

# ab ins netz

chancen und gefahren  
von social media

if:faktum  
gleichstellung kompakt

# Liebe Leserinnen, liebe Leser!

**Mag.ª Karina Ringhofer**  
Leiterin des Referats  
Frauen, Antidiskriminierung  
und Gleichbehandlung

Mehr Info:  
[post.a7-frauen@bgld.gv.at](mailto:post.a7-frauen@bgld.gv.at)  
[www.burgenland.at/frauen](http://www.burgenland.at/frauen)



Das Internet – unendliche Weiten, unendliche Möglichkeiten. Kommunikationsmedium, Informationsmedium, Freizeitbeschäftigung, aber auch Medium für Cyberkriminalität, Cybermobbing, Stalking oder Belästigung. Österreicher\*innen nutzen ca. 90 Prozent aller Menschen das Internet, mehr noch haben ein Smartphone. In diesem if:faktum decken wir ein breites Spektrum an Themen ab – alles im Zusammenhang mit Social Media.

Wir sprechen mit Menschen, die sich im Internet zusammenfinden und online – aber auch auf der Straße – für ihre Rechte protestieren. Wie funktioniert dieser digitale Protest, kann frau damit etwas bewegen? Werden jene Menschen damit erreicht, die in Entscheidungspositionen sitzen? Wie sehen das die „Omas gegen rechts“?

Spannend ist auch das Thema Social Media und Selbstständigkeit. Wie kann das Internet genutzt werden, um Waren oder Dienstleistungen an die Frau und an den

Mann zu bringen? Wie schafft man es, als Start-up bekannt zu werden? Braucht es da mehr als nur das World Wide Web? Gerade im Burgenland ist dieses Thema hochspannend, da das Referat Frauen, Antidiskriminierung und Gleichbehandlung gleich mehrere ESF-Projekte im Bereich Frauen und Selbstständigkeit am Laufen hat.

Dazu gibt's in diesem if:faktum auch einen burgenländischen Input von Anja Haider-Wallner. Außerdem beschäftigen wir uns mit dem Thema Redefreiheit, Hass im Netz und Strafrecht. Was genau ist passiert beim Fall Sigrid Maurer? Was ist virtuelles Mobbing und gibt's das wirklich an unseren Schulen? Im Burgenlandteil befragen wir drei Expertinnen zum Thema Internet und Hass im Netz. Wie sehen das Mitarbeiterinnen des Frauenhauses und der Mädchenberatungsstelle MonA-Net? Wir sprechen außerdem mit einer Familie, die ihre Erfahrungen als Gastfamilie für ein Mädchen aus Mexiko als Blog verarbeitet hat und – last, but not least – wir stellen eine ehemalige burgenländische E-Sportlerin vor.

Ich wünsche Ihnen jedenfalls eine spannende und informative Lektüre.

*Keine Kipfler*

## INHALT

### 03\_Information ist wichtig!

Frauenlandesrätin Astrid Eisenkopf.

### 04\_#stimme erheben

Durch Hashtags lassen sich Nachrichten innerhalb kürzester Zeit in sozialen Medien verbreiten. Davon profitieren auch Frauen und Protestbewegungen.

### 08\_Das Einmaleins des Social-Media-Marketings

Tipps, um online sichtbar zu werden.

### 10\_Tatort Social Media

Hass und Aggression im Netz sind mittlerweile Alltag und beschäftigen auch die Justiz.

### 12\_So geht's!

Erfolgreiche Social-Media-Kampagnen.

### 14\_Mexiko, das Gastkind und das Internet

Ein Interview mit einer Blogger-Familie.

### 15\_Lokale Expertinnen

Ansichten über die Nutzung der neuen Netzwerke

### 16\_Menschen zum Thema Social Media

© FOTO TSCHANK

## IMPRESSUM

if:faktum gleichstellung kompakt. Aktuelle Information zu Frauen- und Gleichstellungsthemen für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie interessierte Frauen und Männer. **Herausgeberin:** Mag.ª Karina Ringhofer, A7 – Referat Frauen, Antidiskriminierung und Gleichbehandlung des Landes Burgenland **Redaktion:** Ursel Nenzig, Sophia Lang **Burgenland-Redaktion:** Mag.ª Karina Ringhofer **Artdirektion, Layout, Grafik und Bildbearbeitung:** Martin Renner, rennergraphicdesign **Druck:** Samson Druck **Auflage:** Burgenland 2.000, Gesamtauflage 16.300 **Beratung, Konzept, Koordination der Produktion:** „Welt der Frauen“ Corporate Print für das Land Burgenland, Referat für Frauenangelegenheiten. [www.welt-der-frauen.at](http://www.welt-der-frauen.at) **DSGVO-Hinweis:** Sehr geehrte Bezieherinnen und Bezieher, mit 25. 5. ist die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft getreten. Als Bezieherin/Bezieher haben Sie uns personenbezogene Daten zur Verfügung gestellt, die wir im Rahmen der Erfüllung ihres Bezugswunsches verarbeiten. Der verantwortungsvolle Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten ist uns wichtig. Um unsere Informationspflicht nach der DSGVO zu erfüllen, möchten wir Sie für alle weiteren Details zu unserem Umgang mit Ihren Daten auf unsere Datenschutzerklärung hinweisen. Diese finden Sie online auf [www.burgenland.at/datenschutz](http://www.burgenland.at/datenschutz).



## 3 FRAGEN AN ...

**Isabell Semmelweis-Valenta**

Mädchenberatung MonA-Net

**Was hat sich in den letzten Jahren im Umgang mit Medien geändert?**

Die Jugendlichen wachsen mit den digitalen Medien auf. Das Internet ist für die meisten von ihnen aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken: Die „Digital Natives“ sind immer und überall online.

**Was sind Ihre Erfahrungen im Beratungskontext mit Mädchen und digitalen Medien?**

Wir haben in unseren Workshops Mädchen im Alter von zwölf bis 14 Jahren befragt, was die Vor- und Nachteile digitaler Medien sind. Sie erzählten, dass sie bisher kaum negative Erfahrungen mit Hass im Netz gemacht haben. Das Smartphone ist für sie ein wichtiges Kommunikations- und Informationsmittel.

**Was empfinden die Mädchen als positiv bei digitalen Medien?**

Sie haben auf dem Handy ihre Fotos, Lieblingsmusik und alle sozialen Kontakte gespeichert. Das Smartphone ist praktisch ihr kleiner Computer, den sie überall mit dabei haben.

