

”

Ein Journalist macht sich nicht mit einer Sache gemein, auch nicht mit einer guten.“

Zitat der Woche

Hanns Joachim Friedrichs, ehem. dt. Journalist („Tages-themen“). Alternativ dazu: „Fakt ist, dass Fakten nicht bewegen ...“ (Verfasser unbekannt)

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. CR; nov – DW 2161), Paul Hafner (haf – DW 2174), Tanja Holz (th), Helga Krémer (hk), Reinhard Krémer (rk), Anna Putz (ap), 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 Mediengesetz:

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



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

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



False Balance mit Maus-Effekt

Warum das Pochen auf Ausgewogenheit und Fairness genau das Gegenteil bewirken kann.

Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

AUSBALANCIERT. Wussten Sie, dass „das Weglassen von ‚Mäuse-Titeln‘ trügerische Schlagzeilen schaffen kann“? Richtige Mäuse übrigens, nicht die Berlin-Synchron-Spielart der Vermögensbezeichnung (Piepen, Mäuse, Kröten, Zaster, Kohle). Zurück zum Thema: Wenn der Titel von Fachpublikationen nicht verrät, dass es sich um eine Studie mit Mäusen handelt, neigen Medien dazu, eher über einen vermeintlich wissenschaftlichen Durchbruch zu berichten. Das zeigt eine im Fachmagazin *Plos Biology* erschienene Analyse. Die Konsequenz: Dies könne „die Leser in die Irre führen“, so die Forschenden.

Schau an. Grundlage dieser Erkenntnis ist der mediale Niederschlag von Alzheimer-Forschungsergebnissen. Verrät man also nicht gleich, dass nur *Mäuse* von einer neuen Therapie profitieren, regnet es eher Schlagzeilen. Das Studiendesign erinnert an die Ig-Nobelpreise, eine satirische Auszeichnung wissenschaftlicher Leistungen. Der Ig Nobelpreis 2018 in

der Kategorie „Wirtschaft“ ging beispielsweise an ein multinationales Forscherteam für eine Studie, die beleuchtete, ob der Einsatz von Voodoo-Puppen geeignet ist, Vorgesetzten deren Bösartigkeiten zu vergelten. Die Ergebnisse waren nicht eindeutig. „Mäuse“ kam allerdings definitiv nicht vor in der Formulierung der Forschungsfrage, im Arbeitstitel und der anschließenden Öffentlichkeitsarbeit. Das Medienecho war dennoch gering.

Die Menschen in die Irre führen kann man natürlich nicht nur mit Mäusetricks. Als Problem im Journalismus gilt etwa das „False Balance“-Phänomen. Beispiel: Sie besetzen eine wissenschaftliche Diskussionsrunde schön ausgewogen – zwei Teilnehmer leugnen den Klimawandel, zwei vertreten die Mehrheitsmeinung der menschengemachten globalen Erwärmung. Was bleibt beim Publikum hängen? Dass nur 50 Prozent der Experten der Meinung sind, unser vermehrter CO₂-Ausstoß befeuert den Treibhauseffekt ... Die mediale Verzerrung kann böse Konsequenzen zeigen. Im Endeffekt für Mäuse und Menschen.

Inhalt

COVERSTORY

Staatswerbung 4
Der Bundeskreativ-Etat geht unter anderem an JvM Donau

MARKETING & MEDIA

bluforce feiert Jubiläum 10
Bernd Löschenbrand und Axel Clodi über Pläne für die Zukunft

Datadriven Marketing 16
Siegfried Stepke im Interview

Drei Jahrzehnte Expertise 18
LDD Communication im Porträt

SPECIAL PAPIER, DRUCK & PACKAGING

Krisenfest und innovativ 28
Lagebericht der Papier-Industrie

Nachhaltigkeit im Fokus 32
Constantia Flexibles' Strategie

RETAIL

I am from Austria 36
Intersport Österreich geht zurück an heimische Händler

Renaissance des MNS 38
Ab 1. Juli wird die Maskenpflicht im Handel sukzessive gelockert

Pepco vor Österreich-Start 40
Der Textildiskonter öffnet im Herbst seine erste Filiale in Wien

Interspar ist am sichtbarsten 44
Der LEH im SEO Visibility-Check

FINANCENET & REAL:ESTATE

Retail Banking Monitor '21 54
Corona hat den Banken die Suppe versalzen

Neu am Markt 58
Die frisch gegründete SBG Smart Building GmbH

HEALTH ECONOMY

Geld für Großspital 62
833 Mio. € sollen in Ausbau der Innsbrucker Uni-Klinik fließen

Suche nach Ausbrüchen 63
Boehringer Ingelheim kooperiert mit „Lifebit“-KI-Plattform

CAREERNETWORK

Neue Arbeitsbiotope 68
Es wird dynamischer

Die Toparbeitgeber 70
Studie von Randstad

AUTOMOTIVE BUSINESS

Denzel-Mobilitätstank 78
Experten diskutieren die großen Mobilitätsfragen

Steyr hat Zukunft 79
Investor Siegfried Wolf am Zug