



Werde  
Digital.at

Herausgeber\_in: Meral Akin-Hecke . David Röhler

# Das neue Arbeiten im Netz



Gefördert aus  
Mitteln des  
Bundeskanzleramtes



# IMPRESSUM

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [dnb.dnb.de](http://dnb.dnb.de) abrufbar.

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek

The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at [dnb.dnb.de](http://dnb.dnb.de).

Herausgegeben von Meral Akin Hecke, David Röthler

Endredaktion der Texte: Christian Berger, Barbara Buchegger, Gerald Czech, Martin Ebner, Christian Freisleben, Anita Pleschko-Röthler, Laurent Straskaba, Peter Webhofer

Design: Claudia Kanz, [nikoshimedia.at](http://nikoshimedia.at)

ISBN: 978-3-902796-27-1

edition mono/monochrom

Zentagasse 31/8, 1050 Wien

fax/fon: +431/952 33 84

[edition-mono@monochrom.at](mailto:edition-mono@monochrom.at)

Gefördert aus Mitteln des Bundeskanzleramtes

BUNDESKANZLERAMT  ÖSTERREICH

Alle Inhalte sind unter der *Creative-Commons-Lizenz CC BY SA* veröffentlicht.

CC-BY-SA 3.0



Das neue Arbeiten im Netz (2015); Hg: M. Akin-Hecke, D. Röthler -  
[leitfaden.werdedigital.at](http://leitfaden.werdedigital.at)



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort der Herausgeber_innen</b>	<b>9</b>	Teamarbeit++	
Editorial		Anneliese Breitner	42
Meral Akin Hecke, David Röhler	9	<b>Informationsbeschaffung</b>	<b>47</b>
<b>Vorwort</b>	<b>11</b>	Wie liefert meine Suchanfrage die Ergebnisse, die ich suche? Oder: Tipps zum effektiven Umgang mit Google.	
Real Digital		Michael Weberberger	47
Franz Kühmayer	11	Berühmtes Wikipedia	
<b>Einführung &amp; Grundlagen</b>	<b>14</b>	Matthias Jax	51
Eine (sehr) kleine Geschichte des Internets		Digital Wissen speichern	
Martin Skopal	14	Martin Skopal	53
Zur Entwicklung von Social Media		Automatisierte Informationsbeschaffung via RSS Feeds	
Sabrina Hanneman	17	Daniel Friesenecker	56
Eine kurze Geschichte der Open-Source-Software		Kartenservices – Haben Sie heute schon eine Karte benutzt?	
Marliese Mendel	20	Manuela Schmidt	59
Lehren und Lernen im Wandel der Digitalität		Location Based Services	
Martin Ebner	23	Gernot Reichert	62
<b>Die neue Arbeitswelt</b>	<b>26</b>	Augmented Reality zeigt mehr als sichtbar ist	
Die digitale Arbeiter_innenklasse		Gerald Binder	64
Günther Friesinger und Frank Apunkt Schneider	26	QUELLENKRITIK: Wahr oder falsch im Internet?	
Unternehmenskultur im Zeitalter der digitalen Kommunikation		Sonja Schwarz	69
Monika Meurer	30	<b>Kommunikation und Zusammenarbeit</b>	<b>72</b>
New World of Work – Wie rechnet sich das eigentlich?		Messenger oder SMS: Was ist die beste Alternative?	
Michael Bartz und Thomas Schmutzer	33	Angela Feiner	72
Arbeiten an der Unternehmenskultur		“Sie haben Post!” - Das unverzichtbare digitale Briefchen	
Wolfgang Tonninger	36	Dominik Leitner	75
Mobilität – Arbeiten wird mobil (Smartphones und Tablets im Arbeitsalltag)			
Katja Piwerka	39		

Chats und Messenger – Echtzeit-Plauderei im Internet <i>Ritchie Blogfried Pettauer</i>	77	Storytelling - Mut zur Emotion macht sich bezahlt. <i>Sabrina Oswald</i>	116
WhatsApp – der Instant-Messaging-Dienst ist einfach, praktisch und bedenklich. <i>Julia Petschinka</i>	80	CMS: Don't build your Web without it <i>Lena Doppel</i>	119
Co-Creation – Online-Zusammenarbeit <i>Angelika Molk, Josef Schrefel</i>	83	Bloggen <i>Susanne Zöhrer</i>	122
Weitere Tools zur Zusammenarbeit – Cacoo und Trello <i>Christian Freisleben</i>	86	Instagram – Das Bildernetzwerk: Dein Leben, deine Arbeit, Du in Bildern <i>Julia Petschinka</i>	125
Allzeit bereit! Online Präsentieren, immer und überall mit Prezi & Co. <i>Michael Sinnhuber</i>	90	Podcasts - Der Sieg der Nische <i>Daniel Friesenecker</i>	128
Arbeiten in der Wolke <i>Werner Reiter</i>	93	Was bei der Verwendung von Fotos für die eigene Website zu beachten ist <i>Piotr Luckos</i>	130
Organisation oder Overkill? – Online-Projektmanagement <i>Michael Hafner</i>	95	NA KLAR, KANNST DU DAS HABEN! – Was bedeutet eigentlich “Creative Commons” und wie schützt es mein Werk im Netz? <i>Nicole Kolisch</i>	134
Crowdfunding – Projektfinanzierung mit der Community <i>Wolfgang Gumpelmaier</i>	98	Barrierefreiheit – Warum? <i>Markus Ladstätter</i>	138
<b>Vernetzung</b>	<b>101</b>	Barrierefreiheit – Wie? <i>Klaus Höckner</i>	141
Facebook - Ein kurzer Überblick <i>Jürgen Haslauer</i>	101	<b>Arbeitssuche und Karriere</b>	<b>144</b>
Twitter – ein Nachrichtenkanal mit 140 Zeichen <i>Meral Akin-Hecke</i>	104	Onlinebewerbung – die Kreation eines konsistenten Gesamtbilds <i>Daniel Friesenecker</i>	144
Viel mehr als ein soziales Netzwerk: Google+ <i>Petra Köstinger</i>	108	Digitale Karriereberatung – nicht ausgeschöpftes Potenzial <i>Gabriela Westebbe</i>	147
Es war einmal ein Telefonbuch. <i>Iris Gager</i>	111	JOBSUCHE: Selbstdarstellung im Internet bringt's <i>Sonja Schwarz</i>	150
<b>Publizieren</b>	<b>113</b>	Image-Generierung, persönliche Markenbildung <i>Jürgen Haslauer</i>	153
Das Wichtigste zuerst <i>Martin Skopal</i>	113		

Projektbezogenes Arbeiten – neue Chancen in der Arbeitswelt <i>Julia Weinzettl</i>	155	Digitale Währungen – Trend oder Gefahrenquelle? <i>Iwona Wisniewska</i>	191
<b>Bildung</b>	<b>158</b>	Vertrag per SMS – die Handysignatur <i>Michael Hafner</i>	193
Online-Bildung für alle?! <i>Michael Kopp, Klaus Hatzl</i>	158	Rechtsinformation <i>Stefan Szücs</i>	196
Warum Trainer_innen und Lehrende offene Bildungsressourcen benötigen <i>Sandra Schön und Martin Ebner</i>	162	E-Banking <i>Gernot Reichert</i>	199
Zukunft Lernen – mit der Crowd immer und überall <i>Philipp Etzlinger, Erika Hummer</i>	165	Von Amtswegen digital – Amtsgeschäfte online erledigen <i>Carola Unterberger</i>	202
Webinare – Videokonferenzen als Bildungsformat <i>David Röthler</i>	168	<b>Sicherheit</b>	<b>205</b>
Barcamps – oder wie man Veranstaltungen so produktiv wie Pausengespräche macht <i>Robert Lender</i>	171	Anonym im Internet unterwegs <i>Iwona Wisniewska</i>	205
<b>Kaufen und Verkaufen</b>	<b>174</b>	Der sichere Umgang mit Passwörtern <i>Christian Lendl</i>	207
Der Online-Handel boomt. So profitieren auch Kleinunternehmen davon. <i>Anita Posch</i>	174	Umgang mit Shitstorms <i>Jürgen Haslauer</i>	210
Kaufen und verkaufen im Internet <i>Ingrid Gogl</i>	177	Hatschi. Gesundheit! Schnupfen, oder doch die Vogelgrippe? Viren, Spam und Trojaner <i>Gerhard Steiner</i>	213
<b>Teilen und Vermehren</b>	<b>182</b>	<b>Politik und Arbeitswelt</b>	<b>216</b>
Meins, deins, unseres - Nutzen für alle durch digitale Gemeingüter <i>Stefan Pawel</i>	182	Termine, Ideen oder Meinungen – lass uns online abstimmen! <i>Peter Kühnberger</i>	216
Shareconomy – Haben oder Sein? Manfred Bruckner	185	Online Petition <i>Gernot Reichert</i>	219
<b>Amtsgeschäfte/eBanking</b>	<b>188</b>	Politische Information <i>Susanne Zöhrer</i>	222
“Schick mir Geld” – bezahlen und verrechnen mit Paypal <i>Michael Hafner</i>	188	<b>Über WerdeDigital.at und Digital Champion Austria</b>	<b>225</b>





## Editorial

*Meral Akin Hecke, David Röhler*



**Meral Akin-Hecke**

Digital Champion Austria

*Foto: Tony Gigov*



**David Röhler**

Werdedigital.at

Die vorliegende Publikation enthält rund 70 Beiträge zu unterschiedlichen Themen, mit denen Menschen, die mit dem Internet arbeiten, konfrontiert sind.

Der Leitfaden wendet sich an Interessierte, die bereits online sind und ihr Wissen vertiefen wollen. Im Fokus stehen die durch die Verbreitung des Internets ausgelösten Veränderungen in der Arbeitswelt. Viele Beiträge sind aber bestimmt auch in einem anderen Kontext hilfreich. So werden Möglichkeiten der Online-Publikation in Blogs genauso beschrieben, wie Aspekte der Vernetzung über Facebook oder Twitter. Auch das Thema Bildung kommt nicht zu kurz.

Die Onlinewelt birgt auch Gefahren und Risiken. Alles was neu ist macht uns Angst. Aber die Onlinewelt hat großes Potenzial, das uns beruflich und privat weiterbringen kann. Dieser Leitfaden soll Mut machen, Neues auszuprobieren und sich mit den veränderten Arbeitsweisen vertraut zu machen.

Besonderer Dank gebührt in erster Linie den rund 60 Autor\_innen; weiters den zahlreichen um die Endredaktion der Texte Bemühten sowie dem Bundeskanzleramt für die finanzielle Unterstützung.

# Real Digital

*Franz Kühmayer*

*“Was hast Du heute schon alles digital gemacht?”* – diese Frage steht im Mittelpunkt der Initiative [WERDEDIGITAL.AT](https://werdedigital.at). Und sie ist eine der zentralen Fragen nicht nur im Privatleben vieler Österreicher, sondern vor allem auch in deren Berufsleben geworden.

Etwa eine halbe Million Arbeitsplätze in Österreich sind mehr oder weniger direkt der IT-Branche zuzuordnen. Doch auch außerhalb dieses Sektors gilt: Wohl kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, den Kontakt mit Kund\_innen und Lieferant\_innen, seine internen Prozesse oder seine Mitarbeiter\_innenkommunikation nicht auch digital abzubilden.

Digitale Kompetenz ist eine unverzichtbare Kulturtechnik im Alltag geworden, und dennoch sind die aktuellsten Zahlen alles andere als beruhigend: 39 % der Arbeitnehmer\_innen Europas haben unzureichende digitale Kompetenzen, 14 % sogar überhaupt keine. Wer jedoch über zu geringe Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien verfügt, wird mittelfristig immer mehr vom gesellschaftlichen Alltag und von beruflichen Zukunftschancen abgeschnitten. Denn auch der Arbeitsmarkt ist einer entsprechenden Dynamik unterworfen: Die Anzahl der Arbeitsplätze für IT Spezialist\_innen ist in den letzten fünfzehn Jahren sieben Mal (!) stärker gewachsen als die durchschnittliche Beschäftigung. Ein klares Signal der Wirtschaft: Die Zukunft der Arbeit ist real digital.

Dabei müssen wir berücksichtigen, dass zur Digitalisierung das Einschalten von Computern nicht ausreicht. Digitales Arbeiten ist nicht nur die Abbildung von bestehenden Arbeitsformen mit neuen Medien, sondern hat das Potential zum tiefgreifenden Wandel von Unternehmen beizutragen und zu einem entscheidenden Innovationsfaktor zu werden. Dementsprechend ist damit auch ein Wandel in der Haltung der Einzelnen, in der Kultur von Unternehmen und eine Steigerung der Kompetenz von Mitarbeiter\_innen und Führungskräften verbunden.

### *Zwei Beispiele:*

Wer heute ein Smartphone besitzt, schaut am Tag bis zu 150 Mal auf das Display und ist – zumindest theoretisch – 24 mal 7 Stunden in der Woche erreichbar. Die Frage, wie und wann wir (buchstäblich) abschalten, wird zu einer zentralen Überlebensfrage des Homo Digitalis.

Die gerade in den Arbeitsprozess eintretende Generation Y ist mit Informationstechnologie groß geworden. Sie beherrscht nicht nur den Umgang damit, sondern hat auch andere Verhaltensweisen etabliert / entwickelt. So gilt „Sharing“ – also das bereitwillige Teilen und das eigene Wissen dem Feedback Anderer auszusetzen – als selbstverständlich. Ältere Arbeitnehmer\_innen wurden dagegen noch mit dem Spruch „Wissen ist Macht“ geprägt, der eher zum Zurückhalten und Verteidigen von Wissen führt.

Es geht also bei der „digitalen Veränderung“ nicht nur darum, eine Fülle von Werkzeugen kennenzulernen und technisch zu beherrschen, sondern auch im Umgang damit tatsächlich medien-kompetent zu werden und eine neue Kultur und Geisteshaltung zu erlernen.

Die Initiative **WERDEDIGITAL.AT** möchte darauf Lust machen und dazu einladen, die breite Vielfalt an Möglichkeiten zur digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit zu entdecken und im Umgang damit sattelfest zu werden.

Real digital zu werden ist ein entscheidender persönlicher Kompetenzvorteil, ein Wettbewerbsvorteil für Unternehmen und insgesamt ein Standortvorteil für die Wirtschaft Österreichs. In diesem Sinne viel Freude beim Studium dieses Leitfadens und viel Erfolg beim Ausprobieren und Umsetzen Ihrer persönlichen digitalen Ideen, damit Sie künftig einen bunten Strauß an Antworten auf die Eingangsfrage geben können!<sup>1</sup>



**Franz Kühmayer**

Mitglied des Beirats der Initiative **WERDEDIGITAL.AT**; Geschäftsführer der Strategieberatung KSPM; einer der führenden Zukunftsforscher Europas zum Thema Neues Arbeiten.

[kspm.at](http://kspm.at)

[twitter.com/kspm](https://twitter.com/kspm)

***Buchtipp:***

Franz Kühmayer, Leadership Report August 2014. 120 Seiten, Verlag Zukunftsinstitut. ISBN: 978-3-938284-87-2

## Eine (sehr) kleine Geschichte des Internets

*Martin Skopal*

*“Then we typed the G, and the system crashed ...”*

*Leonard Kleinrock<sup>2</sup>*

Für Kevin Kelly ist das Internet die größte vom Menschen jemals geschaffene Maschine.<sup>3</sup> 56,3 % der Österreicher\_innen sind heute über ihr Smartphone permanent Teil dieses Kommunikationsapparats.<sup>4</sup>

Menschen reden gerne. „Im Anfang war das Wort“, sagt die Bibel. Kommunikation liegt in ihrer Natur. Man kann zwar alleine sprechen, aber zum Kommunizieren braucht es einen mehr. Nur reden zählt nicht: Gehört werden ist Imperativ.

Die Geschichte der Menschheit kann man lesen als eine Geschichte der Evolution kommunikativer Systeme, als die fortschreitende Entwicklung immer dichter Vernetzung der Menschen untereinander.

Man unterscheidet Netze zum Austausch von Gütern und solche zum Übermitteln von Kommunikation. Lange Zeit waren diese ident: Wollte man Kontakt aufnehmen, musste man seine Gedanken aufschreiben.

---

2 [www.netvalley.com/cgi-bin/intval/net\\_history.pl?chapter=1](http://www.netvalley.com/cgi-bin/intval/net_history.pl?chapter=1)

3 [www.ted.com/talks/lang/eng/kevin\\_kelly\\_on\\_the\\_next\\_5\\_000\\_days\\_of\\_the\\_web.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/kevin_kelly_on_the_next_5_000_days_of_the_web.html)

4 [www.statistik.at/web\\_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haus-halten/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haus-halten/)

Der Brief oder das Buch konnte über immer dichtere Straßennetze mittels Boten, Botschafter\_innen, Herolden, später der Post zu seinem Bestimmungsort transportiert werden.

Während die Organisation des Transports von Dingen komplexer wurde, stieg der Bedarf an möglichst zeitnah übermittelter Information. Man erfand Semaphore (optische Signalgeber), den Telegrafen, das Radio und Fernsehen. Immer rascher und an immer mehr Menschen gleichzeitig konnten Informationen geliefert werden. Es wurde möglich, nicht nur Sprache zu übermitteln, sondern auch Bild und Ton. Das globale Dorf beschreibt die zunehmende kommunikative Nähe der Menschheit.

Mit der Entwicklung digitaler elektronischer Computer in den 1950er Jahren entstand auch die Überlegung, wie man diese miteinander verbinden könne. Das US-Verteidigungsministerium vergab ab den 1960er Jahren Gelder, um paketbasierte Netzwerksysteme zu entwickeln. Ziel war es, Kommunikationskanäle auch dann aufrecht zu erhalten, wenn während des Datentransfers Teile des Netzes ausfielen: ein ideales, redundantes, fehlertolerantes System für einen möglichen Atomkrieg.

1967 wurde ein Konzept für ein solches Computernetzwerk unter dem Namen ARPANET veröffentlicht. Dessen technisches Fundament war ein Vorläufer des TCP/IP-Protokolls<sup>5</sup>, mit dem bis heute alle Datenpakete im Internet versandt werden. Im September 1969 wurde der erste Computer angeschlossen. Seither kamen Millionen weitere hinzu.

---

5 [www.ietf.org/rfc/rfc791.txt](http://www.ietf.org/rfc/rfc791.txt)

TCP/IP ist inhaltsneutral: unabhängig vom Inhalt werden alle Daten gleich behandelt. Gepaart mit der Fähigkeit zur fortgeschrittenen Digitalisierung analoger Inhalte war es möglich, jene Vielzahl an Diensten zu kreieren, die heute mit dem Internet verbunden werden. Seine inhärente Universalität ließ das Internet zur Kommunikationslösung schlechthin werden.

## *Links*

[internetociety.org/sites/default/files/Brief\\_History\\_of\\_the\\_Internet.pdf](http://internetociety.org/sites/default/files/Brief_History_of_the_Internet.pdf)  
[wikipedia.org/wiki/Internet\\_history](http://wikipedia.org/wiki/Internet_history)  
[netvalley.com/cgi-bin/intval/net\\_history.pl?chapter=1](http://netvalley.com/cgi-bin/intval/net_history.pl?chapter=1)



**Martin Skopal** ist freier Fotograf, unterrichtet, und betreibt die **Agentur Punkt Fünf**: Sie bietet professionelle Hilfe für Text und Bild, off- und online.

## *Bücher:*

- > Mattelart, Armand: Kommunikation ohne Grenzen? Geschichte der Ideen und Strategien globaler Vernetzung. ISBN 3-930064-05-7
- > Berners-Lee, Tim: Weaving the Web. The original Design and ultimate Destiny of the World Wide Web, ISBN 0-06-251587-X



## Zur Entwicklung von Social Media

*Sabrina Hanneman*

Wir sind ständig vernetzt, online und erreichbar. Rund ¼ der Weltbevölkerung ist laut einer [aktuellen Studie von Hootsuite](#)<sup>6</sup> heute in Social Media aktiv, wobei ständig neue und vermeintlich spezialisierte Services und Netzwerke wie Vine, Slingshot, Snapchat und Co. an Popularität dazu gewinnen. Mehr als 3,2 Millionen Österreicher\_innen sind auf [Facebook](#) aktiv, über 121.000 nutzen [Twitter](#) und rund eine halbe Million Menschen Business-Netzwerke wie [Linkedin](#) oder [Xing](#). Austausch, Social Collaboration und Interaktion bestimmen unseren Alltag.

### *Digitale Interaktion ist nicht (ganz) neu*

Per definitionem stehen Soziale Medien für digitale Technologien oder Services, die es den Menschen ermöglichen sich auszutauschen.<sup>7</sup> Ein nicht unbedingt neues Phänomen, geht der Ursprung doch bis zum Versand des ersten E-Mails im Jahre 1971 zurück. Bereits Ende der 1970er Jahre boomte die Kommunikation über Bulletin Boards zum Teilen von Nachrichten mit Freund\_innen, gefolgt von den Chatrooms in den 1990er Jahren. Ab Ende des Jahrzehntes wurde das Zeitalter der Blogs eingeläutet, mit dem Beginn des 21. Jahrhunderts eroberten

---

6 <http://blog.hootsuite.com/wp-content/uploads/2013/11/5yearsofsocial-infographic-v5-620x3454.jpg>

7 [http://de.wikipedia.org/wiki/Social\\_Media](http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media)

die ersten Netzwerke wie Friendster und MySpace den Markt. Diese in sich geschlossenen Systeme hatten primär zum Ziel, dass die Benutzer\_innen so viel Zeit wie möglich in dem jeweiligen Netzwerk verbringen. Mit dem Aufkommen von Facebook und **Flickr** im Jahr 2004 sowie **YouTube** und **Twitter** 2006 gab es dann einen regelrechten Boom an Sozialen Medien, die quer über alle Altersgruppen hinweg den Mainstream erreichten.

### ***Selbstdarstellung, Vernetzung und Kommunikation***

Befriedigt wird in den Online-Services der Wunsch nach Interaktion, Austausch mit Freund\_innen sowie Bekannten und das Erfahren von Anerkennung durch diese. Social Networks sind ein sehr einfacher Weg mit Menschen in Verbindung zu bleiben, zu denen man anderenfalls keinen oder wenig Kontakt hätte. Heute sind diese digitalen Services sowohl beruflich als auch privat tief in unseren Alltag eingedrungen.

Völlig selbstverständlich teilen wir unsere Wünsche, Gedanken und Meinungen. Schon seit jeher sind Dinge, mit denen wir uns beschäftigen, die wir erleben und die wir besitzen identitätsstiftend. Im Social Web versuchen wir ein Bild von uns zu kreieren, das unserem Selbstbild entspricht. Daraus bildet sich in Folge unsere digitale Identität. Die Grenzen der persönlichen Privatsphäre verschwimmen dabei, jeder Mensch ist auf Wunsch eine öffentliche Person.

### ***Soziale Medien verändern die Informationsbeschaffung***

Rasch haben auch Unternehmen Soziale Medien als digitalen Kommunikationskanal erkannt. Das Social Web ist mittlerweile viel mehr als eine Spielwiese für Privatanwender\_innen. Unternehmen, öffentliche Personen, Politiker\_innen, NGOs, sie alle sind in Sozialen Medien vertreten und verbreiten darüber ihre Informationen. Dabei

spielt Werbung eine untergeordnete Rolle, der Dialog und der Versuch der Authentizität stehen im Vordergrund. Crossmediales Content-Marketing, Real-Time-Marketing, Storytelling und User Generated Content heißen die neuen Methoden der Kommunikation.

Der Trend wird künftig dahin gehen, dass wir Online-Dienste nutzen, die unsere Bedürfnisse erkennen und darauf reagieren, bevor wir wissen, wonach wir eigentlich suchen. Es gilt das Prinzip: Ist es wichtig, wird mich die Nachricht auch erreichen.



**Sabrina Hanneman** ist Geschäftsführerin der Digitalagentur **Zensations Web & Communications** (Zensations.at).

- > Twitter: [@zensations](#), [@sabyha](#)
- > Bloggt auf: [zensations.at/blog](#) und [reineansichtssache.at](#)

# Eine kurze Geschichte der Open-Source-Software

*Marliese Mendel*

Software, die jede und jeder kostenlos herunterladen, verwenden und teilen kann: das soll es geben? Ja, das gibt es. Millionen von Computernutzer\_innen verwenden Open-Source-Programme jeden Tag, z.B. das Betriebssystem Linux, den Webbrowser Firefox, Content-Management-Systeme wie Wordpress, Typo3 und Drupal, E-Mail-Clients wie Thunderbird oder die Büro-Software OpenOffice/LibreOffice, das Bildbearbeitungsprogramm Gimp und viele andere.