Das Internet bietet viele Vorteile, schafft aber auch viel Raum für psychische Gewalt. Als Frauenlandesrätin ist es mir wichtig, schon bei den jungen Mädchen anzusetzen und diese für den Umgang mit dem Internet zu sensibilisieren. Rund 13.000 burgenländische Mädchen zwischen 15 und 20 Jahren haben ein Facebook-Profil, 85 Prozent sind täglich mehr als drei Stunden online. Die Hälfte aller jugendlichen Internetnutzerinnen hat schon persönliche Daten weitergegeben – Cybermobbing ist damit Tür und Tor geöffnet. Eine bzw. einer von fünf Jugendlichen mit Zugang zum Internet ist bereits mehrmals online belästigt, gemobbt oder verfolgt worden. Das Gefährliche an Cybermobbing: Es erfolgt rund um die Uhr, verbreitet sich sekundenschnell vor großem Publikum, die Täterinnen und Täter verstecken sich oft in erfundener Anonymität. Besonders häufig ist das Verbreiten kompromittierender Fotos oder Videos, die sich kaum wieder entfernen lassen. Daher ist es wichtig, dass Jugendliche, Eltern und Lehrerinnen und Lehrer über Cybermobbing informiert werden. Nur so kann – Hand in Hand – präventiv gearbeitet werden.

Ihre Astrid Eisenkopf  
Frauenlandesrätin

Astrid Eisenkopf

Auf Punkt und Komma

84%

aller burgenländischen Haushalte haben einen Computer.

**Aktuelle Situation im Burgenland**

2017 waren **84 %** aller burgenländischen Haushalte mit einem Computer versorgt, **85,9 %** hatten Internetzugang, **85,1 %** eine Breitbandverbindung.

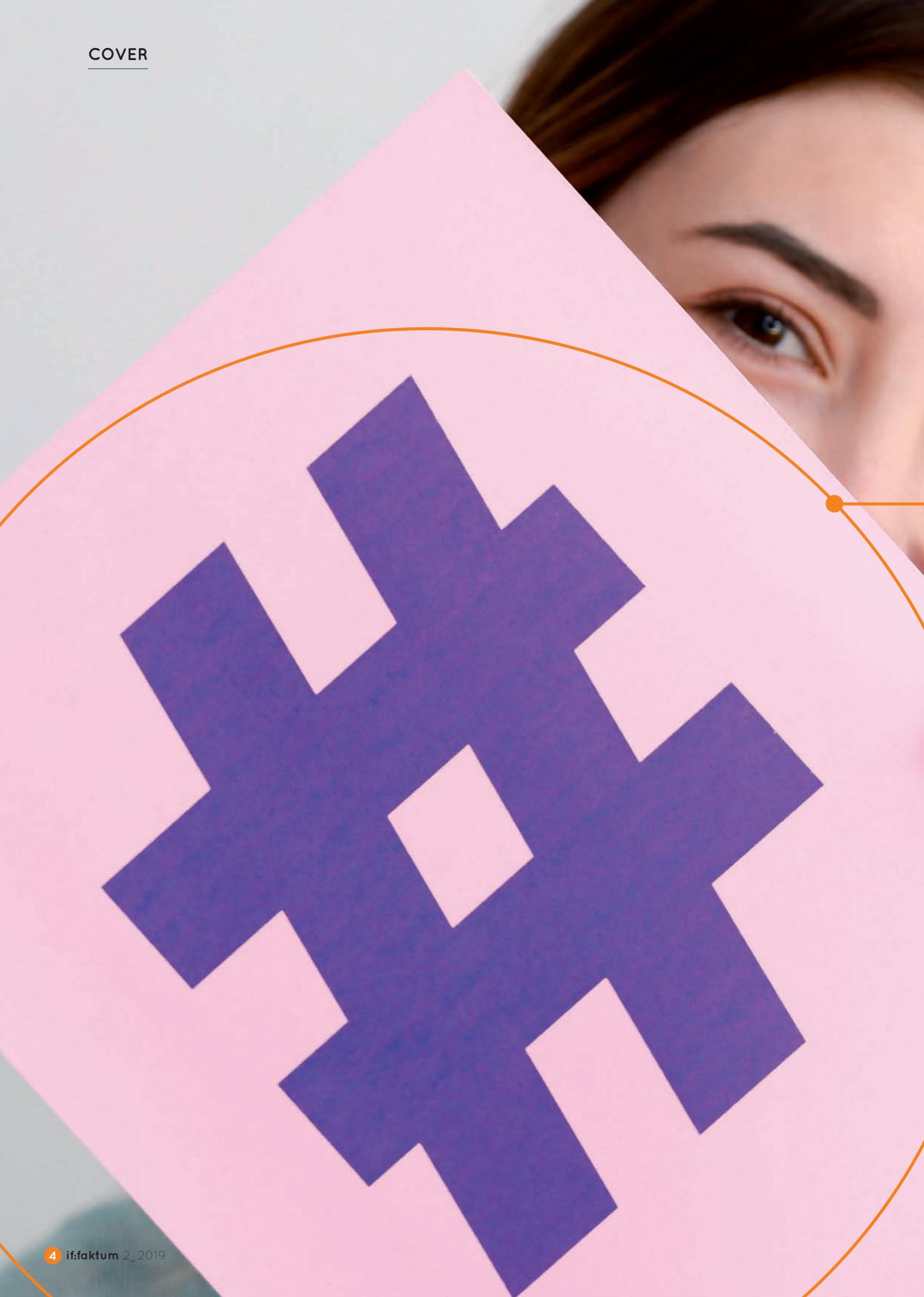
Österreichweit gab es **85,4 %** Haushalte mit Computer. In den letzten fünf Jahren ist diese Zahl stetig gestiegen. 2013 waren es noch **80,7 %** aller Haushalte im Burgenland, die einen Computer ihr Eigen nannten, und **79,3 %** hatten damit Internetzugang.

Festzustellen ist, dass die Internetnutzung nach Geschlecht und Alter variiert. Ca. **10 %** mehr Männer als Frauen nutzen das Internet und vor allem Menschen zwischen 14 und 29 Jahren surfen online.

Durchschnittlich nutzt eine Burgenländerin bzw. ein Burgenländer **ca. 170 Minuten** täglich den Computer und **ca. 3,3 Stunden** täglich das Handy bzw. Smartphone. Die meistgenutzten Smartphone-Funktionen hierzulande sind – der Reihenfolge nach – Telefonieren, Fotografieren, Instant Messaging wie WhatsApp, Surfen im Web und E-Mails-Checken.

Quellen: Statistik Burgenland, Statistik Austria







Hashtags sind die neuen Flugblätter.  
Durch sie lassen sich Nachrichten  
innerhalb kürzester Zeit in sozialen  
Medien verbreiten. Davon profitieren  
auch Frauen und Protestbewegungen.

