

”

*Nach Brüssel zu reisen, ist für Frauen ungleich schwieriger, weil sie sich ihren Familien verbunden fühlen.“*

### Zitat der Woche

*Liste Jetzt-EU-Kandidat Vogenhuber tritt den Beweis dafür an, dass sich eben doch nicht alles zwangsläufig ändert*

## 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), Nicole Szesz (nis – 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 **Fotoredaktion/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/>



### Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

WANDEL. Die Welt ist keine Selbstverständlichkeit mehr. Vollbeschäftigung ist ein Codewort für Sozialismus und verstaatlichte Industrie, hochsommerliches Wetter heißt Hitzewelle, winterliches Schneehölle und beides steht für Klimawandel. Altersversorgung deuten Junge als lebenslange Suche nach atypischer Beschäftigung. Soziale Medien lösen journalistische Deutungshoheit ab und übergeben das Ruder an das Marketing einschlägig hochgerüsteter Unternehmen und Organisationen.

Der politische Diskurs ist dem Lobbying in Netzwerken gewichen, menschliches Selbstverständnis der visuellen Selbstdarstellung. Der Protest der Straße weicht dem „Herdendruck“ jener, die virtuos mit neuen Medien umgehen. Die um sich greifende Verunsicherung bereitet den Boden für Verschwörungstheorien, die selbst vor der Keuchhustenimpfung nicht halt machen. Selbst der Verweis auf die Menschenrechte outet die persönliche politische Positionierung.

# Der Tag, an dem die Erde aufging

Ein Beitrag zur Querschnittmaterie „Weltbild“ und zur erträglichen Leichtigkeit des Seins.

Ein Auslöser für diese Evolution könnte der Tag gewesen sein, an dem die Erde aufging: Das Bild „Earthrise“, das die Crew der Apollo 8 am 24. Dezember 1968 von der über dem Mondhorizont schwebenden, kleinen blauen Kugel geknipst hat, gilt als eines der einflussreichsten Bilder des vergangenen Jahrhunderts, ein Logo des Anthropozäns – und erschütterte buchstäblich unser Welt-Bild. Das kulturelle Selbstverständnis, Teil einer Welt zu sein, in der alles mit allem in Verbindung steht, lancierte einerseits ein modernes ganzheitlicheres Denken, andererseits verkörpert es völlige Verlorenheit.

Die Bezeichnung als eines der „Most Influential Images of All Time“ teilt sich Earthrise übrigens unter anderem mit einem qualitativ schlechten Schnappschuss, der offenbar den Rüssel des Ungeheuers von Loch Ness zeigt. Nun, alles eine Sache der Auslegung.

Apropos Auslegung: Das statistische Amt der Republik, die Statistik Austria, darf kein weisungsgebundenes Anhängsel des Bundeskanzleramts werden. *Lesen Sie dazu den Kommentar von Kollege Dinko Fejzuli auf Seite 28.*

## Inhalt

### COVERSTORY

„What's coming next“ ..... 4  
Vorschau: IAA General Secretary Beatrice Cox-Riesenfelder im Vorfeld des IAA World Kongress

### MARKETING & MEDIA

Geschichtenerzähler ..... 10  
Ketchum Publico: Barri Rafferty und Saskia Wallner im Interview

Keine Angst ..... 14  
Die ghost.company im Interview

Konstant in der Veränderung ..... 18  
Seit 30 Jahren am Markt: Wanted

### SPECIAL AUSSENWERBUNG

Außenwirkung in 3D ..... 30  
Kronehit & AUA mit Gewista

Kult am Plakat ..... 38  
Coca-Cola vertraut auf Epamedia

### RETAIL

René Benko im Porträt ..... 42  
Eine Analyse zwischen Karstadt und Kaufhof

App, App, hurra! ..... 46  
Harald Gutschi verkündet das Ende des Otto-Hauptkatalogs

Amsterdam calling ..... 52  
Wolford eröffnet einen Pilotstore

Alles bio ..... 54  
Gourmet Kids: Partner für die Wiener Schulverpflegung

### FINANCENET & REAL:ESTATE

Treu war gestern ..... 60  
Banking Survey: Kundenloyalität gegenüber Hausbank sinkt

Fast hundertprozentig ..... 66  
Bürovermietung: CA Immo erzielt ein Rekordhoch

### HEALTH ECONOMY

Feine Ergebnisse ..... 70  
Die meisten Pharmafirmen melden für 2018 gute Zahlen

Mehr Sicherheit ..... 72  
Thema Arzneimittelfälschungen

### DESTINATION

Österreich Werbung digital .... 78  
Mehr smarte Tourismus-Tools

Zuwachs fürs ACB ..... 83  
Neues Mitglied ist das Kultur Kongress Zentrum Eisenstadt

### INDUSTRIAL

Ökonomie und Ökologie ..... 88  
Im Talk: Elisabeth Stampfl-Blaha, Austrian Standards

Konjunkturbarometer ..... 90  
Von Monika Rosen, Unicredit



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

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