Open-Source-Programme sind „quelloffen“: Neben dem Binärcode (Code, der nur aus 0 und 1 besteht), der nur für den Computer verständlich ist, wird hier auch der so genannte Quelltext mitgeliefert. Dieser ist in einer für Menschen lesbaren Programmiersprache verfasst und erlaubt, das Programm den eigenen Vorstellungen gemäß anzupassen. Das modifizierte Programm kann auch weitergegeben werden. Dies ist durch verschiedene Open-Source-Lizenzen geregelt, die die Art der Verwendung definieren.

Ursprünglich war es üblich, dass der Programmcode für alle Nutzer\_innen zugänglich und änderbar war. An amerikanischen Universitäten tauschten Studierende und Enthusiast\_innen Quelltexte aus. Dies war notwendig, um Fehler zu beseitigen und Programme zu modifizieren, damit sie auf Computern anderer Hersteller liefen. Computerhersteller\_innen legten der Software den Quelltext bei und baten ihre Nutzer\_innen

innen den verbesserten Code an die Firma zurückzuschicken. Dies änderte sich nach einer Monopol-Klage des US-Justizministeriums gegen IBM. Der Computerriese hatte Software zu seinen eigentlichen Produkten, den Computern, kostenlos mitgeliefert. Nach der Klagseinreichung beschloss IBM, seine Software zu entbündeln und Software als eigenes wirtschaftliches Produkt anzusehen.

1969 entwickelten Ken Thompson und Dennis Ritchie für AT&T das Betriebssystem Unix. Die Firma erlaubte den Universitäten, den Quellcode des Betriebssystems gegen eine geringe Gebühr einzusehen und abzuändern. Es entstanden auch kommerzielle Varianten, deren Quelltext nicht verfügbar gemacht wurde (closed source). Das führte dazu, dass verschiedene Unix-Versionen mit unterschiedlichen Lizenzbedingungen angeboten wurden. Dies veranlasste den Programmierer Richard Stallman 1984, unter dem Namen GNU (GNU's not Unix), eine eigene freie (quelloffene) Unix-Variante zu initiieren. Für ihn musste Software - im Sinne von Informationsfreiheit - frei sein: „Free as in free speech, not as in free beer.“\* Jeder soll die Freiheit haben, Programme zu verbessern und sie zum Wohle der Allgemeinheit zu veröffentlichen. 1985 publizierte Stallman das GNU Manifesto (<https://www.gnu.org/gnu/manifesto.html>), in dem er u.a. erklärte, dass freie Software wichtig für die Gesellschaft ist.

Gemeinsam mit anderen Programmierer\_innen schrieb Stallman Komponenten des Unix-Systems nach. Es hakte noch am Betriebssystemkern, der Basis des Systems. Ein solcher Kern wurde 1991 vom schwedischen Studenten Linus Torvald entwickelt - das resultierende System GNU/Linux war und ist sehr erfolgreich. Heute wird der Linuxkern z. B. in Android-Telefonen und auf einer großen Anzahl von Webservern verwendet.



**Marliese Mendel**, Historikerin und  
Online-Journalistin

> [dieZeitschrift.at](https://diezeitschrift.at)

# Lehren und Lernen im Wandel der Digitalität

*Martin Ebner*

Beginnen wir mit einem kleinen Gedankenexperiment: Stellen Sie sich vor, der Strom fällt aus, nicht für Minuten oder Stunden, nein für Tage oder auch Wochen. Sie haben keine Chance ihn wiederherzustellen. Was passiert nun? Was können Sie plötzlich alles nicht mehr tun? "Vieles!" wird Ihre Antwort sein und wenn Sie länger darüber nachdenken, wirkt es vielleicht sogar lebensbedrohlich, denn auch Heizungen oder Krankenhäuser sind vom Stromnetz abhängig. Für viele Generationen vor uns war Strom nicht lebensnotwendig. Wir hingegen wurden in eine Welt hineingeboren, die diese technische Errungenschaft als gegeben betrachtet.

Ähnliches passiert soeben mit dem Internet - mit dem Wandel von einer analogen in eine digitale Welt. Kinder von heute werden es als selbstverständlich ansehen, dass das World Wide Web vorhanden ist, dass dort Unmengen an Daten vorhanden und die meisten Anwendungen oft auch noch kostenfrei zugänglich sind.

Ein Leben ohne Internet können sie sich oft gar nicht vorstellen. Vielmehr kann man davon ausgehen, dass es zu ihrem Alltag gehört und als selbstverständlich wahrgenommen wird. Dass dies natürlich Auswirkungen auf die Bildung hat, ist nur konsequent weitergedacht. Daher steht unser Bildungssystem vor einer großen Herausforderung,

einem Umbruch der so bisher noch nicht stattgefunden hat. Dazu ein weiteres Gedankenspiel: Eine Schulanfängerin, die dieser Tage freudig die Volksschule betritt (2015), kommt im Jahr 2019 in die Sekundarstufe. Sie wird die Matura 2027 ablegen und an die Tore der Universitäten klopfen, um dann 2032 ihren Hochschulabschluss zu feiern. Danach geht es in die Berufswelt. Jetzt stellt sich die Frage, ob unser Bildungssystem derzeit in der Lage ist unsere Kinder für die Jahre 2030+ vorzubereiten.

Unter dem Druck dieses enormen Wandels sehen wir heute zwei wichtige Kompetenzen, die das Bildungssystem von morgen berücksichtigen muss:

1. Medienkompetenz: Umgang mit Medien aller Art und ihre Anwendung in der Gesellschaft.
2. Informatikkompetenz: Um den Umgang zu verstehen ist es natürlich auch wesentlich zu verstehen, wie die dahinter liegenden Computer funktionieren.

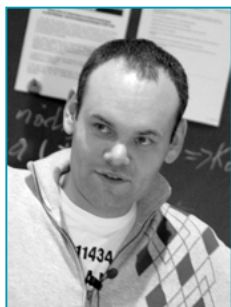
Dass die Vermittlung / der Unterricht heute von Technologie gestützt sein muss, ist notwendig, um die Gesellschaft von morgen adäquat vorzubereiten - digital eben.

Weitere Artikel zum Themenfeld finden Sie im Lehrbuch für **„Lernen und Lehren mit Technologien<sup>8</sup>“**.

---

8 <http://l3t.eu/homepage/>





**Univ.-Doz. Dr. Martin Ebner** ist Leiter der Abteilung Vernetztes Lernen an der Technischen Universität Graz und ist dort für sämtliche E-Learning-Belange zuständig. Weiters forscht und lehrt er als Medieninformatiker am Institut für Informationssysteme rund um technologiegestütztes Lernen. Er bloggt unter [elearningblog.tugraz.at](http://elearningblog.tugraz.at) und seine Homepage findet man unter [martinebner.at](http://martinebner.at)

# Die digitale Arbeiter\_innenklasse

*Günther Friesinger und Frank Apunkt Schneider*

Wie die technologischen Innovationen der Vergangenheit hat die neue digitale Wirklichkeit, die sich im Computer als Leitmedium und im Internet manifestiert, erhebliche Auswirkungen auf die Art und Weise, wie wir arbeiten. Sie hat nicht bloß neue Tätigkeitsfelder und Jobprofile hervorgebracht. Das Netz verändert so gut wie alle Bereiche des menschlichen Lebens, darunter natürlich auch die Arbeitswelt. Heute hat fast jeder Beruf in der einen oder anderen Weise mit den Auswirkungen des digitalen Wandels zu tun.

Sein Einfluss auf unser Leben bleibt jedoch ambivalent: Vieles, mit dem wir uns täglich herumschlagen, wird uns durch das Netz leichter gemacht, aber Arbeit im und mit dem Netz stellt uns auch vor neue Anforderungen, wie z. B. jene, stets auf dem Laufenden zu bleiben. Wir sind gefordert mit einer Technologie Schritt halten, die sich permanent verändert und dabei immer wieder erneuert. Wer neue Betriebssysteme beherrscht und in den allerneuesten sozialen Netzwerken präsent ist, verbessert seine Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Denen, die das nicht tun, fehlen entscheidende Qualifikationen. Dabei können alle über Nacht zu Verlierer-innen der Netzgesellschaft werden.

Zugleich dringt mit den Rechnern auch die Arbeit in immer weitere Bereiche unseres Lebens vor. Digitale Arbeiter\_innen unterscheiden sich von denen der fordistischen Fabrik vor allem darin, dass ihre Tätigkeit nicht am Werktor endet. Ihr Arbeitswerkzeug tragen sie stets mit sich herum, bis zu jenem Punkt, an dem Arbeit und Freizeit nicht mehr voneinander zu unterscheiden sind. Smartphones machen sie stets erreichbar, und wer sich dem verweigert, verfügt vermutlich nicht über die allerwichtigste menschliche Ressource: Flexibilität.

Flexibilität gehört, ebenso wie jene Individualität, die wir in seinen unendlichen Weiten ausleben können, zum Wesen des Netzes. Aber so wie der Preis der Flexibilität Überforderung und Burn-out sein können, so handeln wir uns mit unserer Online-Individualität jene Vereinzelung ein, in der wir vor unserem Rechner sitzen.

In der Fabrik des Industriezeitalters war die Arbeit mühselig, öde und gelegentlich sogar gefährlich. Aber sie brachte viele Menschen am selben Ort zusammen, und diese Menschen entdeckten sehr bald, dass sie – bei aller Verschiedenheit – doch gemeinsame Interessen hatten: bessere Arbeitsbedingungen, höhere Löhne und so weiter. Fabrikarbeiter\_innen konnten sich noch als Gemeinschaft verstehen, die es zu organisieren galt, um in ihrem Namen Forderungen zu stellen oder zu drohen: zum Beispiel damit, die Arbeit niederzulegen.

Heute stellt sich also weniger die Frage, was uns das Netz an konkreten Erleichterungen bringt, sondern wie wir unsere Arbeitsbedingungen in ihm und vor dem Rechner so verändern, dass wir diese Erleichterungen auch als positiv empfinden. Unter dem Strich ist mit digitaler Informationsverarbeitung nämlich nicht viel gewonnen. Ihre Vor- und Nachteile halten sich die Waage, solange wir die Chancen, die

sie bereithält, um den Preis einer Vereinzelung hinnehmen, die uns schutzlos den Launen der technologischen Entwicklung ausliefert.

Auch digitale Arbeiter\_innen müssen sich organisieren. Wie das geht, können sie von den Fabrikarbeiter\_innen, auch aus deren Fehlern, lernen. Das Netz wird die Arbeitswelt auch in Zukunft immer weiter verändern. Diesen Prozess müssen wir mitgestalten. Wo wir es bloß den Techniker\_innen überlassen, unsere Zukunft zu entwickeln – und damit denen, die sie bezahlen – werden wir dieser Entwicklung auch weiterhin hilflos gegenüberstehen, uns über diese oder jene Verbesserung freuen und jene Verschlechterungen, die stets ihre Kehrseite bilden, klaglos akzeptieren.

Im Zusammenhang mit der Netzkultur ist viel von Vernetzung die Rede: Das postfordistische Subjekt soll persönliche Netzwerke bilden, um davon zu profitieren.

Vernetzung könnte aber auch bedeuten, dass sich die vor dem Rechner und im Netz Vereinzelten zusammenschließen, weil sie überall auf der Welt mit den denselben Strukturen und Zwängen von Netzarbeit konfrontiert sind.



### **Günther Friesinger**

Philosoph, Künstler, Produzent und Kurator.  
Geschäftsführer von monochrom, Organisator des paraflows Festival für Digitale Kunst und Kulturen in Wien, des Arse Elektronika Festivals in San Francisco und des Roboexotica Festivals.



### **Frank Apunkt Schneider;** Credis eSeL

Frank Apunkt Schneider ist unfreier Künstler, Autor und selbsternannter Poptheoretiker, Mitherausgeber der Testcard, Redakteur bei Skug und außerdem der deutsche Außenposten der Kulturbewegung monochrom.

*Foto: eSeL*

# Unternehmenskultur im Zeitalter der digitalen Kommunikation

*Monika Meurer*

Noch vor wenigen Jahren haben alle ihr Wissen gehortet wie einen Schatz. Das Wissen war Kapital. Mit dem Aufkommen von Web 2.0, bei dem es allen möglich ist, Informationen zu veröffentlichen, kam dies ins Wanken.

Nun gab es viele Menschen, die ihr Wissen und ihre Informationen mit anderen Menschen teilten. Diese neue Art der Kommunikation und Wissensweitergabe stellt Unternehmen vor eine große Herausforderung.

Die Mitarbeiter\_innen eines Unternehmens und die Kund\_innen sind es inzwischen gewöhnt, jede Art der Information und Antworten auf Fragen online zu bekommen. Was Google nicht kennt, weiß niemand. Diese Offenheit erwarten Angestellte vermehrt auch von ihren Arbeitgeber\_innen oder von Kollegen\_innen. Auch Kund\_innen wollen alles über ein Unternehmen wissen.

In den Unternehmen sieht es häufig anders aus. Hier agiert eine Abteilung taktisch gegen die andere oder allein für sich. Getrieben wird dies durch die Unternehmensstruktur und die Budgetverteilung. Beschließt ein Unternehmen, sich auf Social Media einzulassen, gerät

das ganze Konstrukt ins Wanken und stellt das Unternehmen mit all seinen Mitarbeiter\_innen vor eine große Herausforderung.

Nun müssen alle mit allen kommunizieren! Die Mitarbeiter\_innen untereinander, eine Abteilung mit der anderen und Mitarbeiterinnen mit Kund\_innen, weil diese beispielsweise über Twitter Fragen stellen. Die Mitarbeiter\_innen sind auf Facebook und erleben, wie über ihr Unternehmen geschrieben wird. Sollen sie sich einmischen? Sollen sie auf Blogs kommentieren? Sollen sie sich dabei als Mitarbeiter\_innen zu erkennen geben? Wird ihre Meinung als die Unternehmensmeinung angesehen, wenn sie sich als Mitarbeiter\_innen outen? Und wie gehen Mitarbeiter\_innen damit um, dass sie aus solchen Diskussionen neue Dinge über ihr Unternehmen erfahren?

Wie gehen Unternehmen damit um, dass nahezu alle ein Smartphone mit an den Arbeitsplatz bringen? Manche Unternehmen fordern, dass die Mitarbeiter\_innen twittern, wieder andere wollen, dass ihre Mitarbeiter\_innen privat alles weittertwitern, was vom offiziellen Unternehmensaccount getwittert wird. Mitarbeiter\_innen machen Selfies auf Betriebsfeiern und berichten auf ihren privaten Kanälen von ihrer Arbeit, ohne dass Unternehmen das mitbekommen. All diese Dinge erschüttern die Unternehmenskultur. Und jedes Unternehmen ist gefragt, sich ganz genau zu überlegen, wie es damit umgehen wird. Denn eines ist sicher: Das Web ist keine vorübergehende Modeerscheinung!



**Monika Meurer** Muse 2.0

Ideen und Beratung für Social  
Media

[mome.at](http://mome.at)



# **New World of Work – Wie rechnet sich das eigentlich?**

*Michael Bartz und Thomas Schmutzer*

Eine zunehmende Zahl von Unternehmen setzt auf neue innovative Arbeitsformen. Dabei ist die Implementierung neuer innovativer Arbeitsformen für Firmen oft mühsam. Sie erfordert Zeit und Investitionen. Warum Unternehmen dennoch auf die neuen Arbeitswelten setzen, liegt daran, dass es sich am Ende rechnet. Das zeigt die langjährige Forschung am "New World of Work"-Forschungszentrum an der IMC FH Krems. Das Forschungszentrum ist spezialisiert auf sogenannte "New World of Work"-Erfolgsmessungen; hierbei wird über lange Zeiträume gemessen, wie sich die Einführung neuer Arbeitsformen auf Unternehmen in klaren Zahlen, Daten und Fakten auswirkt. Diese Auswirkungen lassen sich bereits nach kurzer Zeit in den Infrastrukturkosten erkennen. Bürokosten können durchschnittlich in der Größenordnung von 20 bis 30 % reduziert werden. Dies ergibt sich durch die mögliche Verkleinerung von Büroflächen, wenn mobiles Arbeiten im Unternehmen eingeführt wird. Auch Reisekosten schrumpfen im Bereich von 30 bis 40 %, wenn virtuelle Arbeitsweisen unter Nutzung neuer Kommunikationstechnologien (z.B. Unified Communications, Video Conferencing) üblich werden. Das ist der unmittelbarste Effekt neuer Arbeitsformen. Noch bedeutsamer ist jedoch der Einfluss neuer Arbeitskonzepte auf die Menschen in den Betrieben. Die Einführung moderner Arbeitskonzepte trägt in den meisten Fällen dazu bei, dass

die Mitarbeiter\_innenzufriedenheit um 10 bis 20 % steigt; Einsatzbereitschaft und Identifikation mit der Firma nehmen zu. Das erklärt auch, warum sich Arbeitszeiten in "New World of Work"-Unternehmen nicht reduzieren, obwohl die „Leinen länger werden“. Stattdessen wächst das Arbeitszeitvolumen tendenziell um bis zu 10 bis 15 %. Gleichzeitig sinken Krankenstände um 20 bis 30 %. In Summe kann mit einer Produktivitätssteigerung im Bereich von 5 bis 15 % gerechnet werden.

Diese Werte müssen kritisch betrachtet werden, da z.B. die Reduktion von Krankenständen auch mit negativen Verhaltensänderungen zusammenhängen kann. Deutlich wird dies am Beispiel „Erkältung“. Bei Büro-zentrierter Arbeitsweise führte diese oft zu Krankmeldungen und Nicht-Erscheinen im Büro. In flexibleren Arbeitswelten wird stattdessen oft ohne Krankmeldung einfach von zu Hause aus weitergearbeitet.

Vielleicht am ersten Tag etwas weniger. Aber ab Tag 2 versucht man wieder „voll dran zu bleiben“, um eMail-Stau und Arbeitsrückstand zu vermeiden. Das Beispiel zeigt, dass Mitarbeiter\_innen nicht einfach in die neuen Arbeitswelten hineingeworfen werden dürfen. Es ist wichtig, eine Organisation schrittweise auf neue innovative Arbeitsformen vorzubereiten und notwendige Kompetenzen für den Umgang mit flexibleren und virtuelleren Arbeitswelten bei Mitarbeiter\_innen und Führungskräften aufzubauen.

Wenn das gelingt, dann wirkt sich die Einführung neuer Arbeitsformen auch positiv auf die Arbeitgeber\_innenattraktivität aus – das sogenannte Employer Branding. Dies zeigt auch die aktuelle Studie „**New World of Communication & Collaboration 2014**“<sup>9</sup>

---

9 <http://www.hmp-consulting.com/aktuelles>

Laut der aktuellen Studie halten über 76 % der Studienteilnehmer\_innen potentielle Arbeitgeber\_innen, die keine flexiblen Arbeitsweisen anbieten, für unattraktiv. Umgekehrt bemerken Unternehmen, die auf neue Arbeitsformen setzen, die positiven Effekte deutlich: Bewerber\_innenzahlen steigen, Recruitingkosten sinken um 20 bis 30 %, und im Mitarbeiter\_innenstamm reduziert sich die Fluktuation auf 2 bis 5 %. Das ist eine große Verbesserung gegenüber den üblichen Fluktuationsquoten von 8 bis 12 % pro Jahr.



**Michael Bartz**



**Thomas Schmutzer**

**Michael Bartz**, Prof. IMC FH Krems und **Thomas Schmutzer**, Geschäftsführer HMP Consulting.

Buch: "New World of Work – Warum kein Stein auf dem anderen bleibt" (2014) Lindeverlag und Verlag Handelsblatt/Wirtschaftswoche.

New World of Work Blog: [newworldofwork.wordpress.com](http://newworldofwork.wordpress.com)

# Arbeiten an der Unternehmenskultur

*Wolfgang Tonniger*

Die neue Welt der Arbeit ist in aller Munde. Das ist die gute und zugleich schlechte Nachricht. Denn Hypes sorgen nicht nur für die nötige Breitenwirkung, sie gefährden mitunter den Tiefgang, den die fundierte Auseinandersetzung mit einem Thema braucht.

Vor diesem Hintergrund ist die Frage legitim, wie veränderungsbereit jene Unternehmen tatsächlich sind, die neue Arbeitswelten propagieren. Anders gefragt: Was passiert mit den Menschen, wenn die architektonischen und informationstechnologischen Rahmenbedingungen, von denen in letzter Zeit so viel die Rede ist, mit viel Aufwand hergestellt sind? Mit Möbeln und Software allein wird keine Kultur des Vertrauens herzustellen sein, die notwendig ist, damit Menschen selbstbewusst und eigenverantwortlich ihre Stärken im Unternehmenskontext zur Entfaltung bringen.

Das Problem dabei: Kulturveränderung in diese Richtung kann nicht verordnet oder implementiert werden, wie man es im Industriezeitalter gerne tat – als man das Unternehmen als Maschine, Mitarbeiter\_innen als Rädchen und Eigeninitiative als Sand im Getriebe dachte. Kultur lässt sich nur von innen heraus verändern. Nicht an den Menschen vorbei, sondern mit ihnen als tragende Säulen.

Weil Kultur das Wasser ist, in dem wir alle schwimmen, wird man dabei mit Schwimmtraining nicht viel ausrichten. Wer Kultur verändern will, muss bereit sein, das Wasser zu kosten und damit die Glaubenssätze und Wertvorstellungen zu reflektieren, die nicht nur unserem unternehmerischen Handeln, sondern auch der Wahrnehmung, die ihm vorausgeht, zugrunde liegen.

Studien (Gallup, Kelly Workforce-Index) belegen drastisch, wie es um die Einsatzbereitschaft und die Loyalität von Mitarbeiter\_innen bestellt ist. Der Dienst nach Vorschrift wird zur Regel, wenn es dem Unternehmen nicht gelingt, ein Angebot zu machen, das für beide Seiten sinnvoll ist. Dabei geht es in erster Linie um ein Bündnis, das nicht auf Lügen baut und nicht von der Familie spricht, wenn Shareholder-Interessen gemeint sind, wie LinkedIn-Gründer Reid Hoffman<sup>10</sup> betont: „In this new model, employers say to their employees, ‚Help make our company more valuable, and we’ll make you more valuable.‘ And employees respond by saying, ‚Help me grow and flourish, and I’ll help the company grow and flourish.‘”

Um zu zeigen, dass sich dieses Investment lohnt, brauchen wir keine Zahlen als Beleg. Wir antworten einfach auf die Frage: „Was mache ich, wenn ich in meine Mitarbeiter\_innen investiere und sie verlassen dann das Unternehmen?“ mit einer Gegenfrage: „Was machst du, wenn du nicht in sie investierst und sie bleiben?“

Kultur ist unser ständiger Begleiter, ob wir wollen oder nicht. Es wird Zeit, dass auch deren Effekte nicht mehr länger als unerwünschte Nebenwirkungen wahrgenommen werden, vor denen auf den Beipackzetteln von Change-Projekten gewarnt wird.

---

10 Reid Hoffman: The Alliance. Managing Talent in the Networked Age, 2014



## **Mag. Wolfgang Tonninger**

Studierte Philosophie, Literatur und Soziologie in Salzburg und Wien. Arbeitet seit 1990 in den Bereichen Marketing, Medienentwicklung und Kommunikationsberatung.

Webpräsenz: [almbliitz.com](https://almbliitz.com)  
(ALMBLITZ - the nature of change)

# Mobilität – Arbeiten wird mobil (Smartphones und Tablets im Arbeitsalltag)

*Katja Piwerka*

Noch vor wenigen Jahren war die Arbeitswelt von fixen Strukturen und unflexiblen Abläufen geprägt. Zahlreiche technologische Innovationen und einen rasanten Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft später sind diese Attribute jedoch nicht mehr zeitgemäß. Vielmehr bestimmen heute Tablets, Laptops und Smartphones unser mobiles Leben und Arbeiten und werden so zum Motor für Produktivität und Kollaboration. Ein Blick in die Werkzeugkiste verfügbarer Lösungen zahlt sich jedenfalls aus, denn viele Tools, die Mobilität erst möglich machen, sind kostenlos verfügbar.

### *Abschied von unflexiblen Strukturen*

Zahlreiche Menschen profitieren von den Vorteilen einer neuen Arbeitswelt: Firmenhandys und Laptops werden privat genützt, Mitarbeiter\_innen teilen sich ein, wann und wo sie arbeiten wollen und schätzen eine ausgewogenere Work-Life-Balance. Mit dem Ergebnis, dass die Zufriedenheit steigt und neue Räume für Produktivität, Zusammenarbeit und Kreativität geschaffen werden<sup>11</sup>. Mobile Geräte sind in diesem Zusammenhang quasi der „Schuhhölffel“ zum Eintritt in neue Arbeits- und Lebenswelten, die sich durch ein nahtloses

---

11      Microsoft-Studie „Workplace of the future“

Zusammenspiel von Anwendungen, Daten und Geräten auszeichnen.