# #stimme erheben

**E**s war der 15. Oktober 2017, als Schauspielerin Alyssa Milano eine Lawine lostrat. Über die soziale Plattform Twitter rief sie auf: „Antwortet mit ‚Me too‘ (‚Ich auch‘) auf diesen Tweet, wenn ihr sexuelle Übergriffe erlebt habt.“ Am selben Tag hatte sie bereits 200.000 Antworten, auf Facebook reagierten binnen 24 Stunden knapp fünf Millionen Menschen mit zwölf Millionen Postings. Dabei ist der Slogan „Me too“ viel älter als 2017. Bereits 2006 wurde er von der schwarzen Bürgerrechtlerin Tarana Burke eingesetzt, um über sexuellen Missbrauch an schwarzen Frauen zu berichten. Damals hatte „Me too“ allerdings eine begrenzte Reichweite und Wirkung. Warum? Weil etwas Entscheidendes fehlte: der Hashtag. Das Rautezeichen dient zur Kommunikation innerhalb von sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und Twitter. Erst durch einen Hashtag verbreitet sich eine Nachricht mit rasender Geschwindigkeit. Hashtags seien die neuen Flugblätter, politische Slogans mit

mehr Reichweite. Diesen Vorteil nutzen nicht nur Politikerinnen und Politiker, sondern auch Aktivistinnen und Aktivisten.

### **Menschen mobilisieren**

Eine Frau, die digitale Medien für zivilgesellschaftlichen Aktivismus nutzt, ist die Politologin Maria Mayrhofer.

Über Internetplattformen mobilisiert die 31-Jährige Österreicherinnen und Österreicher. Unter dem Hashtag #aufstehn ruft sie Menschen im ganzen Land dazu auf, sich für Chancengleichheit und ökonomische Fairness einzusetzen. Gestartet hat Mayrhofer ihre Kampagne 2015, als viele geflüchtete Menschen nach Österreich kamen. „Das Lager Traiskirchen war überfüllt,

## Omas, Omas braucht das Land

**Vor eineinhalb Jahren gründete Monika Salzer die Protestbewegung „Omas gegen rechts“. In den sozialen Medien mobilisiert die 71-Jährige ältere Frauen und Männer, sich für Grundgesetze starkzumachen.**

### **Warum „Omas gegen rechts“?**

**Monika Salzer** Die österreichische Politik rückte immer weiter nach rechts, ich war deswegen sehr besorgt. Ich meine, dass Rechts extremismus in einer Regierung nichts verloren hat. So konnte es nicht weitergehen, ich wollte etwas unternehmen. Also gründete ich gemeinsam mit meiner Freundin Susanne

Scholl auf Facebook die Gruppe „Omas gegen rechts“. Da sie Journalistin und ehemalige Auslandskorrespondentin beim ORF und ihr Gesicht daher bekannt war, traten unserer Bewegung innerhalb einer Woche bereits 100 Frauen bei.

Mittlerweile folgen uns über 13.000 Menschen auf Facebook, 2.500 auf Instagram und fast 8.000 auf Twitter. Wir „Omas“ sind zwischen 55 und 75 Jahre alt, auch einige Männer sind dabei. Uns gibt es mittlerweile in fast jedem Bundesland. Alt sein heißt nicht stumm sein.

### **Wofür kämpfen Sie?**

Die meisten von uns haben Enkel- und Urenkel. Ihnen soll das gute Leben, für das wir gekämpft haben, erhalten bleiben. Daher setzen wir uns für die parlamentarische Demokratie, den Rechts- und Sozialstaat und Frauenrechte ein. Denn eine rechte Regierung macht asoziale Gesetze.

### **Welche neuen Möglichkeiten bieten soziale Medien?**

Die meisten „Omas gegen rechts“ haben schon an der 68er-Bewegung, einer sozialen Bewegung der Linken in den 1960er-Jahren, teilgenommen.

Damals hatten wir jedoch nicht die Möglichkeiten wie heute. Facebook, Twitter und Instagram sind eine große Hilfe. So erreichen wir Menschen auch international. Das wäre ohne soziale Medien nur schwer möglich. Sogar die amerikanische Tageszeitung „New York Times“ wurde auf uns aufmerksam und schrieb einen Artikel über die „Omas gegen rechts“. Auch eine italienische Tageszeitung und das griechische Fernsehen berichteten über uns. Wir bekommen laufend Zusprüche von Menschen aus aller Welt. Vor Kurzem bin ich auch von „Edition F“, „Handelsblatt“ und „Zeit Online“ zu einer der 25 Frauen gewählt worden, die mit ihrer Stimme die Gesellschaft bewegen.

### **Rufen Sie auch zu Demonstrationen auf?**

Wir rufen zu den Donnerstagsdemos, die jeden Donnerstag am Heldenplatz in Wien stattfinden, auf. Da sind wir „Omas“ auch dabei, bewaffnet mit Strickhauben, Schildern und einem selbst geschriebenen Song. Damit wollen wir der Jugend den Rücken stärken, und das schaffen wir auch.

### **Was singen Sie denn?**

„Omas, Omas, uns braucht das ganze Land, wir kämpfen für die Kinder und machen Widerstand. Omas, Omas, die Wölfe dieser Welt, verkaufen unsere Zukunft heut' schon für das große Geld.“ Das ist der Refrain.

Monika Salzer



## Mit „#aufstehn“ können Sie Ihre eigene Petition starten

Mütter mit Babys mussten bei brütender Hitze draußen am Boden schlafen. Wir wollten Politikerinnen und Politiker zum Handeln bewegen“, sagt Mayrhofer. Sie wollte Menschen ermutigen, über ein Online-Tool ihre Bürgermeisterinnen und Bürgermeister per E-Mail aufzufordern, Geflüchtete in den eigenen Gemeinden aufzunehmen – vielerorts mit Erfolg. „Das war für mich der Beweis, dass digital basiertes Engagement funktioniert“, meint Mayrhofer. Inzwischen wächst die „#aufstehn“-Community stetig. Über 160.000 engagierte Menschen machen bereits bei ihren Kampagnen mit.

### Demonstrieren von zu Hause aus

„Kürzlich schrieb uns eine über 90-jährige Unterstützerin, sie könne zwar nicht mehr mit uns auf die Demo für ein solidarisches Europa mitkommen, freue sich aber sehr, dass es uns gebe und sie von zu Hause aus unsere Online-Reaktionen unterstützen könne“, so Mayrhofer. Ihre prägendste Kampagne war „#solidaritystorm“: Als 2016 vier Journalistinnen ihr Schweigen brachen und erstmals über den Hass und die sexualisierte Gewalt sprachen, die sie als Frauen im Netz erfahren, sammelten Mayrhofer und ihre Community Solidaritätserklärungen und Botschaften an die Betroffenen, um ihnen den Rücken zu stärken. „So brachten wir das Thema überhaupt in die Öffentlichkeit.“ Mittlerweile hat Mayrhofer mit [www.solidaritystorm.at](http://www.solidaritystorm.at) eine Plattform für digitale Zivilcourage geschaffen, auf der sich Betroffene, Zeuginnen und Zeugen sowie Interessierte austauschen und erkundigen können, was sie gegen Hass im Netz tun können. „Es ist wichtig, für ein respektvolles Miteinander und demokratische Werte aufzustehen“, so Mayrhofer.

