

”

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

Zitat der Woche

Corinna Milborn, Journalistin und Autorin, S. 7



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 CO₂-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.

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 Zeitungsdruckerei-

gesellschaft 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 Belieferungszeit-

raums 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

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 Verbraucherliebhaber 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