

”

Ein positives Beispiel für Kampagnen, die funktionieren, ohne Stereotypen zu bedienen, sind etwa die Wiener Linien.“

Zitat der Woche

Lola Zweimüller, Ketchum, über Pinkwashing, S. 12

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

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



Flutwarnung auch im Netz

Anlässlich der EU-Wahlen am Sonntag wird das Netz mit Desinformation überschwemmt.

Leitartikel

Von Sabine Bretschneider

MANIPULATIV. Eine „Desinformationskrise“ ortet (nicht nur) der britische Guardian angesichts der bevorstehenden Europa-Wahlen. Einen direkten Hacker-Angriff, bei dem die Wahlergebnisse gefälscht werden, bewertet die EU-Agentur für Cybersicherheit (ENISA) als unwahrscheinlich. Doch der Kampf gegen Fake News und gegen ausländische Einflussnahme auf demokratische Prozesse ist dieser Tage zu einem Vollzeitjob für Hunderte Cybersecurity-Mitarbeiter auf dem Kontinent geworden. Die Teams der „East StratCom Task Force“ der EU sollten im Falle eines ernsthaften Vorfalls im Vorfeld der Wahl eingreifen.

Allein Russland, so heißt es, ließe sich die einschlägigen Kampagnen mit antiwestlichem Narrativ rund eine Milliarde Euro kosten; Kommissionsvize Vera Jourova warnte kürzlich im Europaparlament vor Versuchen, mit „Desinformation, Korruption und anderen schmutzigen Tricks“ auf die Wahl Einfluss zu nehmen.

Dazu kommt: Die Bedrohung wird voraussichtlich nicht enden, wenn die Wahllokale am Sonntag um 22 Uhr schließen. Eine im April eingerichtete „Disinformation Crisis Unit“ arbeitet auch nach den Wahlen weiter, um Attacken hinsichtlich der Legitimität der Ergebnisse abzuwehren. Früher habe man über die Gefahr von Manipulation bei den Wahlergebnissen diskutiert, wird ein hochrangiger EU-Beamter im Guardian zitiert, „aber Trump hat uns gezeigt, dass es viel einfacher und viel billiger ist, die Dinge einfach infrage zu stellen“.

Noch ein kurzer Ausflug in den rot-weiß-roten Abwehrkampf: Ein neue „Hütte“ am Dach eines, wegen seiner riesigen Satellitenschüsseln schon legendären, russischen Diplomaten-Gebäudekomplexes in Wien-Donaustadt erregte kürzlich Aufsehen. Das Außenministerium berief sich, „kann man nichts machen“, auf das Völkerrecht; die Wiener Baupolizei probte den Aufstand. Die Russische Föderation wurde aufgefordert, den „bewilligungswidrigen Zustand“ zu beseitigen. Russland hat abgewunken. Aber gut, einen Versuch war's wert.

Inhalt

COVERSTORY

Mega-Event Fußball-EM ..... 6
Sponsoring im Sport setzt auf alle Kommunikationskanäle

MARKETING & MEDIA

„Interesse oft vorgetäuscht“ ... 12
Interview mit Lola Zweimüller anlässlich des Pride Month

Mondelez geht mit der Zeit .... 16
Markenführung muss sich an Konsumenten orientieren

Der TV-Mai in Zahlen ..... 20
TV-Sender freuen sich über Topwerte bei Marktanteilen

„What the Fem?“ ..... 24
Feministische Talkshow

„Gender is a Spectrum“ ..... 30
Gastkommentar von Julian Wiehl über die „neue sexuelle Freiheit“

RETAIL

Natürliche Preisbremse ..... 32
Die Spitzenmieten im Handel dürften 2024 leicht zurückgehen

Handelsimpuls Vatertag ..... 34
HV und WKÖ orten positive Signale in Sachen Kauflaune

The Show must go on ..... 40
RegioPlan lud zum nunmehr 26. Retail-Symposium

Tierwohl zahlt sich aus ..... 44
Berglandmilch hebt Boni an

SPECIAL FLEISCH & WURST, GRILLZEIT

Von Generation zu Generation 48
Rudolf Friess im Gespräch

Es geht nix über das Würstel 52
Kotanyi-Grillstudie dokumentiert rot-weiß-rote Vorlieben

FINANCENET & REAL.ESTATE

Tilgen oder investieren? ..... 58
Tipps von Hannes Dolzer, Fachverband Finanzdienstleister

„Performance stimmt“ ..... 63
UBM: Bergauf nach Verlusten

HEALTH ECONOMY

Neue Anti-Rauch-Kampagne 66
AstraZeneca weckt Awareness

Frauen und das System ..... 71
Genderbedingte Benachteiligung im Gesundheitswesen

INDUSTRIAL TECHNOLOGY

Robuste Branche ..... 74
Status quo-Report Holzindustrie

Scheue Konjunktur ..... 76
Nach der deutlichen Abkühlung 2023 wird es etwas freundlicher