

”

*Die Irritation durch Frauen in Führungspositionen und mit öffentlicher Reichweite beschränkt sich nicht auf Rechts-extreme, sie reicht weit in die Mitte der Gesellschaft.“*

**Zitat der Woche**

*Corinna Milborn, Journalistin und Autorin, S. 7*

*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  
**Chefredakteurin:** Mag. Sabine Bretschneider  
(sb – DW 2173; s.bretschneider@medianet.at),  
**Stv. Chefredakteur:** 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 retail; nov – DW 2161),  
Paul Hafner (haf – DW 2174), Helga Krémer (hk),  
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:** Mediaprint Zeitungsdruckereigesellschaft m.b.H. & Co KG, 1230 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 Mediengesetz:**  
<https://medianet.at/news/page/offenlegung/>



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



# Wie geht es uns wirklich?

Wenn Krawalltruppen die politischen Debatten dominieren.

**Leitartikel**

••• Von Sabine Bretschneider

FALSE BALANCE. Wie geht es den Österreicherinnen und Österreichern?, fragt der ORF. Dazu wurde eine Onlineumfrage gestartet. Das Projekt soll dem Dialog dienen, Orientierung bieten. Man will daraus Rückschlüsse für die Programmgestaltung ziehen. Das ist lobenswert. Sollten die gut vernetzten einschlägigen Social Media-Chatvereine („Lügenpresse“, „Klimaschwindel“) Thema, Anlass und Umfrage kapern, könnten die Ergebnisse weniger aussagekräftig sein. Das gilt nicht nur für dieses Szenario. Radikale, laute Minderheiten beeinflussen die gesellschaftspolitische Wetterlage seit längerer Zeit stärker, als der CO<sub>2</sub>-Ausstoß die Polkappen schmelzen lässt.

Die aktivsten 20 Prozent der Nutzer sind für 80 Prozent der Postings in Sozialen Medien verantwortlich. Diese Motive schwappen anschließend in die traditionellen Massenmedien über und überschwemmen als „Handlungsbedarf“ die politische Ebene. Die Einstellungen

der Staatsbürger, betrachtet in einem Zerrspiegel, lösen unerwünschte Rückkopplungen aus. Wer noch nie im Leben drei unruhige Minuten wegen eines Themas wie der Masern-Mumps-Röteln-Impfung verbracht hat, fragt sich zwangsläufig, ob nicht, wo Rauch auch Feuer ist – oder warum statt der horrenden Mietpreise kulturelle Aneignung auf Faschingsfesten diskutiert wird. „Wir brauchen eine ‚neue Öffentlichkeit‘ als gesellschaftspolitisches Projekt, um der ideologischen Fragmentierung (...) und der damit einhergehenden Entsolidarisierung der Gesellschaft entgegenzuwirken“, schreibt Gregor Dürrenberger von der ETH Zürich im Online-Wissenschaftsmagazin higgs.ch, „ein ‚Bewirtschaften‘ von Debatten auf den demokratiepolitisch relevanten Kanälen“.

Fazit: Lösungen zum Wohl der Gesamtgesellschaft sind gefragt. Die Vermittlung der Vorteile und des Werts der Demokratie sollte ganz oben auf der politischen Agenda stehen – notfalls mittels geförderter Praktika in den diversen Wunschdestinationen, für Freunde Putinscher Narrative oder ungarischer Flüchtlingspolitik.

## Inhalt

**COVERSTORY**

**Digital Services Act auf Go .... 4**  
Neue Regeln sollen die Digitalgiganten zügeln

**MARKETING & MEDIA**

**Digitale Außenwerbung ..... 10**  
Florian Wagner, Gewista, im ausführlichen Interview

**ÖAG-Talk ..... 21**  
Austria meets America

**Next Generation Award ..... 22**  
Fellner-Gruppe blickt voraus

**SPECIAL MOBILE MARKETING & SOCIAL MEDIA**

**Im Kundeninteresse ..... 28**  
ghost company für Gordian Knot

**Ingame Advertising ..... 30**  
LimeSoda am Werk

**RETAIL**

**„2023 war in Summe okay“ .... 32**  
Unito-Chef Harald Gutschi ortet Jahre des Umbruchs

**Österreicher im Bestellfieber 36**  
Post wächst stärker als der Markt

**Auf der Überholspur ..... 37**  
Transgourmet lässt auf ein Ausnahmejahr ein weiteres folgen

**Ruf nach Regulierung ..... 38**  
Kritik an den Onlineshops Shein und Temu nimmt kein Ende

**Die Lieferkosten steigen ..... 41**  
Der versandkostenfreie Versand wird allmählich unrentabel

**Die Lust am Prickeln ..... 42**  
Mineralwasserabsatz stabil hoch

**Kölner Verbraucherliebbling .... 48**  
Spitz holt ISM Consumer Award

**FINANCENET & REAL.ESTATE**

**Bares bleibt beliebt ..... 50**  
BearingPoint-Umfrage zum Zahlungsverhalten

**Teuerung in Hoch- & Tiefbau 55**  
Baupreise sind weiter gestiegen

**HEALTH ECONOMY**

**Thema Arbeitsmedizin ..... 58**  
KMU haben Nachholbedarf

**Düstere Prognose ..... 60**  
Der Pflegebedarf wird bis 2050 massiv steigen

**INDUSTRIAL TECHNOLOGY**

**Status quo-Erhebung ..... 64**  
Zunehmende Spannungen in den globalen Logistikketten

**Fokus auf Emerging Markets 70**  
Angst vor Rezession – und China