

Die neue Macht der Öffentlichkeit: Vermessung der Meinungsindustrie â€“ BILD

ID: LCG15445 | 17.11.2015 | Kunde: Die neue Macht der
Öffentlichkeit | Ressort: Wirtschaft Österreich |
Medieninformation

Rudi Klausnitzer, Marcin Kotlowski und Markus Pöllhuber gehen in ihrem neuen Buch in fünf Kapiteln den neuen Formen von Öffentlichkeit durch die digitale Transformation nach. 40 Stakeholder aus Politik, Medien und Wirtschaft beschreiben den Zustand der österreichischen Meinungsindustrie.

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/neuemacht>

Mit dem Buch „Die neue Macht der Öffentlichkeit“ wollen die Herausgeber **Rudi Klausnitzer, Marcin Kotlowski und Markus Pöllhuber** gemeinsam mit 40 Autoren einen praxisnahen Überblick über die Situation der Meinungsindustrie in Österreich geben und widmen sich darin dem Wandel durch die digitale Transformation.

Wie aktuell das Thema ist, unterstreicht **Sebastian Loudon** (Die Zeit) im Rahmen der Buchpräsentation am Dienstagvormittag im Presseclub Concordia: „Die Spaltung der Gesellschaft, die Polarisierung und das Aufeinanderprallen von Meinungen sind gerade durch die aktuellen Anlässe rund um die Flüchtlingskrise und den Terror hoch aktuell. Es sind turbulente Zeiten für Medienmacher und alle, die sich mit der öffentlichen Meinung beschäftigen.“

„Wir möchten mit dem Buch Antworten auf brennende Fragen geben, die Wirtschaft, Politik und Medien gleichermaßen betreffen. Zu diesem komplexen Thema kann man nicht alleine Antworten geben: In ‚Die neue Macht der Öffentlichkeit‘ nehmen erstmals 40 Stakeholder aus unterschiedlichen Bereichen gemeinsam Stellung zu einem Thema“, betont Kotlowski.

Das Buch verstehen die Herausgeber als Mischung aus Sach- und Meinungsbuch zur Vermessung der Meinungsbildung, das ein praxisnahes Nachschlagewerk sein soll und die Diskussion über das Entstehen von öffentlicher und veröffentlichter Meinung anregen soll. Eine der Plattformen dafür ist der von Klausnitzer initiierte „Near Future Summit“, der im Frühjahr am Arlberg stattfindet.

Positiver Ausblick: Mit journalistischer Qualität in die Zukunft

Trotz der sehr heterogenen Standpunkte und Sichtweisen, sieht Klausnitzer im Buch Licht am Ende des Tunnels: „Eine neue Sichtweise kommt zutage. Die meisten Autoren erkennen durch die digitale Transformation eine neue Chance. **Eugen A. Russ** und **Gerold Riedmann** sprechen sogar von einem neuen goldenen Zeitalter des Journalismus.“

„Journalistische Qualität wird zum Überlebensrezept für die von Disruption geprägte Zukunft und Regionalisierung gewinnt an Bedeutung“, sind sich die Herausgeber einig.

„Das Buch ist voll Optimismus und positiver Anregungen und soll ein Anfang für den weiteren Diskurs sein. Am Anfang steht immer das Gespräch“, fasst Kotlowski das Buch zusammen.

Digitale Transformation löst ökonomische Revolution aus

„Die neue Macht der Öffentlichkeit“ widmet sich auch den ökonomischen Auswirkungen der digitalen Transformation auf den österreichischen Markt. Pöllhuber zeigt auf: „Neue Big Player aus dem Silicon Valley prägen den Markt und haben einen großen Einfluss auf die Meinungsindustrie. Sie schaffen wie YouTube auch ihre eigenen Stars abseits der klassischen Medienwelt.“

„Die digitale Werberevolution trägt zu einer signifikanten Verschiebung der Etats bei, wodurch die klassischen Medienhäuser neue Erlösmodelle in ihrem Geschäftsmodell integrieren müssen. Die neue Macht der Öffentlichkeit bedeutet auch eine ökonomische Revolution“, so Pöllhuber zum wirtschaftlichen Aspekt.

„Die Marke ÖBB selbst ist zu einem Medium geworden. Wir können erstmals auf einer sehr breiten Ebene durch die digitalen Medien endlich ein wichtiges Kundenversprechen einlösen: das Dialogversprechen. Endlich treten wir als öffentlichste Marke des Landes in einen wirklichen Dialog mit Kunden und Stakeholdern. Die ÖBB ist zu einem Medienkonzern geworden, der permanent und bilateral kommuniziert. Wir sehen Content Marketing als Chance, um in ein empathisches Verhältnis mit unserem Markt zu treten“, unterstreicht ÖBB-Kommunikationsleiterin **Kristin Hanusch-Linser**.