### Enorme Reichweite

Mona Stollberger nutzt soziale Medien, um Menschen dazu zu motivieren, sich für Klimagerechtigkeit einzusetzen. Unter „Klimacamp bei Wien“, einer Untergruppe von „System Change, not Climate Change“ (Systemwandel, nicht Klimawandel), postet die Kultur- und Sozialanthropologiestudentin regelmäßig Beiträge, um Stimmung gegen den Klimawandel zu machen. Auf ihrer Seite ruft sie außerdem dazu auf, am Klimacamp, das jährlich eine Woche in Wien stattfindet, teilzunehmen. Dort treffen sich Menschen, die sich

Frauenbelange, Klima und Umwelt, Demokratie und Mitgestaltung, Schule und Bildung, Menschenrechte, Wirtschaft und Handel, Gesundheit, Tierschutz und so weiter – wenn Sie ein Anliegen haben, das Ihnen besonders unter den Nägeln brennt, wenn Sie einen Beitrag leisten wollen, damit Ihre Gemeinde, Ihre Region zu einem besseren Ort wird, können Sie dieses Anliegen auf „#aufstehn“ ([www.mein.aufstehn.at](http://www.mein.aufstehn.at)) kundtun.

Über diese Plattform können Interessierte Kampagnen starten, Mitstreiterinnen und Mitstreiter gewinnen, Unterschriften sammeln, die Öffentlichkeit informieren und Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft von ihrer Sache überzeugen. Die Campaignerinnen und Campaigner von „#aufstehn“ unterstützen dabei. „Wichtig sind Verbündete. Miteinander lässt sich meist mehr bewirken als allein“, sagt Mayrhofer.

Alle Informationen und aktuelle Kampagnen von den „Omas gegen rechts“ finden Sie unter [www.omasgegenrechts.com](http://www.omasgegenrechts.com).

Interessieren Sie sich für das Klimacamp oder wollen Sie im Klimaschutz aktiv werden, informieren Sie sich unter [www.klimacamp.at](http://www.klimacamp.at) oder unter [www.systemchange-not-climatechange.at](http://www.systemchange-not-climatechange.at).



Maria Mayrhofer

vernetzen und Informationen und Ideen austauschen wollen. „Unsere Gruppe ruft auch zu Demonstrationen auf. Durch soziale Medien erreichen wir auch international Menschen“, sagt Stollberger. Durch Liveübertragungen sei es möglich, an mehreren Orten gleichzeitig zu sein und sofort auf Themen oder Veranstaltungen reagieren zu können. Zusammen mit anderen Aktivistinnen und Aktivisten der Gruppe hat die 20-Jährige Mobilisierungsvideos gedreht. „Social Media bringt gleich denkende Menschen zusammen. Wir stärken uns gegenseitig, teilen die Beiträge der jeweils anderen Gruppe, dadurch wird die Reichweite nochmals erhöht“, sagt Stollberger. So, wie Menschen für die gute Sache mobilisiert werden können, werde Social Media allerdings genutzt, um in die entgegengesetzte Richtung Stimmung zu machen. „Hass und Fake News werden auch schneller verbreitet, das ist die Gefahr an sozialen Plattformen“, so Stollberger. Stollberger glaubt, dass vor allem Frauen von den sozialen Medien profitieren. Durch die Vernetzung würden sich Frauen schneller formieren und zu Bewegungen zusammenschließen können. „Frauen sind lange Zeit unterdrückt worden, sie hatten keine Stimme. Durch soziale Medien bekommen sie endlich eine.“ ●



Wer nicht im Internet zu finden ist, existiert nicht, sagt Barbara Sawka. Die Marketingexpertin verrät, wie es auch für Klein- oder Ein-Personen-Unternehmen machbar ist, online sichtbar zu werden.

Im Grunde, sagt Marketingexpertin Barbara Sawka, bedeute Marketing online nichts anderes als offline: mit dem Markt zu kommunizieren. Wer ein Business gründet, muss sich Gedanken darüber machen, ob es einen Markt für das angebotene Produkt oder die Dienstleistung gibt, spricht, ob irgendjemand das, was man anbietet, braucht und wie man diese Menschen erreichen kann. „Dazu macht es natürlich Sinn, sich online zu zeigen“, sagt Barbara Sawka, „also mit dem Unternehmen präsent zu sein – von Anfang an.“

Um diese Präsenz zu gewährleisten, braucht es zuallererst eine eigene Homepage. „Wer nicht im Netz zu finden ist, existiert nicht“, so Barbara Sawka. „Jeder, der etwas sucht, gibt den Begriff in die Maske einer Suchmaschine ein. Wenn das eigene Unternehmen da nicht aufscheint, wird man nicht mitspielen können.“ Dass eine Profilseite auf einer bestehenden Plattform genügt, denkt Sawka hingegen nicht. „Eine eigene Homepage kann viel fundamentalere Informationen mitgeben, als ein Profil das kann. Es ist auch mittlerweile keine Hexerei und nicht mehr mit hohen Kosten verbunden, sich eine Homepage zu erstellen.“

#### Plattformen und Kundschaft kennen

Die passende Social-Media-Plattform auszuwählen ist ein nächster Schritt. Dabei geht es darum, sich zu überlegen, auf welchen Plattformen sich die Zielgruppe am ehesten tummelt. „Auch das ist ein typisches Marketingtool: zu

analysieren, wo sich die Zielgruppe bewegt und was diesen Menschen wichtig ist. Damit muss man sich auseinandersetzen.“ Dabei sei es ein Trugschluss, dass diese Marketingmaßnahmen nur für Konzerne relevant seien. „Marketing ist für Klein- und Mittelbetriebe und Ein-Personen-Unternehmen genauso wichtig!“

Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Xing: Jede Plattform bedient eine eigene Zielgruppe. Instagram und Facebook sind sicherlich die Hauptplattformen, um sich zu präsentieren. LinkedIn und Xing sind eher für Business-to-Business-Kontakte interessant. Auch das Alter der Zielgruppe und deren Mediennutzung sind ausschlaggebend: „Man muss schauen, wo die eigene Zielgruppe sich bewegt“, sagt Barbara Sawka, „und: welche Plattform für das eigene Produkt oder die Dienstleistung geeignet ist. Wenn es sich um ein sehr sperriges, technisches Produkt handelt, wird es auf Instagram nicht viel Aufsehen erregen. Als hippe Konditorei mit tollen Fotos von extravaganten Cupcakes ist man hingegen dort sehr gut aufgehoben.“ Diese Entscheidung müsse man treffen. Fix ist: Irgendwo sollte man jedenfalls vertreten sein.

