

”

Die Medienförderung muss dramatisch in Richtung Journalismusförderung entwickelt werden.“

Zitat des Tages

Fritz Hausjell über die Krise der Printmedien (Seite 10)

Impressum

Medieninhaber:

„medianet“ Verlag AG
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
http://www.medianet.at

Gründungs-herausgeber: Chris Radda

Herausgeber: Germanos Athanasiadis,
Mag. Oliver Jonke

Vorstand: Markus Bauer

Verlagsleiter: Bernhard Gily

Chefredaktion/Leitung Redaktionsteam:

Mag. Sabine Bretschneider (sb – DW 2173;
s.bretschneider@medianet.at),
Stv.: 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), Rudolf Grüner (rg – DW 2176), Paul Christian Jezek (pj), Reinhard Krémer (rk), Nataša Nikolić (nn – DW 2174), Daniela Prugger (dp – DW 2228), Martin Rümmele (rm), Gianna Schöneich (gs – 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 **Lithografie:** Beate Schmid, Berat Qelaj **Anzeigenproduktion:** Aleksandar Milenkovic **Druck:** Herold Druck und Verlag AG, 1030 Wien **Vertrieb:** Post.at & „>redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-Hotline: 795 00-60, servicecenter-wien@redmail.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:

http://medianet.at/page/offenlegung/



Leitartikel

••• Von Sabine Bretschneider

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER Dieses Heft, das Sie heute in Händen halten, ist eine Premiere: medianet präsentiert sich mit der aktuellen Ausgabe – und im 16. Jahr ihres Bestehens – erstmals im handlichen Tabloidformat: kompakt, modern, flexibel, angenehmer in der Handhabung, auch für unterwegs, und auch als E-Paper besser nutzbar. Mit einem Mindestumfang von 96 Seiten. Im Zeitalter der Digitalisierung bleibt nichts so, wie es früher war – und auch die Zukunft von medianet ist geprägt von Social Media, Multimedia-Portalen und digitaler Evolution. Viel Lese-Vergnügen!

Alles zukunftsfit?

Das ist nicht die einzige Premiere im aktuellen Heft: In der Coverstory präsentiert medianet die erste Ausgabe des „Future Fitness Index“ von Marketagent.com und Brains, das „größte zukunftsorientierte Markenranking des Landes“ mit rund 1.000 nationalen und internatio-

Only good news are good news

Alles verändert sich: medianet „neu“ und ein kleiner Querschnitt durch das aktuelle Heft.

nale Brands, die auf ihre Zukunftstauglichkeit gecheckt worden sind.

Natürlich setzt sich medianet auch mit der prolongierten Krise der traditionellen Printmedien auseinander, die eben mit den schlechten Nachrichten vonseiten des *WirtschaftsBlatt* einen neuen Peak erreicht hat. Kommunikationswissenschaftler Fritz Hausjell erklärt, warum passieren musste, was passiert ist – und was geschehen soll, damit nicht noch mehr passiert.

Das aktuelle Sonderthema „entertainmentbiz“ entführt ins Gamer-Universum und in die wunderbare Welt des Sports – ein neues Streamingangebot ist jetzt auch im deutschen Sprachraum verfügbar ... Die retail-Titelgeschichte präsentiert die Wiener Wiesn aus einer ganz neuen Perspektive, und auch die aktuellsten Entwicklungen in der heimischen Tourismusbranche („Land der Rekorde“) spiegeln sich in einem großen Themenfeature wider. Noch ein Lesetipp: die Diskussionen beim Europäischen Forum Alpbach am Health-Sektor („Mythen belasten das Gesundheitswesen“). Mehr auf den folgenden Seiten.

Inhalt

COVERSTORY

Ist Ihre Marke future-fit? 4
Marketagent.com, Brains und das Ranking der 1.000 Marken

MARKETING & MEDIA

Wie gehts jetzt weiter? 10
Die Einstellung des *WirtschaftsBlatt* wirft Fragen auf

Das Motorboot 14
comrecon: Marken als „Schiffe“

Content braucht Budget 20
... und die richtige Distribution

ENTERTAINMENTBIZ

„In da zone“ 26
Launch von Dazn; das „Netflix des Sports“ greift jetzt frontal an

Unbekannte Galaxien 30
Spielewelten auf der gamescom

RETAIL

Kultur nach Maß 40
Die Wiener Wiesn und ihre Werte

Burnus schlägt zu 44
Wenig bekanntes Unternehmen mit richtig bekannten Marken

Walmarts Leiden 48
Der US-Retailer gerät durch Amazon & Aldi unter Druck

FINANCENET & REAL:ESTATE

Hypo NOE gibt Gas 54
Interview mit Peter Harold, dem neuen Privatkundenvorstand

VIG bleibt auf Kurs 56
Niedrigzinsen belasten das Finanzergebnis zum Halbjahr

Wohn-Suche wird mobil 60
Ergebnisse einer Umfrage von wohnnet und s Real

HEALTHECONOMY

„Fairer Umgang“ 64
Pharmaindustrie will „Spielregeln“

Heilung mittels Daten 66
Alpbach: Diskussionen über Nutzen und Risiken

INDUSTRIAL TECHNOLOGY

Weil Wien lockt 78
Warum international aktive Unternehmen den Standort schätzen

In luftigen Höhen 82
Frequentis ist bei SESAR aktiv

DESTINATION

Land der Rekorde 86
Eine Tourismus-Zwischenbilanz

Messen mag man eben 93
Aktuelle Wifo-Studie zum Wirtschaftsfaktor Messen



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:

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