

”

*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



# 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. Betteridges 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!“

## Impressum

### Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH  
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG  
<http://www.medianet.at>

Gründungsherausgeber: 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.feizuli@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 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/>



Abo, Zustellungs- und  
Adressänderungswünsche:

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

## Inhalt

### COVERSTORY

Die neue Einfachheit ..... 6  
Interview: Merlice & Grossebner  
wird zu Merlice & 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