Ist Facebook die Plattform, die als ideal identifiziert wurde, ist es ratsam, ein Firmenprofil anzulegen. „Firmenprofile haben gute Funktionalitäten zur Analyse“, sagt Barbara Sawka. „Man sieht, wann die Zielgruppe online ist, und kann daraus etwa schließen, zu welcher Uhrzeit es Sinn macht, etwas zu posten.“ Sind die Follower Nacht-eulen, macht es also wenig Sinn, um zwölf Uhr mittags etwas zu veröffentlichen. „Das zu analysieren ist sehr wertvoll, um sich weiter zur perfekten Marketingstrategie voranzutasten.“

Um erfolgreich Aufmerksamkeit auf Social-Media-Plattformen zu erzeugen, gibt es eine Faustregel: drei Monate lang dreimal die Woche: „Wer regelmäßig etwas postet, kann eine Community aufbauen“, sagt Barbara Sawka. „Mit einer niedrigeren Frequenz wird dieses Unterfangen schwer, wer täglich mehrmals postet, riskiert Übersättigung.“

### **Klicks als Erfolg**

Gerade für kleine Unternehmen ist durch digitale Plattformen Marktkommunikation sehr viel einfacher geworden. „Weil man kostengünstig mit Menschen, die sich für das Produkt oder die Dienstleistung interessieren, in Kontakt treten kann. Man kann leichter mit Kundinnen und Kunden im Gespräch bleiben, viel leichter als über reine Offlinekommunikation.“ Vor allem Feedback von Werbeanzeigen, Flugblättern oder Werbespots ist nur durch sehr aufwendige Befragungsmethoden messbar. Ob ein Social-Media-Auftritt erfolgreich ist, ist im

Unterschied dazu recht einfacher messbar. „Klicks oder Reichweite, die das Analysetool anzeigen, sind ein Indikator. Wobei das alles nichts nützt, wenn die User nur die schönen Bilder anschauen, aber keine weitere Handlung erfolgt.“ Einen sogenannten „Call to Action“ zu integrieren, empfiehlt die Marketingexpertin deshalb unbedingt: etwa zum Kauf des Produktes oder der Dienstleistung aufzurufen, sie zum Webshop weiterzuleiten oder die Mailadresse für einen Newsletter zu hinterlassen. „Dann wird der Erfolg auch in Zahlen messbar – daran, ob sich der Umsatz oder die Käufe gesteigert haben. Es hilft nichts, wenn tausend Leute ein Bild liken – aber dann nichts kaufen.“

## **First Steps**

Tipps von Marketingexpertin  
Barbara Sawka, [www.sawka.at](http://www.sawka.at)



### **Eine eigene Webpräsenz aufbauen**

**Tools wie wix.com oder WordPress sind günstige bzw. freie Content-Management-Systeme, die eine Homepage erschwinglich und einfach werden lassen.**

### **Die Zielgruppe identifizieren**

**Dahinter steckt klassische Marketingarbeit, die sich digital und analog nicht unterscheidet.**

### **Den passenden Social-Media-Kanal wählen**

**Der Zielgruppe entsprechend: Jüngere Menschen treiben sich selten auf Facebook herum, Businesskundinnen und -kunden erreicht man am besten über B2B-Plattformen wie LinkedIn oder Xing.**

### **Analysieren**

**Die meisten Plattformen bieten die Möglichkeit zur Analyse. Wann sind potenzielle Kundinnen und Kunden online? Welcher Content wird am häufigsten geteilt?**

### **„Call to Action“ integrieren**

**Aufmerksamkeit allein bringt noch keinen Umsatz. Die Kundinnen und Kunden sollten deshalb zu einer konkreten Aktion aufgefordert sein: den Webshop besuchen, ein Probeabo bestellen, einen Newsletter abonnieren.**

# Tatort Social Media

Mobbing, Verhetzung, Extremismus und sexuelle Gewalt – Hass und Aggression im Netz sind mittlerweile Alltag und beschäftigen auch die Justiz. Denn ein harmlos geglaubter Kommentar kann einem schnell zum Verhängnis werden.

Flammenwerfer wären die bessere Lösung“, kommentierte ein 17-jähriger Lehrling vor ein paar Jahren auf der Social-Media-Plattform Facebook das Foto eines Flüchtlingsmädchens, das sich unter einem Wasserstrahl von der Sommerhitze abkühlte. Aktivistinnen und Aktivistinnen meldeten den Kommentar, der Jugendliche verlor daraufhin seinen Ausbildungsplatz. Danach wurden immer mehr Menschen von ihren Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern gekündigt, weil sie sich im Netz rassistisch oder aggressiv geäußert hatten. „Menschlicher Müll, wertlose Minusmenschen.“ So reagierte eine 48-jährige Frau auf das Foto vom Wiener Neujahrsbaby 2018, dessen Mutter Kopftuch trug. Die Frau wurde nicht rechtskräftig zu neun Monaten Haft verurteilt. „Die meisten Hassposterinnen und -poster wissen gar nicht, was sie tun, und sind überrascht, wenn sie einen Brief von der Staatsanwaltschaft bekommen. Sie glauben, dass ihre Aussagen ausnahmslos unter freie Meinungsäußerung fallen. Rechtlich ist es aber so, dass Meinungsfreiheit dort aufhört, wo Strafrecht anfängt“, sagt Caroline Kerschbaumer, Leiterin der Beratungsstelle ZARA – Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit. Drohungen, üble Nachrede, Verleumdung, Beleidigungen, die zum Beispiel auf das Geschlecht, eine Behinderung, das Alter oder die sexuelle Orientierung abzielen, Verhetzungen oder sexualisierte Gewaltfantasien in Kommentaren seien strafbar.

## Sinkende Hemmschwelle

„Die meisten Hasskommentare, die uns gemeldet werden, richten sich gegen Musliminnen und Muslime,

geflüchtete Menschen oder Frauen, die sexistisch beleidigt werden“, sagt Kerschbaumer. Artikel oder Fotos werden in sozialen Netzwerken gepostet, Nutzerinnen und Nutzer würden sich in den Kommentaren gegenseitig aufschaukeln. Das fehlende Gegenüber lasse die Hemmschwelle sinken. Da es keinen Augenkontakt zum Gesprächspartnerin, zum Gesprächspartner gibt, würden sich Nutzerinnen und Nutzer anonym fühlen. Frust und Aggression würden schneller abgeladen werden. „Im Netz ist niemand anonym. Die Verfasserinnen und Verfasser von Kommentaren sind schnell ausfindig gemacht“, sagt Kerschbaumer. Die meisten Nutzerinnen und Nutzer würden jedoch ohnehin mit Echtenamen posten.

## Ein Nacktfoto ist nicht genug

„Beim Cybermobbing etwa gibt es klare Richtlinien“, so Kerschbaumer. Ein Mensch müsse online über einen längeren Zeitraum gemobbt werden. Ein einmaliger Vorfall reiche nicht, um anzeigen zu können. Genauso müsse das Posting öffentlich, oder laut Gesetz für eine

größere Zahl von Menschen wahrnehmbar, sein. „Das heißt, wenn eine Person ein intimes Bild wie ein Nacktfoto von einer anderen Person einmalig veröffentlicht, kann der Vorfall noch nicht angezeigt werden“, so Kerschbaumer. Hier müsste das Gesetz verschärft werden, sagt die Expertin, denn sei ein Foto einmal im Netz, könne es sofort geteilt, gespeichert und abfotografiert werden.