### *Einfacher, nicht komplizierter*

Klar im Vorteil sind dabei Lösungen, die einfach zu handhaben und mit denen Anwender\_innen vertraut sind – über alle Plattformen und Geräte hinweg. Das gilt neben Windows insbesondere für Microsoft Office, das seit über 25 Jahren ein verlässlicher Begleiter im beruflichen wie auch privaten Alltag von über einer Milliarde Menschen ist. In Kombination mit Windows-Geräten (zB PC, Laptop, Tablet oder Smartphone) ist Office für viele immer noch eine vertraute, ideale Wahl. Mobiles Arbeiten lässt aber nicht nur Raum- und Zeitbarrieren hinter sich, sondern sollte auch Plattformgrenzen überwinden. Daher sind beispielsweise Office Apps auch für Android und iOS verfügbar.

### *Social Collaboration statt E-Mail-Flut*

Cloud-Integration, mobile Devices und innovative Produktivitätslösungen erleichtern sinngemäß auch die Zusammenarbeit von Teams. Vor allem, da internetbasierte Apps oder Online-Speicher (wie zB Office Online und OneDrive) zumeist völlig kostenlos sind. Social Collaboration ist hier das Zauberwort der Stunde: Dokumente lassen sich kinderleicht teilen, gemeinsam bearbeiten, sicher in der Wolke ablegen und mit Kolleg\_innen diskutieren – persönlich oder virtuell.

SharePoint, Yammer (Enterprise Social Network) und Lync (quasi Skype für Unternehmen) reihen sich dabei nahtlos in das breite Portfolio anderer Social Collaboration Tools am Markt ein, mit denen letztlich auch die E-Mail-Flut der Vergangenheit angehören soll.

Weitere Informationen auf [dasneuearbeiten.at](http://dasneuearbeiten.at)





**Katja Piwerka** ist verantwortlich für das Produktmarketing für Office bei Microsoft Österreich

*Credits für alle Fotos:  
© Microsoft, Abdruck  
honorarfrei*

## Teamarbeit<sup>++</sup>

*Anneliese Breitner*

Ob ein Team erfolgreich ist, ist maßgeblich von der Kommunikationskultur abhängig. Digitale Medien wirken als Kulturwerkzeug auf das Team, das diese zur Kommunikation und Zusammenarbeit nutzt. Wenn digitale Medien als Kommunikationswerkzeuge im Team eingesetzt werden sollen, ist es erforderlich, diese Erfahrungen als Teil der gemeinsamen Teamarbeit anzusehen. Passiert dies nicht, bleiben unterschiedliche Vorbehalte gegenüber dem Einsatz von digitalen Tools zurück, welche die Zusammenarbeit erschweren.

### *4 Schritte die Kommunikationskultur im Team mit neuen Medien zu gestalten.*

#### *Schritt1: Einigung auf digitale Arbeits- und Kommunikationswerkzeuge*

Das bedeutet, dass im Team folgende Punkte festgelegt werden:

- > Wo erfolgt die zentrale Dokumentenablage?
- > Mit welchen Tools erfolgt die dezentrale Pflege?
- > Wie sichern wir den lückenlosen Dokumentenfluss (Versionierung etc.)
- > Über welche Tools tauschen wir uns aus um, Ideen zu generieren, Videokonferenzen abzuhalten, Diskussionen zu starten, Entscheidungen zu treffen, etc.

Ergebnis: Einigung auf jene digitalen Arbeits- und Kommunikationswerkzeuge, die zum Einsatz kommen sollen. Festlegung, wer für diesen Einsatz einen digitalen Buddy aus der Gruppe braucht, um rasch die Tools nützen zu können.

### *Schritt2: Optimierung des gemeinsamen Einsatzes von digitalen Werkzeugen*

Nachdem die Tools eine zeitlang eingesetzt worden sind, lohnt sich der regelmäßige Austausch, über die Kommunikation und Arbeitsweise mit den Tools. Aufgrund der inhaltlichen Dynamik in Projekten und der oftmals viel zu engen Zeitpläne, nehmen sich Teams oftmals zu wenig Zeit, für die Reflexion über die Optimierung des Einsatzes von Tools. Der bewusste Schritt den Einsatz von digitalen Werkzeugen als Teil der Teamarbeit zu integrieren erhöht systematisch, die Kompetenz und Produktivität im Team.

Bei der Optimierung geht es einerseits darum, den sinnvollen Einsatz der digitalen Tools zu reflektieren, andererseits um die Frage was besser offline/was online gemacht werden soll.

Beispielsweise kennen viele Projektstatusmeetings, in denen ein Teammitglied nach dem anderen einen Dialog mit der Projektleitung führt und seinen Statusreport abgibt. Der Einsatz kollaborativer Tools ermöglicht es, dass Statusinformationen schon vor einem Meeting allen zugänglich sind. Im Meeting selbst kann man sich dann auf Themen konzentrieren, in denen die Perspektivenvielfalt des Teams genutzt werden kann.

Die Erfahrung zeigt, dass ein Re-Think über die Art der Nutzung digitaler Tools und physischer Meetings wesentlich dazu beiträgt, dass das Team

produktiver wird und die Zusammenarbeit reibungsfreier verläuft.

### ***Schritt 3: Bewusstsein über seinen digitalen Fußabdruck schaffen***

Aus dem Verhalten, der Sprache und der externen Beobachtung bauen wir Vertrauen zueinander auf - online, wie offline.

#### ***Online nimmt der Interpretationsspielraum zu, weshalb folgende Dialogfähigkeiten im bewussten Umgang miteinander verstärkt an Bedeutung gewinnen:***

- > die Fähigkeit sich in die Lage Anderer zu versetzen
- > Neugierde auf die Sichtweise Anderer
- > neutrale Beschreibung von Situationen und Konsequenzen
- > trennen von subjektiven und objektiven Auswirkungen
- > individuelles nachfragen

Öffentliche Beurteilungen, Vorwürfe etc. tragen wenig zur Förderung der positiven Wahrnehmung des eigenen digitalen Fußabdruckes bei.

### ***Schritt 4: Teamkultur der Helping Hands***

Eine Kultur der „Helping Hands“ ist geprägt dadurch, dass sich Teammitglieder gegenseitig unterstützen. Diese Teamkultur entsteht nicht von alleine. Neben Kooperation, gibt es auch Konkurrenz innerhalb von Teams. Die Akzeptanz im Team nimmt zu, wenn die einzelnen Mitglieder das Gefühl haben, dass sie einen aktiven Beitrag zum Gesamterfolg leisten und vom Teams anerkannt werden. Success Sessions helfen dabei.

In einer Success Session geben sich die Teammitglieder positives Feedback über Situationen, in denen ihnen ein Teammitglied geholfen

hat z.B. Zeit zu sparen, vor einem Fehler bewahrt hat, die richtigen Ansprechpartner\_innen auf kurzem Wege organisiert hat etc. Dies schafft Identifikation und Vertrauen und erhöht die Bereitschaft sich gegenseitig zu helfen.

Kommunikationsspielregeln, sogenannte „Rules of Engagement“, helfen in einer Gruppe eine Orientierung geben. Rules of Engagement sind meist Outcome aus der Reflexion der Schritte 1-3. Diese Outcomes geben bestehenden und in weiterer Folge neu hinzukommenden Teammitgliedern Sicherheit über anerkanntes Verhalten in der Gruppe.

### **Solche Rules of Engagement können wie folgt aussehen:**

- > Spielregeln für den Einsatz von digitalen Medien: nutze Kommunikationskanäle mit Bedacht für die Kategorisierung, Beschlagwortung, Benennung von Dokumenten, Communities, Themen etc.
- > Verhaltensspielregeln: Sorge für Transparenz, teile Dein Wissen, Fehler und Irrtümer werden zeitnah richtig gestellt, involviere interne/relevante Stakeholder\_innen, unterstütze den gemeinsamen Erfahrungsaustausch
- > eigene, transparente Leistungsstandards

So werden die Reflexionsergebnisse aus Schritt 1-3 nutzbar und erneuern sich mit der Entwicklung des Teams. Innerhalb eines Teams finden erfahrungsgemäß einige Teammitglieder besser und andere weniger eine für sie passende Rolle in der digitalen Zusammenarbeit. Dadurch besteht die Gefahr, dass sich das Team in einen aktiven inneren Kreis spaltet und einige Teammitglieder sich passiv an den Rand gedrängt fühlen. Gerade hier kann es helfen, gezielt passivere Mitglieder einzubinden, diese Aufgabe kann ebenfalls in die Rules of Engagement einfließen.

Reflexion im Team ist im Hinblick auf eine verstärkte digitale und damit zeitlich und räumlich unabhängige Zusammenarbeit wichtiger Bestandteil kann jedoch auch übertrieben werden und sich damit negativ auf das Team wirken. Der Erfahrungsaustausch sollte daher eher als taff cookie strukturiert sein, denn als zäher Kaugummi. Schließlich kollaboriert man als Team um mehr Wind zu erzeugen und nicht um heiße Luft zu produzieren.



**Anneliese Breitner**

Consulting und Organisationsentwicklung,  
Kultur der Zusammenarbeit, mehr Infos auf  
[beingsocial.at](https://beingsocial.at)

## **Wie liefert meine Suchanfrage die Ergebnisse, die ich suche? Oder: Tipps zum effektiven Umgang mit Google.**

*Michael Weberberger*

### **1. Denk ' wie eine Suchmaschine**

Intuitiv formulieren wir, wenn wir im Internet suchen unsere Frage. Beispielsweise: „Seit wann ist Barack Obama im Amt?“, wenn mich das Datum des Amtsantritts des amerikanischen Präsidenten interessiert.

Bessere Ergebnisse bekommt man allerdings, wenn man versteht, wie die Suchmaschine vorgeht. Google indiziert das Internet. Es sammelt also Antworten, keine Fragen. Die Optimale Suchanfrage nach dem Datum des Amtsantritts von Barack Obama lautet: „Obama trat am \* sein Amt an“. Mit dieser Anfrage ist nahezu auf der gesamten ersten Ergebnisseite direkt die Antwort abzulesen - 20.1.2009.

### **2. Mut zur Lücke - Wildcards benutzen**

In meinem Beispiel habe ich bereits einen zweiten „Trick“ angewandt. Ich habe in der Anfrage einen sogenannten Asterix, das \*-Symbol, verwendet. Es dient bei Google dazu, eine Lücke zu füllen. Google weiß durch meine Formulierung „Obama trat am \* sein Amt an“, dass ich genau nach der Information suche, die den Satz optimal ergänzt.

### 3. Gezielt auf einer spezifischen Seite suchen

Wenn ich bereits ahne, auf welcher Website ich mein Ergebnis finden werde, kann ich Google auch ganz gezielt und ausschließlich dort, auf die Suche schicken. Ein Beispiel: Wenn ich die offiziellen Maße des Spielballs bei einem Fußball WM Turnier wissen möchte und ich weiß, dass die FIFA die Regeln macht, könnte ich, beispielsweise konkret: "ball size worldcup site:fifa.com" suchen. Ich ergänze die Suchanfrage also mit site:fifa.com - wichtig: ohne Abstand nach dem Doppelpunkt.

### 4. Gezielt in Dokumenten suchen

Das Internet besteht nicht nur aus Webseiten. Auch Dokumente sind online gespeichert und damit abruf- und durchsuchbar. Erwarte ich meine Antwort beispielsweise in einem PDF, kann ich meine Suchanfrage mit "filetype:pdf" auf diesen Dokumententyp beschränken. Gerade bei Studien oder eBooks eine sehr hilfreiche Alternative.

### 5. Ausschließen reduziert das Rauschen

Viele Begriffe haben mehrere Bedeutungen und kommen in unterschiedlichen Kombinationen vor. „Welcome to the Jungle“ ist beispielsweise der Titel eines Guns N'Roses Hits und gleichzeitig der eines Films. Sucht man nach "welcome to the jungle" erhält man gemischte Ergebnisse. Will man den Film aus den Ergebnissen ausblenden, hängt man einfach ein "-film" an die Suchanfrage und bekommt so eine rauschfreie Ergebnisliste.

### 6. Advanced Search

Unter [google.com/advanced\\_search](https://www.google.com/advanced_search) steht eine sehr hilfreiche Maske zur Verfügung mit der man die Suche gezielt formulieren kann, ohne die genauen Codes wissen zu müssen. Hier können Spezifikationen



beispielweise mit UND kombiniert oder mit OR verbreitert werden. Es kann auf Sprachen eingeschränkt oder wie unter 3., 4. und 5. beschrieben gezielt in Ländern, Domainendungen und Dokumentarten gesucht werden. Anstatt sich die Schreibweisen zu merken, kann man dort einfach die passenden Felder ausfüllen.

### *Schau trau wem? Oder: Wie erkenne ich, ob die gefundenen Informationen richtig sind?*

Nahezu jede sinnvolle Suchanfrage liefert zahlreiche Ergebnisse. Oft bis zu mehrere Millionen Treffer. Da stellt sich berechtigt die Frage: „Welche davon beinhalten die richtige Antwort?“ Zumal es durchaus vorkommen kann, dass sich einzelne Ergebnisse inhaltlich widersprechen.

### *Die Frage der Quelle*

Auf der Suche nach der richtigen Antwort ist die Quelle entscheidend. In unserem bereits erwähnten Beispiel mit der Größe des offiziellen WM-Balls ist das eindeutig die FIFA. Sie macht die Regeln. Die Information, die ich auf ihrer Seite finde, wird mit größter Wahrscheinlichkeit die richtige sein. Auch wenn das Suchergebnis vielleicht Treffer von Sportmagazinen, Experten-Blogs, Fanclubs und Fußballmannschaften aufweist, würde ich immer zur FIFA klicken und dort nachlesen.

Oft ist die offizielle Quelle allerdings nicht so eindeutig identifizierbar. In solchen Fällen muss man sich mit anderen Mitteln helfen, um möglichst akkurat zur richtigen Information zu kommen. Hier empfiehlt es sich, die Seiten in den Suchtreffern nach folgenden Kriterien zu durchleuchten:

- > Wer sind die Herausgeber\_innen oder Autor\_innen?
- > Was sagt uns die Aufmachung?

- > Wie ist der Inhalt?
- > Wie aktuell ist die Seite?

## *Google ist mehr als eine Suchmaschine*

Wer Google nur als Suchmaschine nutzt, um Links zum gesuchten Thema zu erhalten, schöpft bei weitem nicht das volle Potential des Dienstes aus. In dem unscheinbaren Texteingabefeld stecken nämlich, wenn man es richtig verwendet, eine Vielzahl von Informationsschätzen. Einige davon seien hier erwähnt: Taschenrechner, Einheiten konvertieren, Flugzeiten abfragen, Weltzeituhr, Aktienkurse in Echtzeit.



**Michael Weberberger** ([digital-m.at/michael\\_weberberger](https://digital-m.at/michael_weberberger)) ist Head of Digital der Connex Group ([Connexgroup.net/at-de/](https://Connexgroup.net/at-de/)), sowie CEO und Co-Founder von [JananasGold.com](https://JananasGold.com). Als Digital Resident ist er seit 1999 im Online Marketing mit Schwerpunkt auf Performance und Social Media aktiv.

## **Berühmtes Wikipedia**

*Matthias Jax*

Wenn man in Google nach einem Fachbegriff sucht, landet man oftmals bei einem Treffer auf der Seite [Wikipedia.org](https://www.wikipedia.org). Das mag daran liegen, dass die Online-Enzyklopädie zu einer der meistbesuchten Webseiten im Internet gehört, aber auch daran, dass es eines der aktuellsten Nachschlagewerke der Welt ist.

Wikipedia ist das Online-Lexikon der Welt. Es wurde am 15. Jänner 2001 von Jimmy Wales und Larry Sanger gegründet und umfasst heute sagenhafte 30 Millionen Artikel in 285 Sprachen.

### *Was macht Wikipedia so populär?*

Alle Leser\_innen haben die Möglichkeit Autor\_innen zu werden. Dazu genügt es, wenn man bei einem Wikipediaeintrag auf "Bearbeiten" klickt. Und genau hier beginnt die Diskussion, ob Wikipedia überhaupt als Informationsquelle brauchbar ist. Können doch alle User\_innen einfach Informationen bearbeiten und austauschen, ohne dass ihnen jemand über die Schultern schaut.

### *Informationen aus Wikipedia*

Das System Wikipedia besteht aus diesem Grund aus zwei Gruppen von User\_innen. Den Autor\_innen, also denjenigen, die ihre Expertise einbringen und den Administrator\_innen, also denjenigen die Wikipedia verwalten. Durch die große Anzahl von aktiven Autor\_innen und

Administrator\_innen schafft es Wikipedia weitgehend die Informationen zu bewerten und ggf. zu korrigieren.

Man darf sich nicht immer auf die selbstreinigende Kraft von Wikipedia verlassen, aber mit etwas Know-how kann man schnell selbst entscheiden, ob die Informationen wirklich brauchbar sind.

### *Bewertung der Informationen*

- > Erster Schritt: jede Behauptung sollte durch eine externe Quelle über einen Link belegt sein.
- > Zweiter Schritt: die Versionsgeschichte, sowie die Diskussionsseite besuchen, um etwaige Änderungen zu beobachten. Jede Änderung an dem Artikel wird hier vermerkt und gegebenenfalls zur Diskussion gestellt.

### *Wem gehört die Information?*

Die Autor\_innen von Wikipedia geben bei der Erstellung ihr Einverständnis, dass jeder Artikel unter der Lizenz CC-BY-SA (Creative Commons: Nennung des Autors, Weitergabe unter gleichen Bedingungen) steht. Das bedeutet, dass jede Information unter Nennung des Namens und der Voraussetzung, dass der neu entstandene Artikel auch unter einer ähnlichen Lizenz steht, verwendet werden darf.



**Matthias Jax**

[twitter.com/matthiasjax](https://twitter.com/matthiasjax)

Arbeitet als Berater und Online-Editor für vi

[knallgrau.at](https://knallgrau.at)

Schreibt auch unter [matthiasjax.at](https://matthiasjax.at)

## Digital Wissen speichern

*Martin Skopal*

*„Universal access to all knowledge“ ...*

...verspricht das Internet Archiv: ungehinderten Zugang zum gesamten Wissen der Menschheit. Wie die Bibliothek von Alexandria das Wissen der Antike gesammelt hat, stellt sich dieses Projekt der Herausforderung, alles Digitale für die Nachwelt zu erhalten und analoge Medien so zu digitalisieren, dass sie erhalten werden können. Alle Inhalte sollen überall und jederzeit Interessierten zur Verfügung stehen.

Neben Websites werden Filme, Tonaufnahmen, Bücher und Software, in Kooperation mit Universitäten, Bibliotheken bis hin zu einzelnen Rechteinhaber\_innen, erfasst und in einer Vielzahl von Dateiformaten veröffentlicht.

Der rechtliche Rahmen für jedes Archiv wird durch das Urheberrecht definiert. Ohne explizite Freigabe durch die Urheber\_innen können nur Materialien aufgenommen werden, bei denen jeder Rechtsanspruch erloschen ist oder im Sinne der Werkdefinition nie bestanden hat.

Nutzen können die Archive alle: Sei es, um ein bestimmtes Thema zu recherchieren, ein (altes) Buch zu suchen, Stummfilme oder Tonaufnahmen anzusehen oder die eigene Website von vor 5 Jahren zu rekonstruieren. Bei allen existierenden Inhalten ist klar angegeben,

unter welchen Bedingungen sie genutzt werden dürfen.

Ein interessantes Beispiel aus Österreich ist das Zeitungs- und Zeitschriftenarchiv der österreichischen Nationalbibliothek. Die gescannten historischen Dokumente können angesehen und heruntergeladen werden.

Das Internet ist voll von themenbezogenen Archiven, die (relativ) ungehinderten Zugang zu einer riesigen Datenmenge bieten.

- > Internet Archive: <https://archive.org/>
- > Europeana: <http://www.europeana.eu>
- > ArchivNet (Österreichs Archive Online): <http://www.archivnet.at/>
- > ANNO (AustriaN Newspapers Online): <http://anno.onb.ac.at>
- > Österreichisches Staatsarchiv: <http://www.oesta.gv.at>
- > Österreichische Mediathek: <http://www.mediathek.at>
- > Cultural Broadcast Archive: <http://cba.fro.at>
- > literadio: <http://www.literadio.org>
- > Die Fackel: <http://corpus1.aac.ac.at/fackel/>
- > Dokumentationsarchiv des Österreichischen Widerstandes: <http://www.doew.at>
- > Library of Congress: <http://www.loc.gov>
- > Life Magazine Photography: <http://life.time.com>
- > Time Magazine Archive: <http://content.time.com/time/archive/>
- > JSTOR Academic Journals: <http://www.jstor.org>
- > Directory of Open Access Journals: <http://doaj.org>
- > OAlster: <http://oaister.worldcat.org>

- > FamilySearch: <https://familysearch.org>
- > British Pathé: <https://www.youtube.com/user/britishpathe>
- > Wikipedia Online Archives: [http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Online\\_archives](http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Online_archives)



**Martin Skopal** ist freier Fotograf, unterrichtet, und betreibt die [Agentur Punkt Fünf \(Punktfünf.at\)](#).

## Automatisierte Informationsbeschaffung via RSS Feeds

*Daniel Friesenecker*

RSS steht je nach Überlieferung für „really simple syndication“ oder „rich site summary“. RSS-Feeds sind im Wesentlichen abonnierbare Daten, in denen Änderungen am Inhalt einer Website oder eines Blogs eingetragen werden. Mittels sogenannter Feedreader wird genau diese Datei regelmäßig aufgerufen und auf Neuerungen überprüft.

### *Wo liegt der Mehrwert von RSS-Feeds?*

Angenommen Sie interessieren sich für zehn verschiedene Blogs und möchten am Laufenden bleiben, was sich auf diesen Blogs tut. Sie können jeden Tag alle Ihre Lieblingsblogs besuchen, einfacher ist es, die RSS-Feeds der jeweiligen Quellen im Feedreader zu abonnieren um automatisch über neue Einträge informiert zu werden.

### *Was sind Feedreader oder Feedcatcher?*

Feedreader sind entweder Programme, die auf Ihrem Computer laufen oder Webdienste mit denen Sie Ihre RSS-Feed-Abos verwalten können. Am ehesten sind diese mit Webmail-Diensten oder Ihrem Mail-Client vergleichbar. Sie tragen also die URL (meist sehen diese in etwa so aus „[website.at/feed](#)“) des jeweiligen Feeds ein und bekommen neue Artikel automatisch „geliefert“.



Der wohl beliebteste Dienst zur Verwaltung von RSS-Abos ist [feedly.com](https://feedly.com). Weitere empfehlenswerte Dienste sind [newsblur.com](https://newsblur.com), [goodnoows.com](https://goodnoows.com) oder [theoldreader.com](https://theoldreader.com).

Das schier unendliche Angebot an Information lässt sich vor allem mit Hilfe von RSS-Feeds kanalisieren. Mit RSS-Abos haben Sie die Möglichkeit ihr eigenes Online-Magazin zu gestalten. Abonnieren Sie den Feed der Lokalzeitung um Aktuelles aus Ihrer Umgebung zu erfahren, den Sportteil eines Nachrichtenmagazins, den Wirtschaftsteil einer anderen Zeitung und die Blogs Ihrer Lieblingsjournalist\_innen. Dadurch ergibt sich ein individueller Mix an Informationen, der auf Ihre Interessen zugeschnitten ist. Apps wie „Flipboard“ setzen genau auf diesen Ansatz und zeigen die so zusammengestellten Quellen tatsächlich als blätterbares Magazin an.

### ***RSS-Feeds als Möglichkeit Inhalte zu verteilen***

RSS-Feeds können auch dazu genutzt werden Inhalte, die Sie selbst erstellt haben, im Internet zu verteilen. Wenn Sie einen Blog betreiben, können Sie Ihren RSS-Feed beispielsweise in eines der unzähligen Blogverzeichnisse eintragen und so neue Leser\_innen generieren. Webdienste wie [iftt.com](https://iftt.com) bieten darüber hinaus die Möglichkeit, Inhalte von RSS-Feeds über zahlreiche Social-Web-Plattformen zu verteilen, z.B. kann automatisch zu jedem neue Blogartikel von Ihnen ein Link dazu auf Ihrem Facebook-Profil gepostet werden. Derlei Automatisierungen sind mit Vorsicht einzusetzen („die Dosis macht das Gift“), veranschaulichen aber die Möglichkeiten ganz gut.



**Daniel Friesenecker** bloggt und podcastet als The Angry Teddy unter [theangryteddy.com](https://theangryteddy.com). Hauptberuflich beschäftigt er sich mit Social Media, Online Marketing und E-Commerce, mehr auf [friesenecker.eu](https://friesenecker.eu).

