Bei allen Mängeln, die man ihnen vorhalten kann, sind sie (unabhängige Medien, Anm.) ein wichtiges Korrektiv der Politik.“

Zitat der Woche
Aus einer Klarstellung heimischer Chefredakteure bezüglich der Grenzen zwischen Journalismus und Politik

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), Stellvertreter der Chefredakteurin: 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), Paul Hafner (haf – DW 2174), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Nadja Riahi (nri – DW 2201), Martin Rümmele (rüm), Laura Schott (ls – DW 2163), 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 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

Keep it short and … empty!

Das Cannes Lions International Festival of Creativity würdigt den Protest in Print.

Leitartikel
••• *Von Sabine Bretschneider*

INHALTSLEER. Der Print & Publishing-Löwe in Cannes geht an eine „leere“ Zeitung – genauer: an Impact BBDO aus Dubai für „The Blank Edition“, eine komplett ohne Inhalt gedruckte Auflage der arabischen Tageszeitung *An-Nahar*, mit der diese gegen die politische Lage im Libanon protestiert. Neu ist diese Idee nicht: Am 3. Mai 2010 etwa erschienen *Die Welt* und *Welt Kompakt* zum Internationalen Tag der Pressefreiheit mit leeren Titelseiten und einer kleinen Anzeige von „Reporter ohne Grenzen“. Im Dezember 2013 versuchte sich die *Kleine Zeitung* am Weißraum; Anlass der Aktion waren die seit den Nationalratswahlen Ende September jenen Jahres vor sich hin stockenden Koalitionsgespräche zwischen SPÖ und ÖVP.

Drei Jahre davor, im Dezember 2010, griffen drei ungarische Blätter – *Népszava*, *Elet es irodalom* und *Magyar Narancs* – mittels Leere am Cover plakativ zur Selbstzensur. Bis zu diesem Zeitpunkt war die Presse in Ungarn, so wie in europäischen Ländern Usus, lediglich an das Strafrecht gebunden. Dann kam Orbans Fidesz an die Macht. Zuerst wurden die öffentlichen TV- und Radiosender sowie die staatliche Nachrichtenagentur auf Linie gebracht. Dann griffen Orbans Günstlinge am privaten Mediensektor zu. Eine neue Medienaufsichtsbehörde sorgte für Recht und Ordnung – oder, wie Fidesz-Proponenten es bezeichneten, für ein „gesundes Gleichgewicht zwischen der Freiheit der Medien und den Interessen der Öffentlichkeit“. Im schon legendären „Ibiza-Video“ war Ähnliches zu hören; widerspenstige Medien sind auch der FPÖ seit Jahr und Tag ein Dorn im Auge. Wegen des „gesunden Gleichgewichts“.

Eine Frage, die sich stellt: Sind leere Titelseiten noch ein sinnhaftes Stilmittel und Zeichen des Protests, wenn jene, die sich mit einer Welt ohne Pressefreiheit auseinandersetzen sollten, ihre Weisheit vorrangig in den Filterblasen der Sozialen Medien tanken? Und was ist das Pendant zur leeren Titelseite in einem Medium wie Facebook? Ein Post in der Maximallänge von 60.000 Zeichen? Zum Trotz?

Inhalt

COVERSTORY

Klischeefrei 4
AUA-Marketingleiterin Isabella Reichl über die neue Werbelinie

MARKETING & MEDIA

Serviceplan wird 50 10
Die größte inhabergeführte Agentur Europas: eine Bilanz

Land der News 14
Reuters Digital News Report

Nachhaltige Freude 28
Trigos-Award 2019 verliehen

SPECIAL STAATSPREIS MARKETING

Mehr als funktionell 34
Staatspreis Marketing für Tenz

„Hohe Professionalität“ 37
Kommentare der Jury

SPECIAL DRUCK, PAPIER & PACKAGING

„Goldene Zeiten“ 42
Thema Digitalisierung beim Druck- & Medienkongress Salzburg

Die Schönheit der Bücher 46
Talk: Doris Wallner-Bösmüller

RETAIL

E-Food wird stärker 54
Spitz-Chef Walter Scherb jun. über den Digital Retail-Boom

Bipa und „Bi Home“ 58
Fokus auf den Haushalt

Die „Snackification“ 62
Hanni Rützlers neuer Food Report: Siegeszug der Snacks

Einkaufserlebnis 64
Michael Buchacher von DMS über die „digitalen Helferleins“

FINANCENET & REAL:ESTATE

Wertschöpfungskaiser 72
Pensions- und Vorsorgekassen sind wichtig für den Standort

Multimillionen-Deal 78
Immofinanz kaufte Spire Tower

HEALTH ECONOMY

Fusion stockt 80
Dicke Luft in den Kassen

Gesundheitsrisiko 82
Der Klimawandel schadet auch der Gesundheit massiv

AUTOMOTIVE BUSINESS

Autokauf ist „analog“ 86
Der Online-Trend ist spürbar; gekauft wird beim Händler

Alles autonom 88
Ubers selbstfahrende Services