Caroline Kerschbaumer, ZARA

## Vom Opfer zur Täterin, zum Täter

Laut einer Studie der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung hat Österreich europaweit die höchste Mobbingrate in Schulen. Jede zweite Schülerin, jeder zweite Schüler werde gemobbt. Viele Opfer würden nicht anzeigen. Ähnlich sei es bei Verhetzung und rassistischen Beleidigungen. In beiden Fällen ermittelt die Staatsanwaltschaft. Auch Frauen, die aufgrund ihres Geschlechts online beschimpft oder sexuell belästigt werden, können anzeigen und die Staatsanwaltschaft ermächtigen. „Der Angriff muss jedoch öffentlich stattgefunden haben“, so Kerschbaumer.

## Bleiben Sie nicht stumm!

Holen Sie sich Unterstützung und lassen Sie sich beraten. Mehr Infos zur rechtlichen Situation oder Hilfe für Eltern und Jugendliche gibt es unter: [www.saferinternet.at](http://www.saferinternet.at).

Unter [www.rataufdraht.at](http://www.rataufdraht.at) findet man Tipps und Unterstützung.

Unter [www.zara.or.at](http://www.zara.or.at) können Hasspostings anonym gemeldet werden.

Die Beratungsstelle [#GegenHassimNetz](https://www.gegenhassimnetz.at) bietet auch kostenlose Hilfe bei rechtlichen Schritten an.

[www.weisser-ring.at](http://www.weisser-ring.at) bietet Unterstützung für Frauen, die Opfer von sexueller Gewalt wurden.



## Richtiges Verhalten im Netz

**Überlegen Sie gut, was Sie im Netz posten.** Sollten Sie zuvor einen Beitrag gelesen haben, der Sie emotional aufwühlt, kommentieren Sie nicht gleich, sondern warten Sie, bis Sie sich beruhigt haben.

**Melden Sie Hasspostings.** Wenn Sie merken, dass ein Kommentar Grenzen überschreitet, dann melden Sie es direkt auf der Plattform oder bei einer Beratungsstelle.

**Schützen Sie sich.** Sind Sie selbst Opfer von Beleidigungen oder Drohungen im Netz, melden Sie es und suchen Sie sich Unterstützung, um rechtlich gegen die Person vorzugehen. Machen Sie zum Beweis Screenshots von den Kommentaren oder Nachrichten. Wichtig: Das Datum muss am Bild zu sehen sein.

**Verschicken Sie keine intimen Fotos von sich im Netz.** Einmal gepostet oder verschickt, können die Bilder schnell verbreitet werden.

**Kritisch sein.** Glauben Sie nicht alles, was Sie lesen. Werden Fotos gepostet, die das Verhalten bestimmter Gruppen von Menschen zeigen sollen (etwa Homosexueller oder geflüchteter Menschen), ziehen Sie das Foto einfach in die Google-Suchmaske oder kopieren Sie den Text der Postings mit Anführungszeichen in die Suchmaschine. Oft werden Inhalte aus ihrem Zusammenhang gerissen und für völlige andere Meldungen verwendet.

**Richtige Sachinfos posten.** Manchmal sollen Postings gezielt falsche Informationen verbreiten, um Menschen aufzuhetzen. Posten Sie richtige Informationen, machen Sie Gegenstimmung.

Das sei Sigrid Maurer zum Verhängnis geworden. Die ehemalige Abgeordnete der Grünen bekam auf ihrem Facebook-Account sexistische und erniedrigende Nachrichten vom Account eines Bierladeninhabers. Sie veröffentlichte die Nachrichten auf ihrer Facebook-Seite und wurde selbst verklagt. „Der Täter verschickte die Belästigungen in einer privaten Nachricht und postete sie nicht öffentlich. Zudem hätte sie sich versichern müssen, ob der Unternehmer wirklich der Verfasser war.“ Frauen seien in solchen Fällen oft auf sich alleine gestellt und blieben deshalb stumm. „Das darf nicht sein“, sagt Kerschbaumer. Sie empfiehlt in solchen Fällen, Screenshots von den Nachrichten zu machen und sich Unterstützung zu suchen. „Wir haben einen Rechtshilfefonds eingerichtet, damit Betroffene die Möglichkeit haben, zu klagen.“ Es sei mühsam, solche Verfahren ohne Unterstützung zu führen und das Kostenrisiko selbst zu tragen.

### Social Media sind nicht der Stammtisch

Es sei wichtig, Menschen im Umgang mit sozialen Medien zu sensibilisieren. „Das Netz ist nicht der Stammtisch“, sagt Kerschbaumer. Postings könnten um die ganze Welt gehen. Außerdem werde schnell eine Stimmung erzeugt, die andere Menschen mitreißt und gefährlich werden kann. Vor Kurzem etwa beschimpfte eine deutsche Komikerin, der auf der Social-Media-Plattform Instagram eine halbe Million Menschen folgen, eine Journalistin, die über ihren Auftritt negative Kritik verfasst hatte. Ihre Fans attackierten und bedrohten die Journalistin daraufhin massiv. ●

# So geht's!

Die „Akademische Burschenschaft Hysteria zu Wien“, „#metoo“ oder „#jesuis“: erfolgreiche Kampagnen und Organisationen, die es ohne Social Media nicht oder nicht in der Form geben könnte. Hier sind einige Beispiele für effektive Social-Media-Kampagnen.

Eine Social-Media-Kampagne zu starten klingt so einfach – und ist doch ein kompliziertes Unterfangen. Die schiere Größe und Komplexität des Social Webs wird oft unterschätzt. Manche Kampagnen schaffen nicht den Sprung zur nötigen Aufmerksamkeit. Wieder andere gehen binnen weniger Sekunden „viral“. Das kann, muss aber nicht gut sein: Geht eine Kampagne nach hinten los, verselbstständigt sie sich unkontrollierbar und entfacht einen „Shitstorm“. Heute ist das Internet, allen voran Social-Media-Plattformen, die größte Werbefläche und hat Fernsehen, Rundfunk und gedruckte Werbung weit überholt. Und nicht nur Unternehmen wissen das zu nutzen: karitative, politische oder feministische Bewegungen haben es via Social Media geschafft, die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken.



## #jesuis

Als im Januar 2015 ein Anschlag auf die

Redaktion der französischen Satirezeitschrift „Charlie Hebdo“ verübt wurde, verbreitete sich binnen weniger Stunden der Hashtag #jesuischarlie im Internet. Ein Zeichen für Solidarität mit den getöteten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Wochenzeitschrift und gegen die Bedrohung der freien Meinungsäußerung: „Charlie Hebdo“ hatte die Karikaturen des islamischen Propheten Mohammed aus der dänischen „Jyllands-Posten“ nachgedruckt, die zuvor selbst schon Ziel von Anschlägen geworden waren. Der Hashtag #jesuis wurde in abgewandelter Form weltweit zum Symbol für Solidarität. Nach den Terroranschlägen in Paris im November 2015 ging #jesuisparis um die Welt, #jesuisorlando wurde nach einem Anschlag in Orlando im Juni 2016 verbreitet.