## Kartenservices – Haben Sie heute schon eine Karte benutzt?

*Manuela Schmidt*

Wir begegnen Karten heute nicht mehr nur in Form von Stadtplänen und Atlanten. Karten und die geographischen Daten, auf denen sie basieren, sind Grundlage für eine Vielzahl digitaler Services, die wir täglich verwenden – von der App, die den kürzesten Weg zum Zahnarzt berechnet, über die Filialsuche auf der Supermarktwebsite, bis hin zur Infografik in der Onlinezeitung.

Ein Großteil dieser Services basiert entweder auf kommerziellen Services wie z.B. Google Maps oder der offenen Alternative OpenStreetMap. Einen Nischenbereich nehmen amtliche Kartenservices wie z.B. [basemap.at](https://basemap.at) ein.

**Google Maps** ist der derzeit populärste Kartendienst. Er verfügt über eine breite Datenbasis und eine Vielzahl innovativer und nutzungsfreundlicher Services. Die Inhalte, die Sie in der Karte sehen, sind seit 2013 personalisiert, das heißt, Sie bekommen genau die Geschäfte eingeblendet, nach denen Sie bereits gesucht haben oder die Google als relevant für Sie erachtet.

**OpenStreetMap** ist ein Gegenentwurf zu kommerziellen Kartendiensten. Die Daten werden nicht von Firmen oder Ämtern, sondern von Freiwilligen erfasst. Im Gegensatz zu kommerziellen

Karten hat man außerdem freien Zugang zu den zugrundeliegenden Daten, was viele spezialisierte Anwendungen erst ermöglicht. Innovative Beispiele sind Feuerwehr- oder Rollstuhlfahrer\_innen-Karten.

**Sie möchten eine Karte in Ihre Website einbetten?** Über die Funktion „Karte teilen und einbetten“ erzeugt Google Maps einen Code, mit dem Sie einen Kartenausschnitt auf Ihre Website stellen können; Screenshots von Google Maps sollten Sie nicht verwenden, da dies urheberrechtlich problematisch ist. Im Fall von OpenStreetMap können Sie sowohl Screenshots als auch interaktive Karten einbetten – Sie finden diese unter dem Punkt „Teilen“. Achten Sie aber darauf, dass auch OpenStreetMap Nutzungsbedingungen hat und weisen Sie auf die fantastische Arbeit von tausenden freiwilligen Kartograph\_innen hin.

**Sie haben einen Fehler gefunden oder vermissen Ihr Ladengeschäft auf der Karte?** In Google Maps gibt es die Funktion „Problem melden“, mit der Sie Anmerkungen zur Karte abgeben können – Ihr Änderungsvorschlag wird geprüft und ggf. geändert. In OpenStreetMap können Sie ebenfalls Notizen auf der Karte hinterlassen. Oder Sie werden gleich selbst aktiv und ändern die Daten direkt in der Datenbank. Zahlreiche Tutorials helfen bei den ersten Schritten.

### *Links:*

- > Google Maps: [maps.google.com](https://maps.google.com)
- > OpenStreetMap (OSM): [openstreetmap.org](https://openstreetmap.org)
- > OpenStreetMap-Tutorial: [learnosm.org](https://learnosm.org)
- > OpenStreetMap-Community in Österreich: [openstreetmap.at](https://openstreetmap.at)
- > Auf amtlichen Geodaten basierende Karte: [basemap.at](https://basemap.at)



**Manuela Schmidt** ist begeisterte Kartographin und OpenStreetMapperin. Sie arbeitet in der Forschungsgruppe Kartographie der Technischen Universität Wien.

[twitter.com/lesewesen](https://twitter.com/lesewesen)

## Location Based Services

*Gernot Reichert*

Deutsch: Standortbezogene Dienste. Die Technik weiß, an welchem Standort sich die Benutzer\_innen aufhalten. Wer z.B. ein Smartphone mit Internetzugang besitzt, verfügt meist auch über derartige Dienste. Sie helfen bei der Orientierung ebenso wie bei der Partner\_innensuche.

### *Arbeitsweise*

Ähnlich wie bei einem GPS-Gerät sucht die installierte Software des Geräts seine Position per Satellit. Bei einem Smartphone wird GPS genutzt, wenn es aktiviert ist. Ansonsten wird die aktuelle Position mittels Handynetzt errechnet. Die errechnete Position wird im Anschluss der Software „verraten“ und arbeitet damit programmspezifische Daten und Vorschläge aus.

### *Vielfalt*

Die Programme sind sehr vielfältig. Die bekanntesten Anwendungen, die Location Based Services benutzen sind: Google, Runtastic, Foursquare und Tinder. Google gelingt es mittlerweile, Nutzer\_innen den genauen Weg zu beschreiben. Dabei bekommt man Tipps, wo sich in der Umgebung andere interessante Orte befinden.

Andere Dienste nutzen ebenfalls das Prinzip der Location Based Services, setzen aber andere Schwerpunkte. Tinder – einer Singleapp, sucht z.B. nach potentiellen Partner\_innen in der Nähe. Die Single-Such-

App ist nur auf Smartphones erhältlich. Das Prinzip ist simpel: die Software sucht die Standortdaten ab und liefert Vorschläge. Den Nutzer\_innen bleibt überlassen die Personen zu akzeptieren oder abzulehnen.

### *Bekannte in der Umgebung suchen*

Wer Bekannte in seiner Umgebung sucht, kann Foursquare nutzen. Diese App zeigt die Position von befreundeten Nutzer\_innen an.

### *Datenschutz*

Anonymität und Datenschutz nehmen mit der zunehmenden Technologisierung einen immer höheren Stellenwert ein. Die Auffindbarkeit des Handys und damit der Person ist Segen und Fluch zugleich.

Im Urlaub ersetzt der Dienst die Straßenkarte und hilft bei der Lokalsuche (Achtung Roamingkosten). Wird ein Kind vermisst, kann die Polizei das Telefon orten.

Nachteil: Die Daten können unter Umständen gesammelt, analysiert und verkauft werden.



**Ing. Gernot Reichert**, Bakk.,  
29, studiert Publizistik und  
Kommunikationswissenschaften an der  
Universität Wien, Masterstudiengang

Facebook: [facebook.com/r.gernot](https://facebook.com/r.gernot)

## **Augmented Reality zeigt mehr als sichtbar ist**

*Gerald Binder*

Hinter dem Begriff „Augmented Reality“ (Abkürzung „AR“, dt. „Erweiterte Realität“) verbirgt sich eine äußerst interessante Technologie, die es ermöglicht, die reale Welt mit virtuellen Elementen zu überblenden. Was sich wie Science Fiction anhört, wird immer alltagstauglicher.

In einer AR-Anwendung gibt es grundsätzlich drei Komponenten: die Benutzer\_innen, die reale, physische Umgebung und ein Display, auf dem das Kamerabild der realen Umgebung teilweise von virtuellen Elementen überdeckt wird.

### **Anwendungsbeispiele – Was kann man mit AR machen?**

Die sogenannte „Interaktivierung“ von Printmaterial ist ein fast schon klassischer Anwendungsfall von Augmented Reality. Das heißt, dass die AR-Anwendung Bilder bzw. Muster auf Drucksorten wie Flyern, Postern, Katalogen, etc. erkennt und passende, multimediale Inhalte virtuell darüber legen kann. Typischerweise sind das Fotos, Videos, 3D-Modelle oder Textboxen. Auch das Abspielen von Sound, z.B. Musik oder gesprochener Text ist möglich. Immer mehr Zeitschriften und Zeitungen experimentieren mit Augmented Reality. IKEA nutzt Augmented Reality bereits seit mehreren Jahren und ermöglicht damit, zuhause auszuprobieren, wie ein bestimmtes Möbelstück in der realen Umgebung aussehen würde.



In den letzten Jahren wurde Augmented Reality häufig für Marketing-Zwecke bzw. Produktpräsentationen verwendet. Bei Messen kann damit auf unterhaltsame Weise Interesse und Aufmerksamkeit für ansonsten vielleicht etwas trockenen Produkte erzeugt werden.

Weitere Einsatzgebiete: Wartung und Montage, Architektur, Innenausstattung, eCommerce, Medizin, Spiele, etc. Grundsätzlich überall, wo digitale Informationen einen Mehrwert für die Benutzer\_innen bieten oder eine Art „Röntgenblick“ interessant ist. In einer Produktionshalle könnten z.B. bestimmte Wartungs- bzw. Reparaturschritte oder Einschulungsaufgaben an einer Maschine unterstützt werden, indem man quasi durch die Abdeckung in die Maschine hineinblicken und das Innenleben als virtuelles 3D-Modell sehen kann. Auch im Tourismus bieten sich zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten, wenn z.B. eine Ansichtskarte mittels AR und Video zum Leben erweckt wird. Ebenso könnte eine Stadtführungs-App um interaktive, multimediale Elemente erweitert werden. Selbst als Lernanwendung kann AR sinnvoll und spielerisch eingesetzt werden.

Augmented Reality ist nicht auf Smartphones und Tablet PCs beschränkt, sondern kann auch auf Desktop PCs und im Rahmen von sehr großen Installationen (z.B. in Bahnhofshallen, Einkaufszentren und Flughäfen) angewendet werden. Im letzteren Fall gibt es große Projektionen, auf denen sich die Passant\_innen meist zusammen mit virtuellen 3D-Modellen (z.B. von wilden Tieren) selbst sehen können.

Eine Hürde für die tatsächliche Verwendung von AR-Apps stellt die Tatsache dar, dass für jede AR-Anwendung eine eigene App installiert werden muss. Insofern sind AR-Browser (Wikitude, Junaio, Layar) eine sinnvolle Alternative. AR wird sich im eCommerce-Bereich also

vermutlich zunehmend von separaten Apps weg und hin zu einer in Kundenkarten-Apps integrierten Funktion entwickeln.

### *Was ist Augmented Reality nicht?*

Augmented Reality ist nicht mit Virtual Reality (dt. „Virtuelle Realität“) zu verwechseln. Der Unterschied liegt eben darin, dass bei Augmented Reality die reale Welt im Vordergrund steht und nur mit virtuellen Elementen erweitert wird, während bei Virtual Reality die gesamte Umgebung virtuell (= künstlich, computergeneriert) ist.

### *Wie kann ich selbst Augmented Reality-Apps erstellen?*

Wo es für eine weitere Verbreitung von AR-Anwendungen sicher noch Verbesserungen geben muss, sind Authoring-Tools, mit denen AR-Apps einfach konzipiert und erstellt werden können. Ebenso zentral ist die Integration in vorhandene Content Management Systeme (CMS), um bereits verfügbare digitale Inhalte auch für AR-Anwendungen einfach und dynamisch verwenden zu können. Das hat auch damit zu tun, dass Augmented Reality nach wie vor eine wenig standardisierte Technologie ist und viele verschiedene Anbieter jeweils eigene Konzepte verfolgen.

### *Einige der wichtigsten Anbieter von AR-Software sind:*

- > Metaio (Junaio)
- > Qualcomm (Vuforia)
- > Total Immersion
- > Wikitude
- > Layar

Ein einfaches Tool, um selbst einfache AR-Anwendungen für Smartphones zu erstellen und damit ein Gefühl für die Möglichkeiten

von AR zu entwickeln, ist z.B. die Software Metaio Creator<sup>12</sup>. Damit ist es möglich, beliebige Bilder bzw. Bildausschnitte festzulegen, die vom kostenlosen AR-Browser Junaio erkannt werden. Eine integrierte Qualitätsüberprüfung zeigt schon bei der Erstellung der AR-Anwendung, ob dieser Bildmarker geeignet ist. Anschließend kann man verschiedene multimediale Inhalte einfügen, die dann angezeigt werden, wenn der Bildmarker erkannt wird.

## Ausblick

Auch wenn Augmented Reality bereits für viele Anwendungen sehr gut einsetzbar ist, befindet sich diese Technologie noch in einem frühen Stadium. Mittelfristig wird die Nutzung dieser Technologie zunehmend selbstverständlich werden. Wahrscheinlich wird man dann gar nicht mehr von Augmented Reality sprechen, sondern einfach erwarten, dass in bestimmten Situationen oder an bestimmten Orten zusätzlich digitale Informationen angezeigt werden können.

Die Verbreitung von Augmented Reality wird unter anderm davon abhängen, inwieweit für bestimmte Anwendungen die passende Darstellungsweise gefunden wird. Je unaufdringlicher und intuitiver die visuelle Ergänzung des Blickfeldes gestaltet ist, desto schneller wird diese Technologie in den digitalen Alltag einziehen. Die Möglichkeit, dass digitale Informationen erstens in einem realräumlichen Zusammenhang und zweitens direkt im Blickfeld des Menschen sichtbar werden, trägt zweifellos das Potenzial in sich, die Wahrnehmung der Welt und auch den Bezug des Menschen zum physischen Raum und den darin befindlichen Dingen nachhaltig zu beeinflussen.



**DI (FH) Dr. Gerald Binder** ist

Forschungsbereichsleiter (Datenbrillen und Augmented Reality) und Projektmanager bei evolaris next level, einem Kompetenzzentrum für mobile Technologien und Innovation in Graz. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Transfer von neuen Technologien in den betrieblichen Einsatz, also der Erforschung praktischer

Anwendungspotenziale unter Beachtung von Usability- und User Experience-Aspekten. Bereits seit 2002 beschäftigt er sich mit Augmented Reality, GPS-Anwendungen und mobilen Technologien. Zwischen 2003 und 2008 IT-Projektleiter bei Infineon für Mobiltelefon-Software. Nach seinem Medientechnik und -design-Studium an der FH Hagenberg promovierte er an der Kunstuniversität Linz im Fach Medientheorie. Seine Leidenschaft gilt der ganzheitlichen Betrachtung von Kommunikation und Medien, aus technischer wie auch soziokultureller Sicht. Seit 2009 auch als selbstständiger Trainer und Berater tätig. 2013 veröffentlichte er sein Buch „Der Raum ist die Botschaft“, in dem er die Nutzung digitaler Rauminformationen untersucht.

- > Web: [geraldbinder.com](http://geraldbinder.com)
- > E-Mail: [mail@geraldbinder.com](mailto:mail@geraldbinder.com)
- > Twitter: [twitter.com/skaragerald](https://twitter.com/skaragerald)
- > Wöchentliche AR-News: [paper.li/skaragerald/1400861962](http://paper.li/skaragerald/1400861962)

## QUELLENKRITIK: Wahr oder falsch im Internet?

*Sonja Schwarz*

Das Internet ist eine unerschöpfliche Quelle an Informationen. Zu praktisch jedem Thema oder Begriff existieren hunderte, tausende, ja, oft sogar Millionen Online-Inhalte. Das kann manchmal ziemlich verwirrend sein! Es ist nicht immer einfach zu erkennen, ob man einem Inhalt trauen kann oder nicht – vor allem wenn ein Thema neu ist. Neben ganz vielen richtigen Informationen finden sich im Internet mindestens ebenso viele Halbwahrheiten und Unwahrheiten. Wahr oder falsch im Internet trennen zu können, will daher gelernt sein.

*Wikipedia ist ein guter Ausgangspunkt, um erste Informationen einzuholen. Nicht immer sind die Inhalte aber richtig oder verständlich – verlassen Sie sich also nicht blind darauf.*

### **5 Tipps, um Internet-Inhalte auf ihre Richtigkeit zu überprüfen**

1. Vergleichen Sie den gefundenen Inhalt mit mindestens zwei weiteren Quellen. Können Sie Unterschiede finden?
2. Schauen Sie nach, welche Personen oder Institutionen hinter dem Inhalt stehen (z.B. über das Impressum, Logo, etc.). Was könnten die Autor\_innen wollen?
3. Überprüfen Sie, woher die wiedergegebenen Informationen stammen. Werden Quellen angeführt?

4. Hinterfragen Sie, ob die Autor\_innen für das Thema erfahren genug sind. Werden sie oft im Internet zitiert oder als Experte\_innen erwähnt?
5. Kontrollieren Sie, wann der Inhalt zuletzt aktualisiert wurde. Könnte es sich um veraltete Informationen handeln?

### *Reihenfolge von Suchergebnissen:*

Nach welchen Kriterien die Suchergebnisse von Suchmaschinen gereiht werden, ist von vielen Kriterien abhängig – zum Beispiel wie oft ein Suchbegriff auf einer Website vorkommt, wie oft eine Website im Internet verlinkt ist, etc. Die Reihenfolge der Suchergebnisse muss daher nicht unbedingt etwas über die Qualität der Inhalte aussagen. Nicht immer ist der erste vorgeschlagene Link auch der beste. Werfen Sie auch einen Blick auf die weiter hinten gereihten Suchergebnisse!

### *Achtung, Internet-Betrug!*

Ob angebliche „Gratis“-Angebote, Betrugs-E-Mails, gefälschte Gewinnbenachrichtigungen, Fake-Shops oder gekaperte Facebook-Profile – die Tricks der Internet-Betrüger\_innen werden immer ausgefeilter. So können Sie sich schützen:

- > **Nicht alles glauben.** Seien Sie bei allzu verlockenden Angeboten misstrauisch.
- > **Persönliche Daten schützen.** Geben Sie Name, Adresse, Telefonnummer, Geburtsdatum etc. nur äußerst sparsam im Internet bekannt.
- > **Unbekannte E-Mails löschen.** Öffnen Sie keine Dateianhänge von E-Mails unbekannter Herkunft und klicken Sie nicht auf darin enthaltene Links.

- > **Erst lesen, dann kaufen.** Bevor Sie etwas im Internet bestellen, informieren Sie sich über die Anbieter\_innen.
- > **Hilfe holen.** Aktuelle Betrugsfallen im Internet:  
[watchlist-internet.at](http://watchlist-internet.at)
- > **Streitschlichtung und Beratung:** [ombudsmann.at](http://ombudsmann.at)



**Mag. Sonja Schwarz** ist Projektleiterin am Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT). Ihr Herz schlägt für die Online-Welt, ihre Berufung ist die Kommunikation. Seit 2009 ist sie im Team der Initiative [Saferinternet.at](http://Saferinternet.at) und leistet leidenschaftlich Aufklärungsarbeit zur sicheren und verantwortungsvollen Internetnutzung.

# Messenger oder SMS: Was ist die beste Alternative?

*Angela Feiner*

Messenger liegen im Trend. Und das obwohl SMS nach wie vor die meist genutzte Handy-Funktion ist. Nach diesem Artikel verstehen Sie den Unterschied zwischen SMS und Messenger, kennen die wichtigsten Apps, und können die einzelnen Dienste gezielt einsetzen.

Ein Messenger ist ein Programm mit dem Sie Nachrichten über das Internet übertragen können. Voraussetzung für die Nutzung ist somit eine aktive Internetverbindung. Das Senden von Nachrichten belastet ihr SMS-Paket nicht und verbraucht pro Nachricht nur wenige Daten. Großer Vorteil von Messengern ist, dass Sie Bilder, Videos, oder Sprachnachrichten versenden können und die Übertragung dieser Dateien rascher passiert als über SMS.

Abgesehen von der Übertragung unterscheiden sich die Dienste vor allem in der Erreichbarkeit von Kontakten. Über SMS können Sie alle kontaktieren, die ein Handy besitzen. Messenger können nur auf Smartphones genutzt werden. Sie erfordern, dass die Empfänger\_innen denselben Messenger nutzen und online sind. Wirklich sicher ist nur die SMS, viele Messenger werden wegen geringer Sicherheit kritisiert. Daher sollten über nicht verschlüsselte Messenger keine sensiblen Daten, wie Kund\_innendaten, Nacktbilder oder peinliche Bilder verschickt werden.



## Die wichtigsten Apps im Überblick

- > **WhatsApp** ist der populärste Messenger Österreichs. Er bietet Features wie Bildversand, Audionachrichten, Gruppen, Smileys und Lesebestätigungen.
- > **Facebook Messenger** bietet ähnliche Funktionen, hinzu kommt der Versand von Stickers und die Integration in Facebook.
- > **Viber** ist vor allem durch gratis Anrufe bekannt. Man kann mit den Kontaktpersonen sowohl gratis telefonieren als auch Sprachnachrichten versenden.
- > **Hangouts** ist Googles Antwort im Messenger-Bereich. Die App unterstützt zusätzlich zu klassischen Messenger-Funktionen Videotelefonie.
- > **iMessage** ist auf jedem Apple Gerät vorinstalliert und integriert SMS und Messenger in einem. Einziger Nachteil, der Dienst kann nur von iPhone Nutzer\_innen verwendet werden.
- > **mysms** ist eine österreichische Alternative und unterstützt neben SMS und Messenger Integration auch den Versand von SMS am Computer und Tablet.

Nicht ohne Grund werden SMS und Messenger in den letzten Jahren auch vermehrt beruflich eingesetzt. Beispiele dafür sind SMS gesteuerte Kampagnen („Erhalten Sie jetzt -10 % auf XY“), Terminmanagement über SMS („Ihr Termin ist morgen um 14 Uhr“) oder auch zur Benachrichtigungs-SMS („Ihr Wagen ist fertig“). Auch in der direkten Kommunikation haben beide Dienste ihre Berechtigung. Oft erweist sich eine kurze Nachricht als rasche, direkte Alternative, die auch während eines Telefonats oder Meetings unbemerkt versendet werden kann.

**Disclaimer:** Die Autorin ist als Marketing Managerin für die im Artikel genannte App mysms tätig.



**Angela Feiner** ist digital-begeisterte Marketing Managerin bei **Up to Eleven (ut11.net)** und arbeitet dort an mobilen Innovationen, die das Leben leichter machen. Sie bekommt beruflich wie auch privat nicht genug von Apps, Digital Marketing und Social Media.

# “Sie haben Post!” - Das unverzichtbare digitale Briefchen

*Dominik Leitner*

Obwohl die erste E-Mail bereits vor über vierzig Jahren<sup>13</sup> verschickt wurde, ist dieser Service nicht aus dem Arbeits- und auch dem Privatleben wegzudenken. Durch die Möglichkeit sie auf jedem Endgerät zu empfangen, sie zeitnah zu beantworten oder damit auch kostengünstig unzählige KundInnen zu erreichen, entwickelte sie sich zu Fluch und Segen zugleich. Denn mitunter erwarten Arbeitgeber\_innen von ihren Arbeitnehmer\_innen, auch in der Freizeit oder im Urlaub auf eingegangene E-Mails zu antworten.

### *Die große Webmail-Auswahl*

Es dauert nur Sekunden, bis man in die glorreiche Welt der E-Mails einsteigen kann: Services wie [GMail](#), [GMX](#), [Yahoo Mail](#) oder [Outlook.com](#) ermöglichen die Erstellung von sogenannten Webmail-Postfächern. Das bedeutet, dass die Mails nicht zwangsläufig auf ein Gerät heruntergeladen werden müssen, sondern auf den Servern der Betreiber\_innen gespeichert sind. Einerseits ist dies natürlich ein Vorteil, da man dadurch auch von “fremden” Geräten auf die E-Mails zugreifen kann, andererseits bestehen dabei auch Datenschutzbedenken: So bietet z.B. Google mit seinem Produkt GMail Werbung aufgrund von Schlagworten an, welche in empfangenen und gesendeten Mails gescannt wurde. Open-Source-Produkte wie [Zimbra.com](#) bieten einen ähnlichen

---

13 Hermes, Marcel (o.J.): Geschichte der E-Mail, [dasinternet.net](http://dasinternet.net), 18.8.2014

Funktionsumfang wie jener der kostenlosen Produkte von kommerziellen Anbietern. Hierbei muss man das Programm auf einen eigenen Server installieren, bekommt dafür aber auch etwas mehr Privatsphäre über die eigenen Daten.

### *Komfortabel: E-Mail-Programme*

Ob privat, als Student\_in oder im Job: Überall bekommt man eine einzigartige E-Mailadresse zugeteilt. Damit man dabei den Überblick nicht vollkommen verliert, gibt unzählige Programme, die das Abrufen mehrerer Emailadressen ermöglichen. Die Bekanntesten sind Microsofts "Outlook", welches beim bekannten Office-Paket stets inkludiert ist, und Apples "Mail". Diese Programme laden eingehende E-Mails auf das Gerät herunter und verschicken ausgehende Mails über die zugeordneten Server der verschiedenen Mailadressen.

Auch in diesem Bereich gibt es Open-Source-Lösungen: "**Thunderbird**" ist ein kostenloses, von Mozilla (den Entwicklern des Browser Firefox) entwickeltes Programm. Durch die sogenannten POP- und IMAP-Protokolle (**P**ost **O**ffice **P**rotocoll und **I**nternet **M**essage **A**ccess **P**rotocoll) ist es möglich, dass die Mails lokal am PC geschrieben werden können, die Mails selbst aber in den unterschiedlichen E-Mail-Konten online ebenfalls gespeichert sind.



