Aktienempfehlungen von Erste Group Research

HEALTH ECONOMY

Fluch und Segen 58
Neue Krebstherapien machen Hoffnung und kosten viel

Kosten der Kassenreform 60
Noch viele Unklarheiten

CAREERNETWORK

Frischer Wind bläst rau 64
Im neuen Jahr verändert sich in der Bildungslandschaft einiges

Das sind die Top-HR-Trends ... 68
KI, Blockchain und die DSGVO

AUTOMOTIVE BUSINESS

Vienna Autoshow 2019 72
400 Neuwagen und Dutzende Premieren in der Wiener Messe

Lucky Car expandiert 78
Neue Filialen in Graz und Linz