## #burschenschaftshysteria

Auch wenn die Hysteria eigenen Angaben nach seit 1810 besteht, ist sie, ihrem Erscheinen auf Social-Media-Plattformen nach zu urteilen, seit 2016 aktiv. Die Mitglieder des satirischen, politisch linken und feministischen Projektes haben sich nichts Geringeres als das Matriarchat zum Ziel gesetzt, sie wollen die „Männer schützen“, diese von der Politik fernhalten, ihr Wahlrecht einschränken und eine Frauen- und Transgenderquote von 80 Prozent in öffentlichen Ämtern einführen. Fast 40.000 Menschen verfolgen die Hysteria auf Facebook und beobachten ihre Aktionen – zuletzt die Promotion von „Hyäne Fischer“ als Vertreterin Österreichs beim diesjährigen Eurovision Song Contest.



## #whomademyclothes

Als im April 2013 das achtstöckige Rana Plaza in Bangladesch einstürzte, starben über 1.000 Menschen, die in der dort untergebrachten Textilfabrik unter unmenschlichen Bedingungen Kleidung herstellten. Es war ein trauriger Tiefpunkt der Geschichte der „Fast Fashion“ und zugleich die Geburtsstunde der „Fashion Revolution“, einer Bewegung, die sich weltweit über Social Media ausbreitete und auf die schlechten Arbeitsbedingungen der Modeindustrie aufmerksam macht. Unter dem Hashtag #whomademyclothes werden seither Menschen gezeigt, die Kleidung herstellen, so wird den anonymen Massenwaren ein Gesicht gegeben. Jedes Jahr wird zur Erinnerung an den Einsturz des Fabrikgebäudes die „Fashion Revolution“-Woche ausgerufen, Menschen in über 90 Ländern haben sich der Bewegung bereits angeschlossen und setzen sich für faire, sicher und saubere Produktionsbedingungen in der Modeindustrie ein.



## #checkitbeforeitsremoved

Mit den strengen Zensurrichtlinien von Netzwerken wie Facebook und Instagram spielt diese Kampagne von Pink Ribbon Deutschland, die 2016 gestartet wurde. Dabei sind Bilder von Frauen zu sehen, die ihre nackte Brust zeigen. „Check it before it's removed“ ist also doppeldeutig zu verstehen: die Bilder sollten so schnell wie möglich verbreitet werden, um die Zensur zu umgehen. Zugleich sollen Userinnen daran erinnert werden, regelmäßig ihre Brust beim Frauenarzt checken zu lassen, um Brustkrebs und dessen Folgen vorzuzugreifen. Die Bilder wurden europaweit geteilt.



## #ALSicebucketchallenge

Niemand weiß ganz genau, woher sie kam, aber im Sommer 2014 war sie da: die Ice Bucket Challenge. Um Aufmerksamkeit auf die Krankheit ALS (amyotrophe Lateralsklerose) zu lenken und Spenden für die Erforschung dieser bisher unheilbaren Krankheit zu sammeln, schüttete sich das halbe Internet einen Kübel Eiswasser über den Kopf. Die Verbreitung lief via Schneeballsystem: Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer nominierte mindestens drei weitere, es ihr oder ihm gleichzutun, ein Video davon auf die verschiedenen Social-Media-Plattformen zu stellen und zehn Euro an die ALS-Forschung zu spenden. Innerhalb weniger Wochen nahm die US-amerikanische ALS Association über 40 Millionen US-Dollar an Spenden ein, zwanzigmal mehr als im üblichen Jahresschnitt; die ALS-Ambulanz der Charité in Berlin bekam innerhalb von zehn Tagen über 680.000 Euro.



#Me Too

## #meeto

Seit Herbst 2017 wird unter dem Hashtag #meeto auf sexuelle Belästigung aufmerksam gemacht. Auslöser war der Fall Harvey Weinstein: Der Filmproduzent hatte zahlreiche Frauen belästigt und missbraucht. Die Parole „Me too“ spielt darauf an, wie weit verbreitet Vergewaltigung, Diskriminierung, sexuelle Belästigung und Übergriffe sind und in wie vielen unterschiedlichen Formen und Ausprägungen sie existieren. Die US-amerikanische Schauspielerin Alyssa Milano machte den Hashtag populär, der sich in knapp 90 Nationen und vielen unterschiedlichen Sprachen verbreitete. Auch in Österreich schlug #metoo hohe Wellen, und das nicht nur online. So berichtete die Gleichbehandlungsanwaltschaft, dass sich mehr Opfer an sie wenden und sich bestärkt fühlen, Belästigungen zu melden. Auch wenn sich die #metoo-Bewegung einige Kritik gefallen lassen musste – es wurde etwa kritisiert, dass sexuelle Übergriffe nicht differenziert, sondern Anmache, Missbrauch und Vergewaltigung in einen Topf geworfen würden –, bewirkte sie doch, dass viele Opfer den Mut fassen konnten, ihr Schweigen zu brechen.



# Mexiko, das Gastkind und das Internet

## Ein Interview mit einer burgenländischen Blogger-Familie

### Warum haben Sie sich dazu entschieden, als Gastfamilie ein Kind aus einem fremden Land aufzunehmen und Ihre Eindrücke in diesem Blog zu dokumentieren?

Eine befreundete Familie kam auf die Idee, Gastfamilie zu werden, da ihre Tochter selbst schon einmal Gastkind war und nun einmal die andere Seite kennenlernen wollte. Dadurch konnten wir ein Gastfamilienjahr zuerst aus einiger Distanz beobachten, bevor wir selbst darüber nachdachten, eine Austauschschülerin aufzunehmen. Letztendlich kamen wir zu dem Entschluss, dass ein Jahr als Gastfamilie wunderbar dazu beitragen kann, andere Kulturen kennenzulernen und weltoffener zu werden. Außerdem hofften wir auch, neue Erfahrungen zu sammeln, einem Menschen die Chance auf ein tolles Jahr zu ermöglichen und etwas über uns als Familie dazuzulernen. Den Einfall mit dem Blog hatte dann Tochter Sarah. Sie war der Meinung, dass unsere Erfahrungen anderen (zukünftigen) Gastfamilien helfen könnten und eine Art öffentliches Tagebuch auch für uns eine schöne Erinnerung sein würde.