**Dominik Leitner** wohnt und lebt zu einem gewissen Teil im Internet. Er arbeitet als Redakteur beim Politik- und Wahljournal [neuwal.com](http://neuwal.com), schreibt literarische Texte auf [neonwilderness.net](http://neonwilderness.net) und beschäftigt sich auf [dominikleitner.com](http://dominikleitner.com) mit Medien und ihrem Wandel. Aktuell studiert er im Masterstudiengang "Journalismus und Neue Medien" an der FHWien der WKW.

## **Chats und Messenger – Echtzeit-Plauderei im Internet**

*Ritchie Blogfried Pettau*

In seiner Frühzeit war das Internet fast zur Gänze auf asynchrone (zeitversetzte) Kommunikation ausgelegt. Das ganze Internet? Nein, ein kleines Protokoll leistete schon sehr früh hartnäckigen Widerstand: Bereits 1988 entwickelte der finnische Student Jarkko Oikarinen an der Universität von Oulu den IRC (Internet Relay Chat), der Kommunikationspartner\_innen in Echtzeit verbindet.

26 Jahre später sind Chat-Systeme aus dem Internet nicht mehr weg zu denken: Ob WhatsApp, Facebook Messenger oder Windows Live Messenger, nach wie vor buhlen etliche Programme und Protokolle um die Gunst der Internet-Nutzer\_innen. Denn für die ist es mittlerweile selbstverständlich, ganz wie im echten Leben, auch digital mit ihren Freund\_innen zu plaudern.

Die Grundidee ist schnell erklärt: Ein Chat erlaubt zwei oder mehreren Chatteilnehmer\_innen, ein virtuelles Gespräch zu führen – also sich gegenseitig Textnachrichten zu senden, die sofort nach dem Abschicken sichtbar sind. Im IRC entstanden im Lauf der Jahre eine ganze Reihe sogenannter thematisch gegliederter „Chatrooms“.

Waren Chats anfangs noch rein textbasiert, so entwickelten sie sich im Lauf der Jahre dank neuer Technologien und schneller

Datenübertragung multimediale Möglichkeiten. Services wie Skype oder Google Hangouts ermöglichen sowohl zwei Gesprächsteilnehmer\_innen wie auch Gruppen, virtuelle Gespräche samt Ton- und Videoübertragung zu führen.

Facebook bringt Chatfunktionalität von Haus aus mit. Und wer gerade auf Facebook surft und von einem seiner Freund\_innen angeschrieben wird, sieht die betreffende Meldung sofort im Pop-Up Fenster – der Übergang vom Mailverkehr zum Echtzeit-Chat wird so immer fließender. Obwohl Chatten heutzutage auch via Browser möglich ist, erfreuen sich verschiedene Software-Clients nach wie vor großer Beliebtheit.

Kommerziell spielen Chatsysteme vor allem im Support-Bereich eine große Rolle. Viele Online-Anbieter\_innen offerieren neben Kontaktformular und Telefon-Hotline mittlerweile auch Chat-Support, denn Kund\_innen schätzen eine sofortige Auskunft. Chatrunden mit Politiker\_innen, Promis und Co. sind eine weitere populäre Anwendung im professionellen Kommunikationsbereich.

Online-Unterhaltungen mögen flüchtig wirken, können aber von den Teilnehmer\_innen ohne weiteres archiviert werden. So groß die Verlockung auch sein mag, im virtuellen Pendant zum Small Talk allzu viele Details Preis zu geben, so sehr sollte man sich darüber im Klaren sein, dass digitale Kommunikation stets Spuren hinterlassen kann.

### *Links:*

- > **Trillian ([trillian.im](http://trillian.im))** – populärer Chat-Client für zahlreiche Protokolle
- > **MIRC ([mirc.com](http://mirc.com))** – beliebter IRC Client
- > **IRCNet Austria ([irc.at](http://irc.at))**



**Ritchie Pettauer** ist selbstständiger Online Marketing Berater, unterrichtet an der Uni Wien sowie an den FHs Burgenland und Kufstein und schreibt seit 2006 auf seinem Weblog [datenschmutz](http://blog.datenschmutz.net)<sup>14</sup> über digitale Kommunikation und [medien.kultur.technik](http://medien.kultur.technik)

---

14 <http://blog.datenschmutz.net>

# WhatsApp – der Instant-Messaging-Dienst ist einfach, praktisch und bedenklich.

*Julia Petschinka*

Text, Videos und Fotos mit Freund\_innen teilen, ohne dafür was zu bezahlen? Mit einzelnen Personen oder in Gruppen kommunizieren? Das geht nicht nur mit den von den Mobilfunkern angebotenen SMS/MMS-Diensten, die oft kostenpflichtig sind, sondern auch gratis mit vielen so genannten Instant-Messaging-Produkten ([http://de.wikipedia.org/wiki/Instant\\_Messaging](http://de.wikipedia.org/wiki/Instant_Messaging)), wie etwa WhatsApp.

### *Gratis in Kontakt bleiben*

Mit WhatsApp kann man Plattformübergreifend (also zum Beispiel von iPhone zu Android und Google-Handy) Nachrichten, Videos und Fotos verschicken. So wie viele andere Messaging-Dienste nutzt WhatsApp den Internetzugang und kann dadurch den Dienst größtenteils gratis anbieten ([whatsapp.com/faq/de/general/23014681](https://whatsapp.com/faq/de/general/23014681)). WhatsApp wird unterschiedlich genutzt: zum Austausch von Spaß-Nachrichten, um in Kontakt zu bleiben oder für schnellen Meinungs Austausch.

### *Datenschutz: WhatsApp ist nicht privat*

WhatsApp ist mittlerweile mit seinen 450 Millionen Mitgliedern ([de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp](https://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp)) der größte Instant-Messaging-Dienst. Täglich werden etwa 30 Milliarden Nachrichten verschickt ([mashable](https://mashable.com)).



com). Seit 2014 gehört WhatsApps zu Facebook, was speziell im Hinblick auf Datenschutz viele Fragen aufwirft. Vor allem auch, weil WhatsApp im Unterschied zu beispielsweise Facebook keine öffentlich zugäng-

liche Plattform ist, sondern vermeintliche Privatheit verkauft. Die Nachrichten, Fotos und Videos, die über WhatsApp verschickt werden, werden auf amerikanischen Servern so lange gespeichert, bis sie zugestellt werden können. Danach werden sie, laut [WhatsApp \(whatsapp.com/legal/#Privacy\)](https://www.whatsapp.com/legal/#Privacy) sofort oder spätestens nach 30 Tagen gelöscht. Gleichzeitig tritt man als User\_in alle Rechte an den übertragenen Inhalten an WhatsApp ab. Das heißt zum Beispiel: die verschickten Fotos gehören WhatsApp ([handelsblatt.com/finanzen/recht-steuern/anleger-und-verbraucherrecht/whatsapp-agb-bild-verschickt-rechte-verschenkt/9926376.html](https://www.handelsblatt.com/finanzen/recht-steuern/anleger-und-verbraucherrecht/whatsapp-agb-bild-verschickt-rechte-verschenkt/9926376.html)).

### *Offene Sicherheitslücken*

Da außerdem nicht klar ist, wie und ob WhatsApp die Nachrichten verschlüsselt überträgt (<https://www.datenschutzbeauftragter-info.de/whatsapp-und-datenschutz-antworten-auf-die-wichtigsten-fragen/>), bleibt eine große Sicherheitsfrage offen. Als Anfang dieses Jahres bekannt wurde, dass WhatsApp auch Zugriff auf das Smartphone-Mikrofon, die Fotos und Standortdaten hat ([derwesten.de/staedte/hohenlimburg/wie-die-super-wanze-whatsapp-die-privatsphaere-aushoeht-id8973421.html](https://www.derwesten.de/staedte/hohenlimburg/wie-die-super-wanze-whatsapp-die-privatsphaere-aushoeht-id8973421.html)) wurde in vielen Medien empfohlen, auf andere Instant-Messaging-Dienste zu wechseln. Getan haben das verglichen mit der Mitglieder-Zahl nur wenige. WhatsApp ist so verführerisch praktisch und einfach zu bedienen.

### *Alternativen zu WhatsApp*

Wer Wert auf die sichere, verschlüsselte Übertragung seiner

Nachrichten legt, sollte sich dennoch mit anderen Instant-Messaging-Diensten anfreunden. Threema, surespot, Telegram und ChatSecure bieten alle eine so genannte End-zu-End-Verschlüsselung ([de.wikipedia.org/wiki/Ende-zu-Ende-Verschl%C3%BCsslung](https://de.wikipedia.org/wiki/Ende-zu-Ende-Verschl%C3%BCsslung)), wie die ZEIT in einem ausführlichen Test beschreibt: [zeit.de/digital/mobil/2014-02/threema-telegram-surespot-chatsecure-vergleich](https://zeit.de/digital/mobil/2014-02/threema-telegram-surespot-chatsecure-vergleich). Von mehreren Expert\_innen wird der Dienst Threema auch deshalb empfohlen, weil der Server in der Schweiz steht und alle Nachrichten über diese Server zugestellt werden. ([threema.ch/de/](https://threema.ch/de/) und [zeit.de/digital/mobil/2013-07/threema-app-manuel-kasper/komplettansicht](https://zeit.de/digital/mobil/2013-07/threema-app-manuel-kasper/komplettansicht)).



**Julia Petschinka** ist Social Media Beraterin bei [datenwerk innovationsagentur \(datenwerk.at\)](https://datenwerk.at). Davor war sie beim Austrian Institute of Technologies Projektkoordinatorin eines EU-Projekts zum Thema Quantenkryptographie und Wissenschaftskommunikatorin in der Stabsstelle Corporate Communications.

Sie studierte Physik an der Universität Wien bei Prof. Anton Zeiliger und absolvierte am Wiener Institut für interdisziplinäre Forschung und Fortbildung der Universität Klagenfurt den postgraduellen Lehrgang zu PR und Wissenschaftskommunikation.

Sie bloggt seit 2004 zu unterschiedlichen Themen – einer ihrer Schwerpunkte ist der Flamenco als Tanz und Kunstform. Sie unterrichtet in Wien an der Academia Flamenca, organisiert Workshops und ein Festival für zeitgenössischen Flamenco. Sie tritt selbst regelmässig auf.

[juliapetschinka.at](https://juliapetschinka.at)

## **Co-Creation – Online-Zusammenarbeit**

*Angelika Molk, Josef Schrefel*

Durch neue Technologien wird die Arbeit immer unabhängiger von physischen Orten. Oder, anders gesagt: "Mein Büro ist da, wo ich bin" - Schließlich kann man mit Smartphone, Tablet oder Notebook nahezu überall Emails lesen und beantworten, Dokumente erstellen und versenden und sogar Großprojekte managen.

Außerdem sind wir durch die digitalen Tools und Technologien um einiges schneller geworden: Während man in den 1990er Jahren im Durchschnitt noch etwa eine Woche warten musste, bis eine schriftliche Anfrage beantwortet wurde, kann das heute dank der digitalen Kommunikation in Minutenschnelle passieren.

Immer mehr Dienste und Services, die wir für unsere tägliche Arbeit brauchen, sind jetzt online verfügbar. Sie sollen helfen, effizienter, schneller und übersichtlicher zu arbeiten, sei es allein oder im Team.

Schon ganz einfache Werkzeuge wie die Dropbox können die Zusammenarbeit erheblich erleichtern - hier werden, wie in einem "gewöhnlichen" Ordner am eigenen Computer, einfach Dateien online abgelegt und automatisch synchronisiert. Zugriff auf die Dateien hat man dann nicht nur vom eigenen PC, sondern von überall. Wird ein Ordner für mehrere Personen freigegeben, kann jede Person einzeln

standortunabhängig auf die Dokumente zugreifen, diese bearbeiten und wieder in der Dropbox ablegen. Das spart Speicherplatz und ist eine gute Möglichkeit, wirklich große Datenmengen zu teilen, ohne das Attachmentlimit des eigenen Email-Accounts zu sprengen.

Ein großer Vorteil der Digitalisierung ist auch, dass kollaborativ an einem Dokument oder einem größeren Projekt gearbeitet werden kann - unabhängig davon, wo man sich gerade befindet. Dienste wie Microsoft Office Online, Google Docs oder Etherpad speichern Dokumente in der Cloud. Dadurch können User\_innen von verschiedenen Endgeräten auf die Daten zugreifen, diese editieren, kommentieren oder auch für andere freigeben. Das dauernde Hin- und Hersenden von Dokumenten via E-Mail gehört somit der Vergangenheit an. Ähnlich funktionieren so genannte Wikis, die auch in Unternehmen immer häufiger eingesetzt werden. Basierend auf einem einfachen System können hier mehrere User\_innen Inhalte kollektiv bearbeiten. Aber aufgepasst: Studien zeigen, dass richtig gute Teamarbeit immer auch realen Kontakt braucht. Also nicht darauf vergessen, sich ab und an auch Face to Face abzustimmen und auszutauschen.

Eine ganz spezielle Form der Online-Zusammenarbeit ist die so genannte #followerpower. Für die schnelle Frage zwischendurch nutzt man sein Netzwerk auf Facebook und WhatsApp oder die Weisheit der Twitter-Crowd.

### *Links:*

- > [Dropbox](#)
- > [Google Docs](#)
- > [Microsoft Office](#)

- > Open source online editor: [etherpad.org](https://etherpad.org)
- > Besprechungsräume online buchen: [keytoooffice.com](https://keytoooffice.com)
- > **Bene Office Magazin** ([bene.com/office-magazin](https://bene.com/office-magazin))



**Josef Schrefel**



**Angelika Molk**

**Josef Schrefel** ist Head of e-Marketing bei dem österreichischen Büromöbelhersteller Bene, **Angelika Molk** ist ebenda Online Redakteurin. Gemeinsam publizieren sie das Bene Office Magazin, das sich mit der Zukunft der Arbeit und dem Büro von heute und morgen beschäftigt.

## Weitere Tools zur Zusammenarbeit – Cacao und Trello

*Christian Freisleben*

### *Gemeinsam mit Cacao an und mit Diagrammen arbeiten.*

Web 2.0 – Werkzeuge können auf vielfältige Weise die Zusammenarbeit von Teams oder bei Projekten unterstützen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die gemeinsame Visualisierung von Abläufen, Strukturen, Zusammenhängen usw. - dazu eignen sich etwa Diagramme sehr gut.

Cacao wurde 2009 vom japanischen Unternehmen Nulab entwickelt ([nulab-inc.com/about/](http://nulab-inc.com/about/)). Nach der Aufnahme in den „chrome web store“ (Chrome ist der Google-Browser) stieg die Zahl der Nutzer\_innen schnell. Inzwischen kann Cacao auch als Instrument auf [drive.google.com](http://drive.google.com) genutzt werden. Cacao nutzt Java Technologie, weshalb es aus Sicherheitsgründen wichtig ist, die aktuellste Version von Java zu nutzen.

Auf Cacao gibt es ein kostenfrei nutzbares Angebot (maximal 25 Diagramme) sowie kostenpflichtige Versionen mit mehr Möglichkeiten.

Der erster Schritt ist ein Konto anzulegen (Kombination aus Mailadresse, Nutzer\_innenname, Passwort) oder via Anmeldung mit Hilfe von Google, Twitter oder Facebook. Sehr schnell und

einfach können dann Diagramme erstellt werden – ausgehend von Vorlagen oder frei gezeichnet. Es können auch mehrere Nutzer\_innen gemeinsam an einem Diagramm arbeiten und gleichzeitig über Chat kommunizieren.

Erstellte Diagramme können Text, Tabellen, Bilder, freihändig gezeichnete Linien, Pfeile und unterschiedlichste Figuren enthalten. Sie können im Format png exportiert werden (alle anderen Optionen sind nur bei kostenpflichtigen Konten nutzbar). Über „Share“ können andere Nutzer\_innen zur Mitgestaltung eingeladen werden - auch wenn sie nicht über ein eigenes Cacoo-Konto verfügen. Weiters können die Ergebnisse via Link, Facebook, Google+ oder Facebook zugänglich gemacht werden.

### *Link:*

> [Cacoo Tool](#)<sup>15</sup>

## *Mit Trello gemeinsam an Projekten arbeiten*

So bereichernd, kreativ, spannend gemeinsames Werken an Aufgaben sein kann: Wichtig sind dabei Werkzeuge, damit der Überblick nicht verloren geht, wer mit wem, bis wann, was, wie umsetzt bzw. was schon erledigt und was offen ist.

Trello ist so ein Werkzeug, das hilft diesen Überblick zu behalten. Trello eignet sich sehr gut, um Ideen für Projekte zu sammeln, Konzepte zu erstellen, Handlungsschritte sowie Aufgaben für Mitwirkende festzulegen, den aktuellen Stand jederzeit abzurufen und zu sehen, was noch zu erledigen ist. Trello ist ein Produkt der „Fog Creek Software“,

---

15 <http://blogs.fhnw.ch/learninglab/dozierende/coaching/materialien/groupware-tools/cacoo/>

einer Softwarefirma in New York, die dieses Tool kostenlos zur Verfügung stellt. Inzwischen gibt es auch eine kostenpflichtige Version [trello.com/business-class](https://trello.com/business-class), für größere Unternehmen.

Der erste Schritt ist auf [trello.com](https://trello.com) ein Benutzer\_innenkonto einzurichten. Einen schnellen Überblick zu Möglichkeiten und Funktionen bietet das „Welcome board“.

Dann kann das erste „Board“ eröffnet werden. Dort können Listen erstellt oder bearbeitet werden, die Karten mit verschiedenen Aufgaben zu einem laufenden Projekt enthalten. Diese Karten können mit Informationen ergänzt werden: Zuordnung zu wichtigen Themen des Projekts, Checklisten, Informationen zum Erledigungstermin, wer für die Umsetzung zuständig ist, Dateien (Texte, Bilder, Videos usw.)...

Boards, Listen und Karten können auch ausgedruckt oder via Link für andere zugänglich und/oder kommentierbar gemacht werden.

Weiters gibt es die Möglichkeit eine „Organisation“ anzulegen, das ist bei Trello eine selbst zusammengestellte Gruppe von boards und/oder eine Gruppe von Mitgliedern.

### *Weiterführende Literatur:*

Sebastian Schürmanns: Productivity-Tools: Projekte organisieren mit Trello.com: [upload-magazin.de/blog/6175-trello-com/](https://upload-magazin.de/blog/6175-trello-com/)

Patrick Mollet: Trello - Projektplanung im Team mit flexiblen Listen: [imgriff.com/2013/04/05/trello-projektplanung-im-team-mit-flexiblen-listen/](https://imgriff.com/2013/04/05/trello-projektplanung-im-team-mit-flexiblen-listen/)





**Christian Freisleben:** Berater, Referent, Trainer, Journalist mit den Schwerpunkten (Erwachsenen) Bildung, Gesundheit, Soziales; Angewandte Improvisation; Web 2.0 [www.cfreisleben.net](http://www.cfreisleben.net) / Halbtags an der FH St. Pölten, Projekt inverted classroom [skill.fhstp.ac.at](http://skill.fhstp.ac.at)

## **Allzeit bereit! Online Präsentieren, immer und überall mit Prezi & Co.**

*Michael Sinnhuber*

Durch Internet, Social Media und Co. hat sich unsere Kommunikation verändert. Aber wie sieht es diesbezüglich im Bereich Präsentation aus? Was können Tools wie Prezi, Slideshare, HaikuDeck, Slidedog wirklich?

### **Prezi – [prezi.com](https://prezi.com)**

Im Gegensatz zu Powerpoint, Keynote & Co. werden die Inhalte nicht linear in Folien eingefügt, sondern auf ein großes virtuelles Whiteboard aufgebracht, ganz so, als würde man alle Inhalte auf ein Plakat zeichnen.

Die klein dargestellten Inhalte werden bei Bedarf mittels Zoomfunktion vergrößert, wie mit einer Digitalkamera. Dadurch kann man das „große Ganze“ zeigen und anschließend in die Details reinzoomen. Inhaltliche Zusammenhänge werden so besser verständlich und sind leichter merkbar. Die perfekte Grundlage für Storytelling in der Präsentation.

Der Vorteil des Zooms ist gleichzeitig auch der größte Gefahrenpunkt für ungeübte User\_innen. Setzt man den Zoom zu extrem ein, kann dem Publikum leicht schwindelig werden. Daher gilt: Nicht übertreiben!

Die fertige Präsentation kann ganz einfach per Link versandt (keine großen Dateianhänge mehr) sowie online präsentiert oder in die eigene Website eingefügt werden. Für die mobile Nutzung sorgen eigene Apps für iPhone und iPad.

Dass bis zu 10 Personen gleichzeitig an einer Präsentation arbeiten können, macht Prezi zum perfekten Tool für Brainstorming und die Zusammenarbeit in Teams.

### **Slideshare** - [slideshare.net](https://slideshare.net)

Slideshare hilft Ihnen, Ihre Präsentationen mit der Welt zu teilen. Einfach Powerpoint, Keynote, PDF oder OpenOffice Präsentation hochladen und danach über Ihre Social Media Kanäle teilen oder in die Website einfügen. Selbiges gilt für Dokumente, Infografiken und Videos. Inspirationen findet Sie in der Suche (> 15 Mio. Dokumente). Anderen User\_innen können Sie per Klick folgen.

### **Haiku Deck** - [haikudeck.com](https://haikudeck.com)

Präsentationserstellung in Rekordzeit = Haiku Deck! Durch die integrierte Bildersuche können Sie tolle Hintergrundbilder direkt in die Präsentation einbauen. Die Erstellung erfolgt entweder im Web oder per iPad-App, wobei das iPhone beim Präsentieren als Fernbedienung verwendet werden kann.

### **Slidedog** - [slidedog.com](https://slidedog.com)

Wenn Sie in Ihrer Präsentation zwischen Powerpoint (Prezi, Keynote), Video, Fotos, PDF, Word- oder Excel-Dateien und Webseiten hin und her springen wollen, dann ist Slidedog die Möglichkeit, um all diese Inhalte in einem Dokument zu vereinen, ohne zwischen den Anwendungen wechseln zu müssen.



**Michael Sinnhuber** ist Gründer und Geschäftsführer von „mcpresi – presentations that move“ ([mcpresi.com](https://mcpresi.com)). Gemeinsam mit seinem Team rettet er die Welt vor faden Präsentationen. Als zertifizierter Prezi Experte berät er nationale & internationale Unternehmen (Bank Austria, Ottakringer, Rotes Kreuz, Böhler Edelstahl, Berner AG, Bilfinger, Daikin usw.) sowie Einzelpersonen in allen Bereichen rund um das Thema Präsentation. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Beratung, Konzeption und Design von Präsentationen mit Prezi, sowie Workshops & Trainings.

## Arbeiten in der Wolke

*Werner Reiter*

Alles drängt in die Cloud. Ob Dokumente, Fotos, Musikstücke oder Software-Funktionen: Was früher auf der Festplatte des eigenen PCs gehortet wurde, ist nun im Netz. Das bringt unbestreitbare Vorteile. Wenn Daten im Online-Speicher liegen, sind sie – Internetzugang vorausgesetzt – von jedem Ort der Welt erreichbar und auf jedem Gerät – PC, Tablet oder Smartphone – abrufbar. Außerdem lassen sie sich mit anderen teilen und gemeinsam bearbeiten. Man kann auch darauf vertrauen, dass die Betreiber\_innen von Cloud-Services verlässlich dafür sorgen, dass keine Daten verloren gehen. Ihre Backup-Strategien sind auf jeden Fall ausgefeilter als es die manuelle Datensicherung auf externen Festplatten ist.

Die Vielfalt der Cloud-Services ist schier unübersehbar. Google etwa bietet so gut wie alle Funktionalitäten von herkömmlichen Office-Programmen (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation oder Präsentationen) als kostenlose Online-Services an. Die Dokumente lassen sich im Web-Browser bearbeiten und in [Google-Drive](https://drive.google.com)<sup>16</sup>, einem persönlichen Online-Speicher, verwalten. Auch Microsoft bietet im Rahmen von [Office 365](http://office.microsoft.com/de-de/online/)<sup>17</sup> Webversionen von Office-Programmen an. Der dazugehörige Cloud-Speicher heißt OneDrive. [Dropbox](https://www.dropbox.com/)<sup>18</sup> funktioniert ganz ähnlich. Auch

---

16 <https://drive.google.com>

17 <http://office.microsoft.com/de-de/online/>

18 <https://www.dropbox.com/>

hier kann man über Software am PC bzw. eine App am Smartphone oder Tablet lokale Ordner mit dem Speicher im Netz synchron halten und bestimmten Gruppen oder Personen Zugriff auf Unterordner oder einzelne Dokumente geben.