Umfassender Digitalreport für Österreich

Mit der Studie „Digitales Österreich“ von TNS Infratest haben die Herausgeber erstmals einen umfassenden Digitalreport beauftragt, die als empirischer Teil im Buch veröffentlicht wird. Er zeigt unter anderem eine hohe Unzufriedenheit der Österreicher mit der digitalen Kommunikation politischer Persönlichkeiten und Organisationen auf. Deutlich positiver schneiden hingegen NGOs ab. Für Studienautor **Oliver Ecke** ist das Resultat der Untersuchung ein „dringender Weckruf an Kommunikationsverantwortliche“. Insbesondere im Vergleich mit dem anglo-amerikanischen Raum ortet er einen hohen Nachholbedarf in der digitalen Kommunikation in sozialen Medien am alten Kontinent.

40 Stakeholder aus Wirtschaft, Medien und Politik vermessen den österreichischen Meinungsmarkt

Gemeinsam mit führenden Medienexperten wie **Helmut Brandstätter** (KURIER), **Markus Breitenecker** (ProSieben Sat.1 PULS4), **Rainer Esser** (Die Zeit), **Niki Fellner** (Mediengruppe ÖSTERREICH), **Martin Gastinger** (ATV), **Alfred Grinschgl** (RTR), **Kristin Hanusch-Linser** (ÖBB), **Gerhard Hasenöhrl** (Land Oberösterreich), **Michaela Huber** (OMV), **Ulrike Huemer** (CIO, Stadt Wien), **Josef Kalina** (Unique Relations), **Andy Kaltenbrunner** (Medienhaus Wien), **Rudi Kobza** (Kobza Media), **Daniela Kraus** (FJUM), **Peter Lammerhuber** (GroupM), **Stefan Lassnig** (RMA), **Sebastian Loudon** (Die Zeit), **Sonja Luef** (Medienhaus Wien), **Harald Mahrer** (Staatssekretär im Bundesministerium für Wissenschaft), **Alexander Mitteräcker** (STANDARD Medien AG), **Sigrid Oblak** (Wien Holding), **Josef Ostermayer** (Kanzleramtsminister), **Nikolaus Pelinka** (Kobza Media), **Horst Pirker** (Verlagsgruppe NEWS), **Christian Rainer** (Profil), **Gerold Riedmann** (Russmedia), **Dorothee Ritz** (Microsoft), **Wolfgang Rosam** (Rosam Change Communications), **Walter Rothensteiner** (Raiffeisen Zentralbank), **Eugen A. Russ** (Russmedia), **Richard Schmitt** (Krone Multi Media), **Corinna Tinkler** (REWE International AG), **Armin Thurnher** (FALTER), **Eva Weissenberger** (NEWS), **Philipp Wilhelmer** (KURIER), **Armin Wolf** (ORF) und **Alexander Wrabetz** (ORF) gehen die Herausgeber in ihrem Buch „Die neue Macht der Öffentlichkeit“ (av BUCH) dem neuen Verhältnis zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung nach.

Sie erörtern die Auswirkungen der medialen Disruption auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und geben ein bewusst heterogenes Bild der Einschätzungen der Herausforderungen, Chancen und Gefahren dieser Entwicklung.

Medienmanager holen sich die ersten Exemplare

Bei der Buchvorstellung am Dienstagvormittag im Presseclub Concordia sicherten sich unter anderem Verlagsgruppe NEWS-CEO **Horst Pirker** , Kobzamedia-Manager **Nikolaus Pelinka** , ÖBB-Kommunikatorin **Kristin Hanusch-Linser** , RMA-Vorstand **Stefan Lassnig** , RTR-Geschäftsführer **Alfred Grinschgl** , Kommunikationsexperte **Josef Kalina** , PR-Expertin **Sonja Kato-Mailath-Pokorny** , Trendjournalistin **Isabella Klausnitzer** , Medienmacher **Hans Rauscher** , ORF-Manager **Michael Wimmer** , Jurist **Karl Newole** und Journalist **Claus Reitan** die ersten druckfrischen Exemplare.

„Die neue Macht der Öffentlichkeit“: Ab sofort im Handel erhältlich

Das Buch „Die neue Macht der Öffentlichkeit“ ist ab sofort im gut sortierten Buchhandel sowie als eBook und auf Amazon zum Preis von 22,95 Euro erhältlich (Verlag: AV BUCH, ISBN 978-3-8404-8504-6) . Weitere Informationen auf [http:// www.avbuch.at](http://www.avbuch.at) .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at) . (Schluss)