### Was halten Sie in diesem Blog alles fest?

Wir schreiben primär über unsere Erfahrungen und Erlebnisse im Austauschjahr, dokumentieren also, wo wir überall waren, was passiert ist und wie es uns gerade geht. Doch auch die mexikanische Seite unserer

Austauschschülerin Nicole beziehen wir immer wieder mit ein. So gibt es zum Beispiel die Serie „Mexikanerin in Österreich“, wo Unterschiede zwischen den beiden Kulturen und Ländern festgehalten werden, oder Nicole berichtet über das Leben und Traditionen in Mexiko. Ziel ist es, unseren Leserinnen und Lesern ein Austauschjahr, vor allem aus der Gastfamiliensicht, näherzubringen und auch eventuelle Schwierigkeiten sowie Insiderwissen anzusprechen.

### Wie sind die Reaktionen auf das Blog?

Die Reaktionen auf unseren Blog sind bis jetzt überwiegend positiv. Viele Menschen freuen sich, auch einmal Näheres über ein Gastfamilienleben zu erfahren, da dies im deutschsprachigen Raum aufgrund fehlender Plattformen anderswo kaum möglich ist. Auch einige Austauschschülerinnen und -schüler zeigen Interesse, die Gefühlswelt und Ansichten von Gastgeberinnen und Gastgebern kennenzulernen, um manche Dinge eventuell besser verstehen zu können. Die interessantesten Reaktionen kommen tatsächlich meist von Bekannten und Verwandten, welche sich immer ein bisschen wundern, dass sie mittlerweile unser Leben auch auf einem Blog mitverfolgen können. Unterstützung haben wir jedoch zum Glück auch von dieser Seite. ●



Christian,  
Beate und  
Sarah Schreiter  
betreiben den Familien-  
blog [familiensitzung.  
wordpress.com](http://familiensitzung.wordpress.com).

## Lokale Expertinnen zum Thema Social Media



**Angelika Gossmann**  
Mädchenberatung  
MonA-Net

---

Auf unserer Onlineplattform [www.mona-net.at](http://www.mona-net.at) kommt das Thema „Aggression im Netz“ glücklicherweise selten vor. Vereinzelt hören wir von Mädchen, die über WhatsApp beschimpft oder beleidigt wurden, wobei sich diese Thematik durch das Blockieren dieser Person als Kontakt auch immer wieder rasch lösen lässt. Danach bauen wir den Selbstwert des Mädchens wieder auf und versuchen klarzumachen, dass das ein individuelles Problem der Person ist, die solche Inhalte versendet, und nicht das eigene. Bei Attacken in diese Richtung können sich Mädchen ab zwölf Jahren und junge Frauen gerne an uns wenden.

---



**Iga Zakrzewska**  
Sozialarbeiterin  
Frauenhaus Burgenland

---

Als Mitarbeiterinnen im Frauenhaus Burgenland sind wir tagtäglich mit dem Thema „Hass im Netz“ konfrontiert. Quer durch alle Gesellschaftsschichten werden soziale Medien konsumiert und Onlinekommunikationsmittel genutzt. Welche Unmengen an Daten hierbei entstehen, wird häufig erst dann klar, wenn Unangenehmes passiert. Immer wieder müssen wir erleben, wie Ex-Partner ihren ehemaligen Frauen und Freundinnen Druck machen und Hass schüren, indem sie in sozialen Medien schlecht über sie sprechen oder Fotos und Videos unerlaubt weiterverbreiten. Es ist uns daher sehr wichtig, Frauen und Mädchen immer wieder vor Augen zu führen, wie viel sie über sich selbst im Netz preisgeben und wie leicht Bilder und Videos unerwünscht in Umlauf geraten können.

---



**Alina Stahleder**  
angehende  
Volksschullehrerin

---

Das Internet ist für die meisten von uns nicht mehr wegzudenken und ständiger Begleiter. Das Durchsehen der sozialen Netzwerke zählt heute zur Tagesroutine, vor allem bei Kindern und Jugendlichen. Sie pflegen digital ihre Freundschaften und tauschen sich aus. Die Meinungen zur Nutzung des Internets bei Kindern sind gespalten. Sofern Computerspiele an das Alter und die geistige Verfassung des Kindes angepasst werden und die Benutzung zeitlich beschränkt ist, können sie Lerneffekte erzielen, weil Figuren oft als Vorbilder gesehen werden. Medien regen zum Mit- und Nachmachen an, weswegen das passende Genre so wichtig ist!

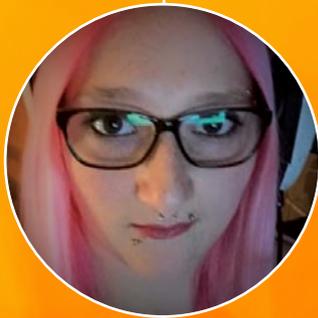
---

## 7. Burgenländischer Frauenlauf

Am 22. September fällt zum siebten Mal der Startschuss zum burgenländischen Frauenlauf, im heurigen Jahr zum ersten Mal vor der Kulisse des wunderschönen Städtchens Rust. Wie in den Vorjahren auch stehen verschiedene Streckenlängen zur Auswahl. Der kurze Laufwettbewerb geht über 3,5 Kilometer, der lange über sieben Kilometer. Die Strecken sind Rundkurse. Wieder sollen primär der Spaß und die Freude an der gemeinsamen Bewegung im Vordergrund stehen. Für Kinderbetreuung vor Ort ist gesorgt. Alle Angemeldeten erhalten ein bedrucktes Funktionsshirt. Außerdem wartet für alle Starterinnen ein Paket mit Goodies im Ziel. Die Onlineanmeldung läuft noch bis 13. September. Für Gruppen ab zehn Personen gibt es 20 Prozent Ermäßigung auf das Nenngeld! Nähere Infos und Anmeldung unter: [www.frauenlaufburgenland.at](http://www.frauenlaufburgenland.at)



# menschen zum thema social media



## NADINE TÄUBEL AUS GOLS, EHEMALIGE E-SPORTLERIN

Als Frau neu mit dem Streamen anzufangen ist eine fast unmögliche Sache! Entweder man hat eine Webcam und sieht außerdem gut aus oder man bekommt keine Zuschauerinnen und Zuschauer. Der einzige „Betrachter“ wäre ein Computerprogramm, welches darauf programmiert wurde, das Spiel zu beobachten.



## ALINA STAHLER, ANGEHENDE VOLKSSCHULLEHRERIN

Während sich Kinder und Jugendliche früher zum Fußballspielen am Spiel- oder Sportplatz getroffen haben, bevorzugen heute viele das digitale Spiel „FIFA“, eine Serie von Fußballsportsimulationen. Das Internet trägt dazu bei, dass sich die Gestaltung der Freizeit langsam, aber sicher verändert.



## ANJA HAIDER-WALLNER, SPEZIALISTIN FÜR WEBMARKETING

Wer 2019 ein Unternehmen gründet, kommt um digitale Medien nicht herum. Dienstleistungen oder Produkte sucht der Mensch heutzutage zuallererst auf Google. Social-Media-Plattformen sind eine günstige Möglichkeit, mit potenziellen Kundinnen und Kunden zu kommunizieren und Image aufzubauen. Wenn frau weiß, wie's geht.