Neben den multifunktionellen Services der Großen gibt es zahlreiche Cloud-Dienste für Spezialanforderungen. Einfache Kalender oder ausgefeilte Tools für das Management von Aufgaben bzw. Projekten, simple Chat-Lösungen oder Kommunikations-Tools, bei denen Videoconferencing und gemeinsames Bearbeiten von Dokumenten integriert sind: Heutzutage findet man für fast alles eine Cloud-Lösung, die das Arbeiten in Teams erleichtert.

Viele dieser Services sind in einer Basisvariante, die für den privaten Gebrauch meist ausreicht, kostenlos. Dafür akzeptieren die Anwender\_innen, dass ihr Nutzungsverhalten bzw. auch die Inhalte ihrer Dokumente zu Werbezwecken analysiert werden. Wer sich bei diesem Gedanken nicht wohl fühlt, muss nicht auf die Vorteile der Cloud verzichten. Für die Installation und Konfiguration von [ownCloud.org](#), einem kostenlosen Service, im eigenen Webpace sind keine Programmierkenntnisse nötig.



Foto: Pilo Pichler

**Werner Reiter** ist selbstständiger Kommunikationsberater. Der Hobbymyrmekologe ist überzeugt davon, dass wir für die Organisation unserer Arbeit und die intelligente Nutzung des Internets viel von Ameisen lernen können.

Blog: [blog.werquer.com](http://blog.werquer.com)

## **Organisation oder Overkill? – Online-Projektmanagement**

*Michael Hafner*

Online zusammenarbeiten ist das eine, dabei geht es um das Bearbeiten von Inhalten und direkte Kommunikation. Den Überblick zu bewahren, ist das andere - dabei hilft Online-Projektmanagement.

Die Projektplanung unterteilt eine komplexe Aufgabe in überschaubare Schritte, stellt Abhängigkeiten und eine zeitliche Reihenfolge dar, schätzt Dauer und Kosten. Projektmanagement sorgt dafür, dass die erstellten Pläne auch eingehalten oder notfalls angepasst werden.

### *Was leistet Online-Projektmanagement?*

Um die Lücke zwischen dem Plan, der nach seiner Erstellung oft schnell in der Schublade verschwindet, und der Arbeit des Projektteams zu schließen, bieten sich Onlinetools an, die den Plan in Aufgaben und Termine gliedern, die Verantwortlichkeiten innerhalb des Teams dokumentieren und Reminder verschicken, wenn Aufgaben fertig gestellt werden müssen.

Oft können auch Meetingprotokolle, Briefings und Brainstormings dokumentiert werden.

Hauptzweck eines Projektmanagement-Tools ist es, den Überblick bewahren zu können (Was ist als nächstes zu tun? Wie weit sind wir

von der Fertigstellung entfernt?) und diesen Status für alle Beteiligten laufend aktuell zu halten. Am Anfang eines Projekts wirkt das einfach; nach einigen Planänderungen und vor allem in turbulenten Endphasen ist es unbezahlbar, eine gut strukturierte Übersicht zu haben.

Onlineprojektmanagement-Tools garantieren, dass alle Beteiligten diesen Status (und ihre eigenen ToDos) abrufen können und dass alle dabei das gleiche sehen. Das ist ein immenser Vorteil gegenüber der Dokumentation in privaten Ablagen oder einzelnen Mailboxen.

### *Wie wähle ich meine Werkzeuge?*

Überlegen Sie, was Sie wirklich brauchen, und machen Sie keinen Overkill aus dem Projektmanagement.

Meist sind einfache Planungstools (wie ein Kalender) und Tasklisten, in denen ToDos, Kommentare, und ein Erledigungsstatus vermerkt werden können, ausreichend.

Einige Lösungen (z.B. Podio, Basecamp oder Trello) sind in der Cloud für kleine Projekte kostenlos verfügbar, andere können auch selbst gehostet werden. Für den Einstieg sind die Cloud-Services leichter.

### *Wie übe und lerne ich das?*

Eine oder einer muss sich auskennen - als Projektleiter\_in sind Sie das. Testen Sie mehrere Lösungen, setzen Sie Demoprojekte auf und spielen Sie auch die Schritte durch, die dann für Teammitglieder notwendig sind (z.B. die Aktivierung eines Accounts, das Bearbeiten von Tasklisten), damit Sie mögliche Fragen schnell beantworten können.

Projektmanagement soll die Arbeit erleichtern und nicht als Zusatzaufwand neben der eigentlichen Projektarbeit empfunden werden.



## *Projektmanagement-Bücher:*

- > Scott Berkun, The Art of Project Management
- > Eliyahu Goldratt, Critical Chain
- > Edward Yourdon, Himmelfahrtskommando
- > Tom de Marco, The Deadline



**Michael Hafner** entwickelt Medienkonzepte und Strategien für interne und externe Kommunikation unter [digitale-strategie.at](https://digitale-strategie.at)

*Foto: Karin Janig*

## Crowdfunding – Projektfinanzierung mit der Community

*Wolfgang Gumpelmaier*

“Ich habe da ein Idee und brauche für die Umsetzung eure Unterstützung!” - solche Aufrufe liest man in letzter Zeit immer häufiger in den News-Streams diverser Sozialer Netzwerke. Dahinter steckt zumeist Crowdfunding, eine Community-basierte Form der Projektfinanzierung, auf die immer mehr Kreativschaffende und Start-Ups setzen.

### *Was ist Crowdfunding?*

Crowdfunding ist eine innovative Form der Projektfinanzierung, bei der viele Menschen gemeinsam eine Idee oder ein Produkt finanziell unterstützen. Die Online-Crowd, also die breite Masse der Internet-Nutzer\_innen, investiert dabei in ein Projekt und ermöglicht damit dessen Durchführung.

Dabei ist Crowdfunding nicht gleich Crowdfunding. Man unterscheidet zwischen vier Arten von Crowdfunding, wobei sich die Unterschiede zwischen den einzelnen Ausprägungen vor allem auf die Art der Gegenleistung beziehen, die Unterstützer\_innen für ihre finanzielle Beteiligung an einem Projekt erhalten:

- **Equity-based Crowdfunding:** hier bestehen die Gegenleistungen aus Erfolgsbeteiligungen am unterstützten Startup bzw. Unternehmen.

- > **Lending-based Crowdfunding:** hier werden Mikrokredite zwischen Privatpersonen/Unternehmen vergeben, die verzinst zurückgezahlt werden.
- > **Reward-based Crowdfunding:** hier erhalten die Unterstützer\_innen ideelle oder materielle Prämien, abhängig von der Höhe des Fundingbetrags.
- > **Donation-based Crowdfunding:** hier geht es vor allem um das gute Gefühl und die Unterstützer\_innen erhalten für ihren Support eine Spendenquittung.

### *Wie funktioniert Crowdfunding?*

In der Regel präsentieren Projektinhaber\_innen ihre Ideen auf speziellen Internet-Plattformen, welche die nötige Crowdfunding-Infrastruktur bereitstellen. Dazu gehört neben einer ansehnlichen Projekt-Präsentation z.B. auch die Möglichkeit zur Nutzung unterschiedlicher Bezahlssysteme sowie ein übersichtliches Unterstützer\_innen-Management. Für die Bereitstellung dieser Infrastruktur behalten die Crowdfunding-Plattformen eine Provision ein. Fast alle Crowdfunding-Plattformen funktionieren nach dem „Alles-oder-Nichts“ Prinzip. Das heißt, dass die Projektinhaber\_innen ihr Geld nur erhalten, wenn die angestrebte Zielsumme in der zuvor festgelegten Zeit erreicht wurde.

### *Warum sollte man Crowdfunding machen?*

Für Firmen und Startups bietet Crowdfunding neben der Finanzierung noch eine Vielzahl an weiteren Vorteilen. So können etwa neue Produkte direkt mit der Community getestet bzw. weiterentwickelt oder neue Kund\_innenschichten erschlossen werden. Zudem agieren die Unterstützer\_innen oft als Botschafter\_innen der Idee oder der Firma und empfehlen das unterstützte Projekt unter ihren Freund\_innen und Kolleg\_innen weiter.



**Wolfgang Gumpelmaier** beschäftigt sich seit über fünf Jahren mit dem Thema Crowdfunding und hat in dieser Zeit zahlreiche Projekte beraten, betreut und mehrere eigene Projekte auf diese Weise erfolgreich finanziert. In seinem Online-Workshop „**Crowdfunding-Projektvorbereitung in 3 Wochen**“<sup>19</sup> begleitet er angehende Crowdfunder bei der Planung ihrer Kampagnen und gibt darin zahlreiche Tipps zur Durchführung einer erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne. Als Crowdfunding-Experte am **Institut für Kommunikation in Sozialen Medien**<sup>20</sup> forscht und schreibt er zudem regelmäßig zum Thema und hält dazu Vorträge, Workshops und Webinare. Er ist Mitglied im German Crowdfunding Network, Herausgeber des **Crowdfunding-Newsletter**<sup>21</sup> und Moderator des zweiwöchentlichen Crowdfunding-Talks auf **ununi.tv**.

> [gumpelmaier.net](http://gumpelmaier.net)

---

19 <http://ununi.tv/de/edushop/crowdfunding-in-3-wochen/>

20 <http://www.ikosom.de>

21 <http://gumpelmaier.net/crowdfunding-newsletter/>

# Facebook - Ein kurzer Überblick

*Jürgen Haslauer*

Das weltweit größte soziale Netzwerk wurde 2004 von den US-Studenten Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz und Chris Hughes entwickelt und hat laut Unternehmensangaben derzeit etwa 1,2 Milliarden User\_innen. In Österreich nutzen knapp 40 % das Netzwerk<sup>22</sup>.

## Basiskonzept

Die Benutzer\_innen verfügen über eine Profilseite, die mit Texten, Bildern und Videos gefüllt werden kann<sup>23</sup>. Facebook basiert auf „Freundschaften“: Wer sich mit einer Person vernetzen will, muss vorab eine Freundschaftsanfrage stellen. Wird diese akzeptiert, haben beide Seiten Zugang zu den Informationen des anderen Profils und deren Inhalte erscheinen im eigenen „Newsfeed“. Die Beiträge („Postings“) anderer Benutzer\_innen können (je nach Einstellungen) kommentiert, an Freund\_innen weiter verteilt („share“) oder mit dem bekannten „Gefällt mir“-Button („Like“) positiv bewertet werden. Weiters bietet Facebook Chats, private Nachrichten, Veranstaltungen, Fotoalben, Diskussionsgruppen und Videokonferenzen an. Facebook-Anwendungen („Apps“), die von Drittanbietern erstellt werden

---

22 [socialmediaradar.at/facebook](https://socialmediaradar.at/facebook)

23 [facebook.com/about/timeline](https://facebook.com/about/timeline)

können, erweitern das Nutzungsspektrum: von Online-Spielen<sup>24</sup> über Musik-Anwendungen bis zu Buchungssystemen. Die Plattform ist für Benutzer\_innen kostenlos; die Finanzierung erfolgt durch bezahlte Werbeeinschaltungen<sup>25,26</sup>.

## *Nutzung für Unternehmen*

Unternehmen oder öffentliche Personen können kostenlos Firmenprofile („Fan Pages“) einrichten. Hier wird die Kommunikation zwischen dem Unternehmen und den Kund\_innen sichtbar und öffentlich. Ob dies für die jeweilige Firma ein Nachteil oder Vorteil ist, hängt im Wesentlichen von der Art und Weise ab, wie mit dieser transparenten Kommunikation umgegangen wird.

## *Kritik*

Bei zulässigen Inhalten orientiert sich Facebook an amerikanischen Wertvorstellungen: ein (halb-)nackter Busen oder die Karte von Kurdistan ist ein Problem, Gewaltdarstellung meist nicht<sup>27</sup>.

Trotz zahlreicher Einstellungsmöglichkeiten zur Privatsphäre besteht auch immer wieder Kritik von Datenschützer\_innen: neue Funktionen werden ohne Nutzer\_innenzustimmung aktiviert, Facebook überwacht Chats und Kommentare und in vielen Bereichen der Nutzungsbedingungen<sup>28</sup> gibt es klare Verletzungen europäischen Datenschutzrechts, rechtliche Unklarheiten sowie zahlreiche Widersprüche.

Facebook protokolliert jeden Besuch auf Webseiten, auf denen ein „Gefällt mir“-Button installiert ist. Welche Daten – an wen, in welchem

---

24 [facebook.com/games](https://facebook.com/games)

25 [facebook.com/advertising](https://facebook.com/advertising)

26 [facebook.com/business/ads-guide](https://facebook.com/business/ads-guide)

27 [gawker.com/5885714/inside-facebooks](https://gawker.com/5885714/inside-facebooks)

28 [www.facebook.com/policy.php](https://www.facebook.com/policy.php)

Fall – weitergegeben werden, bleibt letztlich unklar. Aktuell läuft dazu eine Sammelklage, die der Österreicher Max Schrems<sup>29</sup> eingebracht hat<sup>30</sup>.



**Jürgen Haslauer** ist seit über 20 Jahren im „Digital Space“ in verschiedenen Bereichen tätig und berät und betreut Unternehmen bezgl. ihrer Online-Strategien und hält Vorträge und Seminare.

Blog: [online-strategie.at](https://online-strategie.at)

Twitter: [@jhaslauer](https://twitter.com/jhaslauer)

---

<sup>29</sup> [de.wikipedia.org/wiki/Maximilian\\_Schrems](https://de.wikipedia.org/wiki/Maximilian_Schrems)

<sup>30</sup> [europe-v-facebook.org/sk/sk.pdf](https://europe-v-facebook.org/sk/sk.pdf)

# Twitter – ein Nachrichtenkanal mit 140 Zeichen

*Meral Akin-Hecke*

Seit der Gründung 2006 hat sich Twitter immer mehr verbreitet und ist mittlerweile aus der Social-Media-Landschaft nicht mehr wegzudenken. Tweets, die Kurznachrichten mit maximal 140 Zeichen, sind allgegenwärtig. Sie werden in Printzeitungen abgedruckt, im Fernsehen zitiert. Durch Großereignisse, wie die Fußballweltmeisterschaft 2014, erlebte Twitter einen Schub in der Nutzung.

## *Wie stelle ich mich auf Twitter dar?*

Mein Twitterprofil kann als eine Art öffentliche Visitenkarte verstanden werden. Ob ich unter meinem Klarnamen oder unter einem Pseudonym twittere und ob ich mein Twitterprofil mit einem anderen Profil verlinke, ist mir überlassen. In der Standardeinstellung ist mein Twitterprofil für alle sichtbar. Wenn ich nicht möchte, dass meine Tweets öffentlich sind, kann ich sie als „geschützt“ abschicken, so sehen nur bestätigte Kontakte meine Tweets.

## *Wie starten?*

Wenn mein Twitterprofil erstellt ist und die ersten Einstellungen erfolgt sind, kann ich loslegen. Aber wie? Die Frage ist, zu welchem Zweck möchte ich twittern: möchte ich Twitter beruflich nutzen oder möchte ich einfach als interessierte Person zu unterschiedlichen Themen, die mir wichtig sind, twittern? Es ist auch möglich beides zu kombinieren.



## Wie finde ich relevante Quellen?

Twitter-Rankings oder Twitterlisten, die andere zu bestimmten Themenfeldern angelegt haben, können eine geeignete Einstiegsquelle sein. Twitter schlägt mir aufgrund der Personen, denen ich schon folge andere Twitternutzer\_innen vor. Weiters kann ich bei den Personen, denen ich folge, nachsehen, wem sie auf Twitter folgen und so meine Twitterkreise erweitern. Eine weitere Möglichkeit ist es den „#ff“-Empfehlungen anderer zu folgen. „#ff“ steht für „followfriday“: jeden Freitag empfehlen Twitterer ihre Lieblingstwitterer.

Lerne ich bei Diskussionen interessante Menschen kennen, erkundige ich mich, ob sie twittern und kann so meinen Twiterradius ausdehnen. Auch Politiker\_innen, Sportler\_innen, Künstler\_innen, Wissenschaftler\_innen, Journalist\_innen und Pop-Stars finde ich auf Twitter.

## Ohne # geht es nicht!

Das Rautezeichen „#“ (engl. Hashtag) hat sich auf Twitter zur Beschlagwortung eines Tweets durchgesetzt. Da der Platz begrenzt ist, werden lange Formulierungen vermieden, stattdessen kommen kurze manchmal auch kryptische Hashtags für die Benennung von Ereignissen bzw. Themen zum Einsatz. Zum Beispiel wurde für die Fußballweltmeisterschaft 2014 das Kürzel #wm2014 verwendet, die Tweets zu den Protesten in den USA während der Finanzkrise wurden mit #occupywallstreet gesendet. Auch Fernsehsendungen haben ihren eigenen Hashtag wie z.B. #tatort, #imzentrum oder #austriasnexttopmodel. So können alle Tweets, die mit diesem Kürzel versehen wurden, über die Twittersuche gefunden, gelistet bzw. analysiert werden. Neben zeitlichen Analysen können auch ortsabhängige Analysen durchgeführt werden, wenn Twitterer die

Ortsangaben zu ihren Tweets in den Twittereinstellungen zugelassen haben.

### *Wie kann ich meine Themen verbreiten?*

„Twittern“ braucht Zeit, vor allem wenn ich berufliche Ziele verfolge, ist es von Vorteil mir „Twitterzeiten“ zu reservieren, in denen ich relevante eigene Inhalte poste bzw. passende Inhalte finde, selektiere und an meine Follower weiterleite. Mich in Diskussionen einzubringen, mich mit anderen auszutauschen, ist ein wesentlicher Bestandteil von Twitter. Hier ist Taktgefühl und eine gewisse Zurückhaltung angebracht. Es ist ratsam sich eine gewisse Zeit beobachtend und lesend auf Twitter zu bewegen, um die Gepflogenheiten in unterschiedlichen Kreisen kennenzulernen. Habe ich eine große Leidenschaft, die ich mit anderen teilen möchte um **Gleichgesinnte** kennenzulernen fahre ich z.B. gern Rad, gehe ich gerne Wandern, fotografiere ich leidenschaftlich, oder reise ich sehr gerne, backe oder koche ich besonders gut, oder ziehe ich gerade Kinder groß, kann ich über all diese Themen twittern. Welche Themen ich anspreche, ist ganz und gar mir überlassen. Twitter kann für jede\_n eine Bereicherung sein.

### *Twitter-Rankings und Listen aus Österreich*

- > [www.socialmediaranking.at/](http://www.socialmediaranking.at/)
- > [socialmediaradar.at/](http://socialmediaradar.at/)
- > [twitterlist.ots.at/](http://twitterlist.ots.at/)

### *Twitter Tipps aus Österreich*

- > [twitter.com/twitt\\_consult](https://twitter.com/twitt_consult)
- > [twitter.com/fit\\_2\\_twitt](https://twitter.com/fit_2_twitt)

## Weitere Empfehlungen zu Twitter

- > Twitter für Einsteiger - Social Media Minis von Michael Rajiv Shah, 2013<sup>31</sup>
- > Follow me! Das Buch für erfolgreiches Social Media Marketing von Anne Grabs, Karim-Patrick Bannour und Elisabeth Vogl, 3., aktualisierte Auflage 2014<sup>32</sup>
- > Artikel von Klaus Eck „Warum wir twittern“, 10.12.2014<sup>33</sup>



Foto: Tony Gigov

**Meral Akin-Hecke** ist Österreichs erste Botschafterin für digitale Medienkompetenz und vertritt Österreich als „Digital Champion“ bei der Europäischen Kommission für die „Digitale Agenda“. Ihre Aufgabe besteht darin, möglichst vielen Österreicher\_innen den Weg ins Netz zu ebnen und sie beim Umgang mit digitalen Medien zu unterstützen. Seit 2007 leitet sie die Initiative Digitalks, um Anwender\_innen und Firmen über digitale Medien, Social Media und mobiles Arbeiten aufzuklären und zu informieren, die jetzt in die Initiative [Werdedigital.at](http://werdedigital.at) übergeht.

[www.digitalchampion.at](http://www.digitalchampion.at)

[www.werdedigital.at](http://www.werdedigital.at)

---

31 <http://astore.amazon.de/networkfinder-21/detail/3866689675>

32 <http://www.social-media-marketing-buch.com/>

33 <https://medium.com/@klauseck/warum-wir-twittern-5214b36a57ca>

# Viel mehr als ein soziales Netzwerk: Google+

*Petra Köstinger*

Haben Sie ein Android Smartphone? Sind Sie auf YouTube, Gmail oder Google Docs angemeldet? Ist Ihnen wichtig, was in der Google-Suche über Sie gefunden wird? Dann sollten Sie sich auch mit Google+ beschäftigen. Warum, ist schnell erklärt: Egal ob Sie sich je bei Google+ angemeldet haben oder nicht, wenn Sie bei einem Google Dienst wie Android, YouTube, Gmail etc. registriert sind, haben Sie automatisch einen Google+ Account und damit ein öffentlich einsehbares Profil. Neugierig geworden? Googeln Sie mal Ihren Namen oder sehen Sie direkt auf [Google+](#)<sup>34</sup> nach.

Als Google+ im Jahr 2011 online ging, wurde die Plattform als große Facebook-Konkurrenz gehandelt. Kein Wunder, weist Google+ doch viele Eigenschaften und Funktionen eines sozialen Netzwerks auf:

User\_innen haben ein Profil, können Inhalte teilen und sich mit anderen User\_innen vernetzen. Es gibt einen News-Stream, einen +1-Button (das Pendant zum „gefällt mir“ bei Facebook), eine Kommentarfunktion, Communities (ähnlich den Facebook Gruppen), Foto-Ordner, Kontaktgruppen (bei Google+ „Kreise“ genannt), Unternehmensseiten usw. Dazu bietet Google+ noch exklusive soziale Features wie z.B. die

---

<sup>34</sup> <https://plus.google.com/u/0/>

„Hangouts“<sup>35</sup>, die kostenloses Videochatten mit bis zu 10 Freund\_innen gleichzeitig ermöglichen.

Obwohl Google+ viel zu bieten hat, wird das Netzwerk heute von kaum jemandem aktiv genutzt. Manche bezeichnen die Plattform als „Geisterstadt“. Tatsächlich wirken die meisten Profile spärlich eingerichtet und verlassen, wie etwa das von Bundespräsident **Heinz Fischer**<sup>36</sup>.

**Wer Google+ für tot erklärt, unterschätzt den Dienst** allerdings, denn hinter Google+ steckt viel mehr als „nur“ ein soziales Netzwerk: Google+ dient auch dazu, all die Nutzer\_innendaten, die lange Zeit über die vielen unterschiedlichen Google Dienste verstreut waren, in einem „Mega-Profil“ zusammenzuführen. Über die Google+ Accounts sammelt der US-Konzern nämlich quer über all seine Dienste Informationen über das Verhalten und die Interessen seiner Nutzer\_innen, die sich dann in („persönlich relevanten“) Suchergebnissen, Empfehlungen und Werbeangeboten wiederfinden. Das heißt: Selbst wenn Sie nichts auf ihrem Google+ Profil posten, sind zahlreiche Daten mit Ihrem Account verknüpft (Wonach suchen Sie? Mit wem vernetzen Sie sich? Welche Inhalte konsumieren, bewerten und teilen Sie?). Auch Inhalte, Empfehlungen und Werbeanzeigen, die Ihren Freund\_innen und Bekannten bei der Google Suche oder anderen Google Diensten angezeigt werden, können Informationen, wie etwa Name und Profilbild, Ihres Google+ Accounts umfassen. Wer nicht als Werbegesicht dienen möchte, kann dies allerdings **abstellen**<sup>37</sup>.

---

35 <http://www.google.com/intl/de/+/learnmore/hangouts/>

36 <https://plus.google.com/111949347820826307011/posts>

37 <https://plus.google.com/settings/endorsements?hl=de>

Die Verknüpfung der Google Angebote mit Google+ wird in Zukunft eher zu- als abnehmen. Selbst wenn Sie kein Interesse daran haben, Google+ als soziales Netzwerk zu nutzen, ist es deshalb empfehlenswert, Ihr [Profil](#)<sup>38</sup> und Ihre [Privatsphäre Einstellungen](#)<sup>39</sup> mal genauer unter die Lupe nehmen.



**Petra Köstinger**

[twitter.com/petrakoestinger](https://twitter.com/petrakoestinger)

Arbeitet als Beraterin für digitale Kommunikation. Bloggt über die besten Digitalkampagnen aus Österreich auf: [digitalschmankerl.at](http://digitalschmankerl.at)

---

38 <https://plus.google.com/u/0/>

39 <http://www.google.com/goodtoknow/online-safety/security-tools/>

# Es war einmal ein Telefonbuch.

*Iris Gager*

Es war gelb und enthielt allerlei Fakten wie den korrekt geschriebenen Namen und die richtige Adresse falls Namensgleichheit zu einer persönliche Hürde zählte. Meist reichte ein Anruf um herauszufinden, welche der beiden „Gager“ die Richtige war: Stimmerkennung.

Als ich aufwuchs, gab es noch eine andere, freundliche Erinnerungsmöglichkeit der besonderen Verbindung zwischen Klassenkolleg\_innen: das Stammbuch. Tolle wie gehaltvolle Inhalte wurden in schönster Schreibschrift für die Ewigkeit des eigenen Universums präsentiert. Und dort blieben sie auch. Manchmal verschönerten Aufkleber, manchmal Fotos die personalisierte Buntheit.

Heute gibt es eine Vielzahl an personalisierten Online-Darstellungsmöglichkeiten. Diese reichen von der Arbeitshistorie (Xing, LinkedIn), Blogs, Leser\_innenbeiträgen, Kommentaren bis hin zur eigenen Webpräsenz.

Will man sich seines Gegenübers sicher werden, ist Google die erste Adresse. Will man die Eigendarstellung in Form einer minimal gesteuerten Existenz im Internet anzeigen, könnte die kostenlose Option chronologischer, arbeitsbezogener Selbstdarstellung sinnvoll sein. Die genannten Netzwerke schaffen Kontaktmöglichkeiten für Enthusiast\_innen (Personalbüros, ehem. Arbeitskolleg\_innen,

Networker\_innen, alte Schulfreundschaften) aus allen Lebensbereichen: der Kontaktstamm im Internet.

Firmenpräsenzen, Eigenpublikationen und Gruppenzugehörigkeiten versprechen zudem Gewichtung und Ausbau in persönlicher Note. Ob diese das gemeinsame Mittagessen oder Networking in der realen Welt zu ersetzen vermag, kann nur individuell erlassen werden. Eine digitale Existenz kann überraschende Möglichkeiten für die Wahl der Gesprächspartner\_innen haben. Werden Sie Digital, denn wenn Sie nicht gestorben sind, dann leben Sie noch heute.



**Iris Gager** ist in öffentlichen und privaten Institutionen auf drei Kontinenten (Österreich, Kenya und Washington, D.C.) für kontextuelle Kommunikationslösungen digitaler Markenauftritte tätig.

[digibond.at](http://digibond.at)



# Das Wichtigste zuerst

*Martin Skopal*

Sucht man auf Google nach „Sprache im Internet“, findet man 73,7 Millionen Einträge<sup>40</sup> zum Thema. Ob und wie hat das Internet die eigene Schriftsprache verändert? Lässt das Internet unsere Sprache verkümmern?<sup>41</sup> Es wird häufig festgestellt: heute ist alles viel schlimmer, viel schlechter und eigentlich überhaupt alles anders.

Früher hat man Briefe und Postkarten geschrieben. Jetzt schreiben wir SMS, chatten, dann kommt WhatsApp, ein paar E-Mails, Facebook-Einträge, Twitter-Updates, ein Blogbeitrag und schnell ein Kommentar unter dem neuen #catcontent der Freund\_innen. Kurz: wir schreiben mehr als früher, aber anders. Dass die Textmenge und der Zweck, sowie die Art des Geschriebenen Auswirkungen auf die Textgestaltung (Form, Inhalt und Grammatik) haben, war durchaus zu erwarten.

Zwei Formen von Sprache können unterschieden werden: Schriftsprache und Sprechsprache. Ersteres wurde seit Erfindung der Schrift immer weiter kultiviert und verfeinert, und zeichnet sich aus durch lange Sätze, oft verschachtelt, und einem elaborierten Wortschatz. Letzteres ist geprägt durch kurze, einfache Sätze und einer alltags- und umgangssprachlichen Wortwahl.

---

40 [www.google.com/search?q=Sprache+im+Internet](http://www.google.com/search?q=Sprache+im+Internet)

41 [www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article3972877/Laesst-das-Internet-unsere-Sprache-verkuemmern.html](http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article3972877/Laesst-das-Internet-unsere-Sprache-verkuemmern.html)

Das Besondere an Sprache im Internet ist, dass aufgrund des Zwecks der Maßstab der Schriftsprache nicht länger an Geschriebenes angelegt wird, sondern jener der Sprechsprache: Man schreibt nicht, wie man schreibt, man schreibt, wie man spricht. Sprechschrift.

Entscheidend dafür, was wann verwendet wird, ist der Zweck des Geschriebenen. In sozialen Medien schreibt man, wie man privat, mit einer Handvoll Freund\_innen, im Team oder unter Kolleg\_innen spricht

Je offizieller und bedeutender ein Text sein soll, desto wichtiger wird die Schriftsprache: E-Mails an Kund\_innen, Geschäftspartner\_innen, Texte auf der Homepage eines Unternehmens, Firmen-Weblogs, PR- und Werbetexte, wissenschaftliche Arbeiten.

Zwischen beiden Extrempunkten gibt es jede Menge Grauwerte. Schrift- und Sprechsprache haben schon längst begonnen, sich zu vermischen.

Gekonntes Schreiben für das Internet heißt, sich sicher zu sein im Navigieren der Grauwerte, zu wissen, wann welche Sprache angemessen ist und seine Texte auf das Wesentliche kürzen zu können.

### *Links:*

- > [catb.org/jargon/](http://catb.org/jargon/)
- > [ted.com/talks/john\\_mcwhorter\\_txtng\\_is\\_killing\\_language\\_jk](http://ted.com/talks/john_mcwhorter_txtng_is_killing_language_jk)
- > [mediensprache.net/de/](http://mediensprache.net/de/)
- > [mediensprache.net/archiv/pubs/3-11-018110-X.pdf](http://mediensprache.net/archiv/pubs/3-11-018110-X.pdf)

### *Bücher:*

- > Wolf Schneider: Deutsch fürs Leben. Was die Schule zu lehren vergaß. ISBN 978-3-499-19695-9



**Martin Skopal** ist freier Fotograf, unterrichtet, und betreibt die **Agentur Punkt Fünf ([punktfaeff.at](http://punktfaeff.at))**: Sie bietet professionelle Hilfe für Text und Bild, off- und online.

# Storytelling - Mut zur Emotion macht sich bezahlt.

*Sabrina Oswald<sup>42</sup>*

Wir alle handhaben heute eine größere Dichte an kommunikativer Infrastruktur. Diese zu managen, erfordert Übersicht und einen guten „Plan“: den viel zitierten „roten Faden“ oder Storytelling. So leitet man Konsument\_innen von der Positionierung über Websites & Blogs, Pressearbeit, Corporate Publishing, Produkt- und Mitarbeiter\_innenkommunikation, uvm. und sorgt für die wirtschaftlich überlebenswichtige „Identifikation“.

Die Herausforderungen dabei sind jedoch enorm, denn die Kommunikation muss cross-business und transmedial geführt werden. Inkonsistente Darstellungen werden schnell entlarvt und können im schlechtesten Fall dafür sorgen, dass Produkte oder Services nicht verstanden werden. Doch wie müssen „Stories“ erzählt werden, um gut zu „funktionieren“?

## **Codewort: Nutzenkommunikation.**

Vor allen anderen „Ingredienzien“ muss eine gute Storytelling-Strategie den Nutzen für die Zielgruppe im Fokus haben. Was haben die Kund\_innen von einem Angebot? Wie bereichert es deren Leben? Marktforschung zu Rate zu ziehen, ist hierbei hilfreich. Aber helfen sie sich bei der Interpretation der Ergebnisse mit einer reversen Logik. Frei nach Steve

---

<sup>42</sup> futura-comm.at/

Jobs: "It's not the consumers' job to know what they want..." Finden Sie heraus, welchen Bedarf Sie mit Ihrem Angebot abdecken können.

### *Mut zur Emotion.*

Aktuelle Studien<sup>43</sup> belegen: Positive Emotionen „arbeiten“<sup>44</sup> am besten, brauchen aber einen Kontrapunkt, um eine stärkere Wirkung zu entfalten.

### *Truth well told.*

Man darf zwar mit der Phantasie der Zielgruppe spielen und die eigene Phantasie ausleben, allerdings nicht, wenn es um den Wahrheitsgehalt und die Authentizität der Inhalte geht. Hier gilt: „Ich glaube was Du sagst, weil ich sehe, was Du tust.“

### *In wenigen Worten.*

Die wohl schwierigste Aufgabe ist es, die eigene Story zu finden. Das probateste Hilfsmittel ist die gnadenlose Verdichtung, denn „less is more“ im Storytelling. International arbeitet man hier bei Workshops mit Zwei-Satz-Verdichtungen (brainscripts). Denken Sie daran, wer Ihre Mitbewerber\_innen sind und wie Sie Ihr Angebot platzieren (ev. eine David vs. Goliath Story)? Denken Sie darüber nach, wie Menschen auf Ihr Produkt reagieren (z.B. Magier\_in - verzaubern)? Was sind Erlebnisfelder ihres Angebots (z.B. Kraftorte/ Mythologie)? Und was ist ihr Identitätskern (z.B. eine Person - ev. Heldenstory)?

### *Der Kontrapunkt.*

Eine gute Story kommt nie ohne Gegenpol (Konflikt) aus. Wer sind ihre „Gegner\_innen“? Fragen Sie sich das, denn sie werden diese zu lieben

---

43 [de.slideshare.net/kelseylibert/the-anatomy-of-a-viral-hit-...-viral-emotions-case-study](https://de.slideshare.net/kelseylibert/the-anatomy-of-a-viral-hit-...-viral-emotions-case-study)

44 [ipa.co.uk/Page/IPA-Effectiveness-Advertising-Case-Studies#.UxUbPfRg5vk](http://ipa.co.uk/Page/IPA-Effectiveness-Advertising-Case-Studies#.UxUbPfRg5vk)

beginnen. Aus Sicht der Gehirnforschung sind diese „Gegenpole“ der wesentlichste Faktor für Identifikation. So wird Umweltzerstörung z.B. anhand von Großkonzernen erzählt, die Regenwälder roden lassen.

### *Die 20%-Regel.*

Seltener als man denkt, muss mit Neuem aufgewartet werden. Wir präferieren - gerade aufgrund der höheren Vernetzungsdichte unserer Kommunikation - bekannte Schemata. Daher ist es ratsam eine Story und ihre Protagonist\_innen immer nur sachte an den Zeitgeist anzupassen und zu aktualisieren.



**Sabrina Oswald**, ist Österreichs Mrs. Storytelling. Sie widmet sich seit 2009 intensiv diesem Thema. Zuvor hat Sie in namhaften Agenturen wie EuroRSCG (heute Havas), G&K, TBWA\ von Direkt Marketing, Sales Promotion über CI/CD bis zu PR- und Medienarbeit beraten. Seit 2009 ist sie selbstständig - damals als Inhaberin der ACCEDO Austria – nunmehr leitet sie die Futura GmbH, ein Beratungsunternehmen, das auf Positionierung, Storytelling, Content & Campaigning spezialisiert ist.

# CMS: Don't build your Web without it

*Lena Doppel*

Ein professioneller Webauftritt besteht heutzutage nicht mehr nur aus einzelnen HTML-Seiten. Moderne Websites sind Programme, die einzelne Webseiten auf Anfrage der Benutzer\_innen zusammenbauen. Die Bausteine für dieses Zusammenbauen sind Muster-Vorlagen, sogenannte Templates. In einer Datenbank werden Texte und Einstellungen gespeichert und Bilder, Videos, und Töne werden auf dem Webserver im Ordnerverzeichnis abgelegt. Das Programm, das daraus die Seiten zusammenbaut nennt man ein Web-CMS.

## *Was ist ein CMS?*

Ein Content Management System (CMS) ist ein Softwaresystem das die Benutzer\_innen dabei unterstützt Inhalte (neudeutsch „Content“) zu erstellen, zu sammeln, zu organisieren und zu verwalten (zu „managen“). Das „System“ des CMS besteht aus der Datenbank, den am Webserver gespeicherten Programmskripts und multimedialen Inhalten. Die Oberfläche eines Web-CMS besteht aus einem Frontend und einem Backend. Das Frontend sind die Webseiten, die die Leser\_innen sehen und das Backend ist die Oberfläche in der Inhalte eingegeben und verwaltet werden.

## *Open Source und Proprietär*

In den letzten Jahren haben sich im Web-CMS Bereich einige Gratis-

Systeme entwickelt. Diese Open Source CMS werden zumeist von einer großen Gruppe von Entwickler\_innen laufend erweitert und verbessert. Die wichtigsten sind Wordpress, Drupal, Joomla!, Contao und Typo 3. Daneben gibt es eine Vielzahl an proprietären Kaufsystemen, die zumeist von einem kleineren Entwickler\_innenteam betreut werden. Eine Liste gängiger CMS Systeme findet sich bei Wikipedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_content\\_management\\_systems](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_content_management_systems)

### *Trennung von Content und Erscheinungsbild*

Praktisch an einem CMS ist, dass es die „best practice“ im Webdesign – die Trennung der Inhalte von der grafischen Gestaltung – bereits eingebaut hat. So können die Benutzer\_innen die gesamte Gestaltung der Webseite schnell ändern. Möglich machen das sogenannte „Themes“, die gestalteten Vorlagen eines Web-CMS. Themes kann man gratis aus dem Netz laden, kaufen oder auch von spezialisierten Grafiker\_innen („Themer\_in“) erstellen lassen. Diese kennen sich sehr gut in HTML, CSS und zusätzlich in den Besonderheiten des jeweiligen CMS aus, sind aber keine Programmierer\_innen.

### *Module, Plugins, Erweiterungen*

Manchmal ist ein eigenes Theme aber nicht genug. Wer spezielle Funktionen auf seiner Webseite haben will, z.B. einen Shop oder eine Google-Map mit Standorten, muss das Basis-CMS erweitern. Die meisten CMS unterstützen das mit einer modularen Organisation, weshalb die Erweiterungen auch „Module“ oder „Plug-ins“ genannt werden. Viele Erweiterungen werden bei Open Source-CMS gratis von der Community zur Verfügung gestellt. Wer sehr spezielle Anforderungen hat, kann sich diese Funktion programmieren lassen.





**Lena Doppel** ist Digital Strategist bei cat-x exhibitions / media. Von 2006-2012 war sie Univ.-Ass. für Medientechnologien an der Universität für angewandte Kunst Wien. Sie spricht, berät, coached und schult in den Bereichen Webdesign, Online-Marketing & Digitale Strategie und Social Media Redaktionsarbeit.

*Foto: Aleksandra Pawloff*

## Bloggen

*Susanne Zöhrer*

Bloggen ist easy. Jeder und jede kann es. Nachstehend ein kleiner Leitfaden, was es dabei zu beachten gilt.

### *In 5 Minuten zum eigenen Blog*

Am schnellsten kommt man über Dienste wie **Wordpress** oder **Blogger** zum eigenen Weblog. Das ist gratis und innerhalb weniger Minuten kann man loslegen.

### *Worüber will ich bloggen?*

Wer mit dem Bloggen starten möchte, der sollte diese Frage eigentlich bereits beantwortet haben. Wer noch zögert, keine Sorge, erlaubt ist was gefällt!

Bloggen kann man zu allen möglichen Themen. Häufig geführte Blogs sind unter Anderem: Persönliche Tagebücher, Politikblogs, Modeblogs, Foodblogs (alles übers Essen), Reiseblogs, Strickblogs, Handwerkerblogs, Wanderblogs, Radblogs, Ernährungsblogs... die Bereiche sind quasi unlimitiert und es ist durchaus ok, mal das Fachgebiet zu wechseln.

### *Wie schaffe ich mir ein Publikum*

Generell kann man gemütlich vor sich hinbloggen und es drauf ankommen lassen, ob ein Blog das passende Publikum findet. Man kann aber natürlich auch nachhelfen.

Facebook, Twitter und andere soziale Netzwerke wie Pinterest, Instagram etc. sind optimale Medien um Blogs zu verbreiten. Schließlich hat man, je nachdem wie lange man bereits auf den diversen Plattformen aktiv ist, schon einige Freund\_innen oder Follower, mit denen man seine Interessen teilt. Wer ambitioniert ist, startet gleich eine eigene Facebook-Seite für sein Blog.

Ganz im Sinne des sogenannten Cross-Publishing teilt man nicht nur die Blogbeiträge mit den diversen Communities, sondern nutzt den eigenen Blog, um dort die Konversationen auf Facebook, Twitter und Co abzubilden.

### *Was geht gar nicht*

Das Internet ist keineswegs ein rechtsfreier Raum. Es gelten die allgemein gültigen Gesetze, daher sollte man Vorsicht walten lassen. Es kann schnell kostspielig werden, z.B. wenn man Urheber\_innenrechte verletzt, Beleidigungen veröffentlicht oder Schlimmeres anstellt. Im Zweifel gilt, weniger ist mehr. In jedem Fall ist es in Österreich verpflichtend ein Impressum auf seiner Seite zugänglich zu machen.

### *Los geht's*

Das wär's im Grunde und wer sich jetzt noch zurückhält, der sollte es einfach mal versuchen. Schließlich ist das Schöne am Bloggen nicht nur die Einfachheit und Schnelligkeit, mit der man loslegen kann, sondern es ist auch völlig ok, wenn man pausiert, wenn man keine Lust mehr haben sollte.



**Susanne Zöhrer** ist promovierte Soziologin mit Tätigkeitsfeld Social Media/Neue Medien/Kultur. Während der vergangenen 3 Jahre Copywriter und Digital Strategist bei vi knallgrau. Bloggt derzeit für [neuwal.com](http://neuwal.com) und ist momentan in Bildungskarenz, um ihr Jusstudium voranzutreiben.

Twitter: [twitter.com/thesandworm](https://twitter.com/thesandworm)

# Instagram – Das Bildernetzwerk: Dein Leben, deine Arbeit, Du in Bildern

*Julia Petschinka*

Mit Instagram kann man Geschichten erzählen, Erinnerungen teilen und Marken stärken. Instagram ist eine kostenlose App für Smartphones. Es ist eine Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform ([de.wikipedia.org/wiki/Instagram](https://de.wikipedia.org/wiki/Instagram)), die es ermöglicht, Inhalte mit einem Klick auch in anderen Sozialen Netzwerken zu veröffentlichen. Neben den Fotos und kurzen Videos von Privatpersonen spielen auf Instagram auch Bildergeschichten von Unternehmen eine immer größere Rolle.

## *Interessant für Marken*

Instagram gibt es seit 2010. Mittlerweile ist es mit seinen über 200 Millionen User\_innen weltweit ([blog.instagram.com/post/80721172292/200m](https://blog.instagram.com/post/80721172292/200m)) auch für Unternehmen zu einer wichtigen Marketingplattform geworden. Weltweit sind etwa 70 % der Top100-Marken auf Instagram vertreten ([http://allfacebook.de/zahlen\\_fakten/infografik-instagram](http://allfacebook.de/zahlen_fakten/infografik-instagram)). Die drei Österreichischen Unternehmen mit den meisten Follower-Zahlen sind Red Bull (1.4 Mio Follower), Swarovski (246.000), Head (21.800) (<http://www.digitalschmankerl.at/die-besten-oesterreichischen-unternehmen-auf-instagram/>)

## *Vernetzen leicht gemacht*

Wer neu auf Instagram ist, sollte zunächst nach Hashtags (Schlagworte mit einem #-Zeichen davor ([de.wikipedia.org/wiki/Hashtag](https://de.wikipedia.org/wiki/Hashtag) ) suchen, die den eigenen Interessen entsprechen. So lernt man das Netzwerk kennen. Die Vernetzung auf Instagram funktioniert über das Folgen von Accounts, über das „Liken“ von Beiträgen, über Kommentare und über das Verwenden von Hashtags. Wer will, kann seine Fotos und Videos auch auf einer persönlichen Landkarte veröffentlichen.

## *Datenschutz*

2012 hat Facebook Instagram gekauft, was vor allem im Bezug auf Datenschutzrichtlinien in der Community zu Unstimmigkeiten geführt hat ([instagram.com/about/legal/privacy/#](https://instagram.com/about/legal/privacy/#)). Instagram löscht Fotos und Accounts, die den Richtlinien nicht entsprechen. So soll der „feel good“-Aspekt der Plattform erhalten bleiben. Das führt aber beispielsweise gerade beim Thema Nacktheit von Frauen immer wieder zu Kontroversen, wie das Beispiel: „Nipple Ban Walk“ von Scout Willis zeigt ([independent.co.uk/news/people/instagram-defends-nudity-policy-after-scout-willis-nipple-ban-topless-protest-9478379.html](https://independent.co.uk/news/people/instagram-defends-nudity-policy-after-scout-willis-nipple-ban-topless-protest-9478379.html)).



**Julia Petschinka** ist Social Media Beraterin bei datenwerk innovationsagentur [www.datenwerk.at](http://www.datenwerk.at). Davor war sie beim Austrian Institute of Technologies Projektkoordinatorin eines EU-Projekts zum Thema Quantenkryptographie und Wissenschaftskommunikatorin in der Stabsstelle Corporate Communications.

Sie studierte Physik an der Universität Wien bei Prof. Anton Zeiliger und absolvierte am Wiener Institut für interdisziplinäre Forschung und Fortbildung der Universität Klagenfurt den postgraduellen Lehrgang zu PR und Wissenschaftskommunikation.

Sie bloggt seit 2004 zu unterschiedlichen Themen – einer ihrer Schwerpunkte ist der Flamenco als Tanz und Kunstform. Sie unterrichtet in Wien an der Academia Flamenca, organisiert Workshops und ein Festival für zeitgenössischen Flamenco. Sie tritt selbst regelmässig auf.

[juliapetschinka.at](http://juliapetschinka.at)

# Podcasts - Der Sieg der Nische

*Daniel Friesenecker*

Der Begriff Podcast setzt sich aus den Wortteilen von iPod und Broadcast zusammen. Denn tatsächlich war es Apple mit seinem Audioplayer und die Plattform iTunes, die Podcasts massentauglich machten. Podcasts sind im Wesentlichen nichts anderes als eine Abfolge abonnierbarer Mediendateien. Üblicherweise werden diese Abfolgen über einen RSS-Feed abonniert. Spricht man in unseren Breiten von Podcasts sind üblicherweise Audiopodcasts gemeint, denkbar sind aber auch beispielsweise Podcasts auf Videobasis oder PDF-Dateien.

## *Anbieter\_innen*

Produzent\_innen von Podcasts kann man grob in zwei Kategorien einteilen. Einerseits findet man professionelle Medienanbieter\_innen, die Inhalte als Zweitverwertung als „on demand“ Service anbieten, andererseits findet man zahlreiche Podcaster\_innen, die ihr Angebot als Nischenmedien verstehen und sich kleine, aber aktive Communities aufgebaut haben. Podcasts eignen sich ideal um komplexe Nischenthemen zu recherchieren. Aus Marketingsicht sind Podcasts vor allem für Expert\_innen geeignet, die über regelmäßige Berichterstattung zu ihren Kernthemen Glaubwürdigkeit aufbauen können.



## Podcasts konsumieren

Der Konsum einzelner Podcast-Episoden erfolgt über sogenannte Podcatcher. Das sind Softwares oder Apps in denen einzelne Podcasts, üblicherweise kostenlos, abonniert werden können. Der wohl verbreitetste Podcatcher auf PC und MAC ist der iTunes Player von Apple, der direkt an das Angebot im iTunes Store angeschlossen ist. Mit Software wie [gpodder](#) ist es auch möglich Podcasts direkt zu abonnieren (siehe Kapitel RSS-Feed).

Für den Konsum von Podcasts am Smartphone stehen, je nach Betriebssystem verschiedene, Apps zur Verfügung. Unter iOS sind vor allem das kostenlose „Podcasts“ oder das kostenpflichtige „Instacast“ zu nennen, unter Android sind „AntennaPod“ oder „Podkicker Pro“ interessant.

## Übersicht verschaffen

Um sich ein Angebot über die verschiedenen Podcast Angebote zu verschaffen, empfiehlt es sich Podcastverzeichnisse zu durchstöbern. Die wichtigsten Verzeichnisse im deutschsprachigen Raum sind die Podcast Rubrik im iTunes Store, [podcast.de](#), [podster.de](#) oder [podcast.at](#).



**Daniel Friesenecker** bloggt und podcastet als The Angry Teddy unter [theangryteddy.com](#). Hauptberuflich beschäftigt er sich mit Social Media, Online Marketing und E-Commerce, mehr auf [friesenecker.eu](#).

# Was bei der Verwendung von Fotos für die eigene Website zu beachten ist

*Piotr Luckos*

## *Wann sind Fotos urheberrechtlich geschützt?*

Sämtliche Fotos unterliegen, unabhängig von ihrer Qualität, dem Schutz des Urheberrechts. Ob es sich um die Fotos von Profi-Fotograf\_innen oder um einfache Handy-Schnappschüsse handelt ist irrelevant.

Nur weil ein Foto frei zugänglich im Internet abrufbar ist, heißt das noch lange nicht, dass man dieses beliebig verwenden kann. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Foto mit einem Copyright-Vermerk (©) versehen ist, oder ob ein Hinweis fehlt, dass eine Verwendung nur mit Zustimmung zulässig sei. Der urheberrechtliche Schutz besteht nämlich kraft Gesetzes. Will man ein Foto, das man nicht selber hergestellt hat, ins Internet stellen, muss somit immer die Zustimmung der Rechteinhaber\_innen eingeholt werden.

Jede Zurverfügungstellung (Abrufbarmachung) von Fotos im Internet, die ohne Zustimmung erfolgt, ist grundsätzlich eine Urheberrechtsverletzung. Dabei ist es egal, ob die Veröffentlichung privaten oder kommerziellen Zwecken dient. Unerheblich ist auch, wie viele Personen tatsächlich auf das Foto im Internet zugegriffen haben bzw. ob es überhaupt jemand angesehen hat oder auch, ob mit der

Internetpräsenz Gewinne erzielt werden.

### *Was ist bei der Einholung der Zustimmung zu beachten?*

Die Zustimmung zur Nutzung eines Fotos kann grundsätzlich formfrei, also etwa auch mündlich, eingeräumt werden. Aus Beweisgründen empfiehlt es sich jedoch, eine schriftliche Zustimmung einzuholen.

Es ist wichtig, die genaue Art der Verwendung zu vereinbaren. Dazu zählt die Größe des Fotos oder die Dauer der Nutzung. Auch sollte geregelt werden, ob und wo eine Urheberbenennung vorzunehmen ist. Wurde bezüglich der Urheberbezeichnung nichts vereinbart, so ist diese grundsätzlich Pflicht. Schlussendlich sollte, falls erwünscht, auch festgelegt werden, ob und wie das konkrete Foto bearbeitet werden darf. Denn die Zustimmung zur Nutzung eines Fotos auf einer Website schließt die Zustimmung, das Foto auch in bearbeiteter Form im Internet nutzen zu können, nicht automatisch mit ein. Eine Bearbeitung wäre etwa die digitale Änderung von Farben oder Proportionen.

Eine wirksame Zustimmung kann nur von einer entsprechend berechtigten Person eingeholt werden. Dies können die Urheber\_innen oder von diesen zur Einräumung von Nutzungsrechten berechnigte Rechteinhaber\_innen (z.B. eine Bildagentur) sein.

### *Was droht bei einer Urheber\_innenechtsverletzung?*

Wurde ein Foto ohne Zustimmung ins Internet gestellt, besteht unter anderem Anspruch auf angemessenes Entgelt. Je nach Sachlage kann die Preisspanne zwischen wenigen und über tausend Euro liegen.

Darüber hinaus können Schadenersatz- und Unterlassungsansprüche geltend gemacht werden. Als Schadenersatz kann, ohne einen

konkreten Schaden nachweisen zu müssen, ein Zuschlag von 100 Prozent auf das angemessene Entgelt verlangt werden.

Werden zur Durchsetzung der genannten Ansprüche Rechtsanwälte\_innen beigezogen, so sind grundsätzlich auch diese Kosten zu ersetzen.

Wer vorsätzlich Urheber\_innenrechte verletzt, kann auch strafrechtlich verfolgt werden. Es droht eine Freiheitsstrafe von bis zu sechs Monaten oder eine Geldstrafe. Da es sich jedoch um ein Privatanklagedelikt handelt und Täter\_innen daher nur auf Verlangen der Verletzten zu verfolgen ist, hat der Straftatbestand in der Praxis keine allzu hohe Bedeutung. Denn den Rechteinhaber\_innen geht es meist um die Durchsetzung ihrer zivilrechtlichen Ansprüche (Unterlassung und Schadenersatz).

### *Was ist eine Abmahnung wegen der Verletzung von Urheber\_innenrechten?*

Wurde eine Urheber\_innenrechtsverletzung begangen, können die Rechteinhaber\_innen die Verletzer\_innen (außergerichtlich) abmahnen. Eine Abmahnung kommt i.d.R von Rechtsanwälte\_innen der Rechteinhaber\_innen.

In der Abmahnung wird aufgefordert, innerhalb einer bestimmten Frist die konkrete Rechtsverletzung zu unterbinden (also z. B. das Foto zu löschen), eine Unterlassungserklärung abzugeben, Schadenersatz zu zahlen sowie die Anwaltskosten zu übernehmen.

Eine Abmahnung aufgrund der Verletzung von Urheber\_innenrechten ist keinesfalls zu ignorieren, da ansonsten ein Gerichtsverfahren droht. Andererseits sollten nicht sämtliche Forderungen der Gegenseite ohne

Überprüfung erfüllt werden. Es ist immer ratsam, sich im Falle einer urheberrechtlichen Abmahnung von Rechtsanwält\_innen beraten zu lassen ([oerak.or.at](http://oerak.or.at)).

## Unentgeltliche Lizenzen

Die Nutzung von Fotos im Internet ist oft unentgeltlich möglich. Dazu verwendet man am besten Bilder, die unter einer „**Creative Commons**“-**Lizenz (CC)**<sup>45</sup> oder einer ähnlichen Lizenz stehen. Durch eine solche Lizenz erteilen die Urheber\_innen die generelle Zustimmung, ihre Fotos auf eine bestimmte Art und Weise zu verwenden. Der genaue Umfang der Nutzungsrechte und die Bedingungen für die kostenlose Nutzung hängen von der jeweiligen Lizenz ab und sind strengstens einzuhalten.



**Piotr Luckos**, Internet Ombudsman, ist der Internet-Rechtsexperte beim Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation. Er studierte an der Universität Wien Rechtswissenschaften.

---

45 <http://creativecommons.org>

# NA KLAR, KANNST DU DAS HABEN! – Was bedeutet eigentlich “Creative Commons” und wie schützt es mein Werk im Netz?

Nicole Kolisch

Als das Berliner GRIPS-Theater<sup>46</sup> Anfang der 1970er Jahre seine größten Erfolge feierte, lag der Geist von 1968 noch in der Luft. Die “No Future“-Generation sprayte “Eigentum ist Diebstahl” an die Wände. Das Festhalten an klassischen Besitzstrukturen galt als genauso spießig wie Monogamie oder Haarshampoo. Und das GRIPS-Ensemble sang dazu:

*“Meins oder deins – was für’ne doofe Frage!*

*“(...)Wir könnten doch auch teilen, dass jeder immer das bekommt, was er gerade braucht.”<sup>47</sup>*

Rund 40 Jahre später ist man reuig zum Haarshampoo zurückgekehrt. Manche auch zur Monogamie. Das Internet macht indes vor, wie aus der besungenen “Sharing“-Utopie, ein geordnetes System werden kann. Die Spielregel dieses Systems heißt “Creative Commons” (kurz: CC); um sie zu verstehen, gilt es, sich erst einmal die grundlegenden Eigenschaften von Gütern anzusehen.

46 Am besten bekannt für das Musical “Linie 1” und das heftig diskutierte Aufklärungsstück “Was heißt denn hier Liebe?”

47 “Meins oder Deins”. Aus: “Die große GRIPS-Parade. Fünfzehn Lieder zum Mitsingen” (Wagenbachs Quartplatte, 1973), Video: [youtube.com/watch?v=\\_uAEqheVZvs](https://youtube.com/watch?v=_uAEqheVZvs)

Wirtschaftswissenschaftler\_innen unterscheiden zwischen rivalen und nicht-rivalen Gütern. Rival Güter werden durch die Nutzung aufgebraucht, sprich: Wenn Sie mein Haarshampoo verwenden, ist die Flasche nachher leer und für mich bleibt keines mehr übrig.

Im Gegensatz dazu werden nicht-rivale Güter durch die Nutzung nicht weniger. Wenn Sie meine alte GRIPS-Platte hören, wird die Musik dadurch nicht "weggehört", ich kann die Lieder immer noch so oft anhören, wie ich möchte. Warum also sollte ich etwas dagegen haben, dass Sie die Platte hören?

Diese Frage beschäftigt die gemeinnützige Organisation "Creative Commons" seit 2001. Letztlich steckt das Internet voller nicht-rivaler Güter: Musik, Filme, Fotos, Wissen. Nichts davon verbraucht sich durch die Nutzung – aber deshalb muss den Urheber\_innen (und damit Besitzer\_innen) noch lange nicht jede Nutzung recht sein! Beispiel: Sie stellen Ihre Fotos gerne Privatpersonen zur Verfügung, wollen aber nicht, dass ein Unternehmen sie für kommerzielle Zwecke nützt.

Genau dafür bietet CC Lizenzen an, die international anerkannt sind. Eine Lizenz ist eine Werknutzungsbewilligung. Sie räumt anderen das Recht ein, ein von Ihnen geschaffenes Werk zu verwerten. Welche Lizenz für Ihre Bedürfnisse am besten passt, lässt sich innerhalb von drei Minuten hier herausfinden. Für alle Lizenzen gilt: Die Namen der Urheber\_innen müssen immer genannt werden.

CC ist für Urheber\_innen und Nutzer\_innen gleichermaßen interessant: Das Netz bietet viele CC-lizenzierten Werke. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen können Sie diese gratis für Ihren Blog, Ihren Vortrag oder zur Vertonung Ihres YouTube-Videos nutzen. So wie wir diesen CC-lizenzierten Comic für "Das neue Arbeiten" verwendet haben:







## **Nicole Kolisch**

Jahrelang als Schauspielerin, Autorin und freie Journalistin für die unterschiedlichsten Medien unterwegs (u.a. Presse, Wirtschaftsblatt, Standard), danach Girl Geek in Residence beim WIENER, Kolumnistin in der WIENERIN. Seit 2012 als Online CvD beim KURIER sesshaft geworden. Findet Zeitung zu lebendig, um sie auf Top-down und tote Bäume zu beschränken.

Twitter: [@nic\\_ko](https://twitter.com/nic_ko)

# Barrierefreiheit – Warum?

*Markus Ladstätter*

Ist Ihnen vielleicht schon einmal untergekommen, dass jemand von barrierefreien Webseiten oder Barrierefreiheit im Internet gesprochen hat? Wollen Sie wissen, was es damit auf sich hat? Glauben Sie, dass Sie das nichts angeht?

Laut der Weltgesundheitsorganisation WHO ([who.int/mediacentre/factsheets/fs352/en/](https://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/en/)) haben 15 % der Erdbevölkerung irgendeine Form der Behinderung. Es handelt sich hier also wahrlich nicht um ein Nischenthema.

Von barrierefreien Webseiten profitieren zudem nicht nur Menschen mit Behinderungen, nein, Barrierefreiheit nützt allen.

Bei barrierefreien Webseiten geht es darum, dass Inhalte für alle, unabhängig von den körperlichen oder technischen Voraussetzungen, in der allgemein üblichen Weise ohne besondere Erschwernis abrufbar und verständlich sind. Dies ist für Menschen mit Behinderungen aber auch Menschen ohne Behinderung sehr wichtig. Ebenso praktisch sind barrierefreie Webseiten für ältere oder unerfahrene Nutzer\_innen.

Es geht darum, die Nutzer\_innen ins Zentrum zu stellen. Nicht der Mensch soll sich der Seite anpassen, sondern die Seite soll die Bedürfnisse der Anwender\_innen erfüllen.

Das bedeutet zum Beispiel für Menschen, die blind sind oder eine Sehbehinderung haben, dass Bilder beschriftet sind, für jemanden, der gehörlos ist, dass Videos Untertitelt werden. Jemand, der keine Maus verwenden kann, bedient Webseiten vielleicht nur mit der Tastatur und benötigt daher klar strukturierte Navigationsmöglichkeiten.

Egal ob man größere Schriften bevorzugt, weil man im Alter nicht mehr so gut sieht oder klar und einfach formulierte Texte bevorzugt, weil Deutsch nicht die Muttersprache ist, die Gründe, warum man Nutzer\_innen barrierefreie Webseiten benötigen, sind zahlreich. Fakt ist: mit einer barrierefreien Webseite erreichen Sie viel mehr potentielle Besucher\_innen.

### *Gesetzliche Situation*

In Österreich gibt es gesetzliche Regelungen, die barrierefreie Webseiten vorschreiben. Das Recht auf barrierefreie Webseiten wurde unter anderem im Jahr 2006 im Bundesbehindertengleichstellungsgesetz (<http://www.bizeps.or.at/gleichstellung/rechte/bgstg.php>) verankert und betrifft vor allem Firmen und Bundesorganisationen. Diese haben dafür Sorge zu tragen, dass Webseiten für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.



**Markus Ladstätter:** Vorstandsmitglied von BIZEPS  
- Zentrum für Selbstbestimmtes Leben, seit vielen Jahren tätig im Bereich Web-Accessibility und gleichberechtigter Teilhabe von Menschen mit Behinderungen in der Gesellschaft.

*Foto: Eva Kosinar*

# Barrierefreiheit – Wie?

*Klaus Höckner*

Die erste Frage, die sich jemand stellt, der erkannt hat, wie wichtig es ist, Informationen auf barrierefreien Webseiten anzubieten, ist meist jene nach dem „*Wie*“ – „*Wie bekomme ich eine barrierefreie Webseite?*“.

Barrierefreies Webdesign ist keine spezielle Programmier Technik, es ist lediglich der korrekte Einsatz standardkonformer Techniken zur Gestaltung von Webseiten, sodass Menschen mit Behinderungen (mit oder ohne Assistierende Technologien) diese ohne fremde Hilfe bedienen und nutzen können. Webdesigner\_innen scheitern jedoch oft daran, dass sie die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen nicht kennen und diese somit (oft unbewusst) ignorieren. Dies führt zu Barrieren, die Menschen mit Behinderungen am Bedienen der Webseite und am Lesen der Inhalte hindern.

***Sehr häufig auftretende Barrieren sind beispielsweise:***

- > fehlende oder nichtssagende Alternativtexte bei Bildern
- > fehlende oder falsch angewandte Bezeichnungen bei Eingabefeldern in Formularen
- > falsche oder unzureichende Benutzung von Tabellen
- > schlechte Strukturierung des Inhalts

- > nichtssagende Verweistexte wie z.B. „lesen Sie mehr“
- > nicht der Spezifikation entsprechender Quellcode von Webseiten

Eine Internetseite ist dann barrierefrei, wenn ihre Inhalte von allen Menschen (mit und ohne Behinderung) bestmöglich wahrgenommen und bedient werden können. Um Webentwickler\_innen zu unterstützen, hat das W3C mit den „Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0)“ international gültige Richtlinien entwickelt (auch als ISO Norm ISO/IEC 40500:2012).

Mit Hilfe dieser Richtlinien ist es Webentwickler\_innen möglich, eine Webseite hinsichtlich ihrer Barrierefreiheit zu evaluieren, existierende Probleme zu erkennen und diese zu korrigieren. WCAG 2.0<sup>48</sup> fordert dabei von Webauftritten, dass sie wahrnehmbar, verständlich, bedienbar und robust sind. Dazu gibt es genaue Richtlinien und Erfolgskriterien, **wie eine barrierefreie Webseite programmiert und gestaltet werden muss:**

- > „**Wahrnehmbar**“ erfordert unter anderem, dass alle angebotenen Informationen (vor allem Grafiken und multimediale Inhalte) auch in Textform zur Verfügung stehen, dass der Kontrast von Text und Hintergrund hoch genug ist, dass die Schriftgröße angepasst werden kann, und dass die Bedeutung des Inhalts nicht von sensorischen Eigenschaften wie Farbe abhängig ist.
- > Unter das Kriterium „**bedienbar**“ fallen Punkte wie: Ist die Seite rein per Tastatur bedienbar? Gibt es einen Mechanismus, um Inhaltsblöcke zu umgehen? Stimmt die Fokusreihenfolge? Sind die Linktexte, Überschriften und Labels sinnvoll?
- > „**Verständlich**“ stellt sicher, dass die Sprache einer Website und einzelner anderssprachiger Textpassagen im Code gekennzeichnet

---

48 [w3.org/WAI/intro/wcag.php](http://w3.org/WAI/intro/wcag.php)

wird, dass die Navigation auf allen Unterseiten konsistent bleibt, und dass fehlerhafte Eingaben eine hilfreiche Fehlermeldung hervorrufen.

- > Letztendlich wäre da noch das Kriterium „**Robust**“, welches in erster Linie validen HTML und CSS Code fordert, damit alle Benutzer\_innenprogramme, inklusive Assistierender Technologien, in der Lage sind, die bereitgestellten Inhalte darzustellen.



**Mag. Klaus Höckner** ist IT Leiter und Accessibility Consultant bei der Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs.

Er hat an der Wirtschaftsuniversität Wien BWL (Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik/ Informationswirtschaft) studiert und ist Absolvent des Lehrgangs Barrierefreies Webdesign an der Kepler Universität Linz.

Das Thema Barrierefreiheit und ICT beschäftigt ihn seit mehr als 10 Jahren unter anderen als Mitglied diversen Arbeitsgruppen des European Disability Forums, des Österreichischen Normungsinstituts, bei der Österreichischen Computergesellschaft als Mitorganisator von einschlägigen Konferenzen und Tagungen sowie als Vortragender in der Verwaltungsakademie des Bundes. Klaus Höckner ist verheiratet und wohnt in Wien.

# Onlinebewerbung – die Kreation eines konsistenten Gesamtbilds

*Daniel Friesenecker*

Das Thema „Onlinebewerbung“ führt unweigerlich zum Schlagwort „Selbstvermarktung“. Dass Personalverantwortliche die Namen von Bewerber\_innen in Suchmaschinen eingeben, wird wohl kaum jemanden überraschen. Nur was ist dort zu finden? Probieren Sie es ruhig einmal aus.

### *Konsistentes Gesamtbild*

Die Gesamtheit Ihrer Aktivitäten im Netz gibt ein recht gutes Bild Ihrer Person wieder. Es bringt nichts, wenn Sie ein höchst seriöses Bild auf Business-Plattformen wie Xing oder LinkedIn zeichnen, wenn Sie auf der anderen Seite unvorteilhafte Postings auf Facebook absetzen und praktisch nur betrunken auf Instagram zu sehen sind. Allerdings können Sie genau diese Plattformen auch dazu nutzen ein positives Bild Ihrer Person wiederzugeben. Ist das Bild über alle Plattformen hinweg konsistent, werden Sie nicht nur glaubwürdiger wahrgenommen, sondern haben auch eine Grundlage dafür geschaffen mit den gewünschten Inhalten gefunden zu werden.

### *Aktiver Aufbau*

Das wohl beliebteste Tool um die eigene Reputation aufzubauen ist ein eigener Blog. Hier sind Sie im Besitz aller Daten (sofern Sie den Blog selbst hosten), und Sie bestimmen die Rahmenbedingungen.



Ihre Beiträge, Ihre Themen und Ihre Aufbereitung vermitteln über die Inhalte hinweg ein Bild von Ihnen.

Was aber tun, wenn man nicht unbedingt einen Blog starten möchte? Das Netz bietet unzählige Plattformen und kleine Tools um sich selbst zu präsentieren. Ein recht praktisches und auch optisch schickes Tool ist [about.me](#). Hier werden Profile angelegt in denen man auf verschiedene eigene Accounts im Social Web verweisen kann. Optisch ist das Tool so aufbereitet, dass ein großes Portraitbild als Hintergrund genutzt wird, auf dem ein kurzer Text zur Person und die Verlinkungen zu den gewünschten Profilen angezeigt werden. Sie können dies als eigene, kleine Website betrachten. Der Link zu einem solchen Profil macht sich auch in Bewerbungsunterlagen oder in der E-Mail Signatur recht gut.

Für den eigenen Reputationsaufbau empfiehlt es sich über Plattformen hinweg zu denken und verschiedene Kanäle miteinander zu verknüpfen.

Plattformen, die hinsichtlich Onlinebewerbungen interessant sein könnten:

- > [Xing.com](#) Businessplattform
- > [LinkedIn.com](#) Businessplattform
- > [About.me](#) Mikrowebsite
- > [Xeeme.com](#) Übersicht über die eigenen Social Web Profile erstellen



**Daniel Friesenecker** bloggt und podcastet als The Angry Teddy unter [theangryteddy.com](https://theangryteddy.com). Hauptberuflich beschäftigt er sich mit

Social Media, Online Marketing und E-C

# Digitale Karriereberatung – nicht ausgeschöpftes Potenzial

*Gabriela Westebbe*

Karriereberatung ist nicht gleich Karriereberatung. Anlässe und Inhalte von Beratungen in diesem Feld unterscheiden sich sehr, aber viele Themen bergen ein hohes Potenzial für internetgestützte Beratungsformen. Ein gutes Beispiel ist die Persönlichkeits-Diagnostik, die eine große Rolle im Kontext von Karriere und Personalauswahl spielt.

Das DIE (Deutsches Institut für Erwachsenenbildung) bietet mit dem [eProfilPASS.de](https://www.eProfilPASS.de) ein personenzentriertes digitales Kompetenzermittlungsverfahren an. Grundlage ist ein Beratungsverfahren, welches auf Biographiearbeit beruht. Diese anspruchsvolle Vorgehensweise wurde dafür standardisiert. Das Ergebnis ist ein persönliches Portfolio von Fähigkeiten und Kompetenzen, das flexibel an neue Lern- und Karrierefortschritte angepasst werden kann.

Dieser Prozess des Ausfüllens und Bearbeitens wird von professionellen Berater\_innen begleitet. Mit Unterstützung von Coaches erarbeiten sich die Klient\_innen ihr persönliches Fähigkeiten- und Kompetenzprofil. Der gesamte Coachingprozess dauert zwischen 4 und 6 Wochen. Den gemeinsamen Sitzungen, die meist in herkömmlichen Settings durchgeführt werden, folgen Phasen intensiver Eigenarbeit, mit dem eProfilPASS. Anstelle persönlicher Besuche in der Praxis

kann eine Beratung jedoch auch virtuell in einem modernen Videokonferenzsystem erfolgen. Über Bild und Ton (VoIP) erfolgt die Kommunikation im geschützten Rahmen eines geschlossenen Systems.

### *Technische Rahmenbedingungen*

Eine reibungslos funktionierende Technik ist die Voraussetzung eines guten Gesprächs. Technische Probleme stören die Beziehung und den Beratungsprozess.

Wichtig für eine erfolgreiche Gesprächssituation und Gesprächsführung:

1. stabile Breitbandverbindung
2. technische Einweisung - der virtuelle Raum ist für die meisten Klient\_innen zunächst neu und ungewohnt.
3. Webcam mit HD-Auflösung - in neueren Laptops genügen die eingebauten Webcams. Für das Setting spielt die Webcam eine wichtige und leider oft unterschätzte Rolle.
4. Headset mit Mikrofon und gutem Tragecomfort - auch nach einer Stunde sollte der Kopfhörer nicht drücken oder sich unangenehm anfühlen. Die Position des Mikrofons ist für die Sprachübertragung sehr wichtig und sollte daher frei einstellbar sein.
5. Beratung über Smartphone oder Tablet ist grundsätzlich möglich, sollte jedoch gut überlegt werden.
6. Vorbereitung - Materialien hochladen, entsprechende Webseiten oder Anwendungen für die Bildschirmfreigabe öffnen, Webcam und Headset testen, den richtigen Kamerawinkel und den Ton einstellen.

Der eProfilpass steht Berater\_innen und Kund\_innen seit ca. 4 Jahren zur Verfügung. Um das interaktive Web-Portal nutzen zu können, kann

man sich gegen eine Gebühr selbstständig einloggen und das ganze Verfahren theoretisch auch alleine durchgehen. Als ProfilPASS-Berater\_innen zertifizierte Karrierecoachs können den eProfilPASS aktiv in Beratungssituationen einsetzen. Die äußeren Barrieren sind also eher gering. Das Online-Tool und die Beratung im virtuellen Raum werden jedoch aufgrund von Vorbehalten noch nicht stärker genutzt (z.B. Bedenken bezüglich des Datenschutzes).



**Gabriela Westebbe**

Ich habe in München BWL und Psychologie studiert und lange Jahre im Marketing und der Werbewirkungsforschung gearbeitet.

Seit 2005 beschäftige ich mich intensiv mit Online Lernen und Internetkommunikation und den Möglichkeiten für die Erwachsenenbildung.

In Anlehnung an den ProfilPASS® des DIE und die Kompetenzenbilanz des Zukunftszentrums Tirol haben ich ein Online-Karriereberatungskonzept entwickelt.

Webseiten: [samanthanet.de](http://samanthanet.de) und [dialogzentrum-seeshaupt.de](http://dialogzentrum-seeshaupt.de).

# **JOBSUCHE: Selbstdarstellung im Internet bringt's**

*Sonja Schwarz*

Kein Platz ist besser für die Selbstpräsentation geeignet als das Internet. Nirgendwo sonst gibt es so viele Möglichkeiten, sich einem breiten Publikum zu zeigen und über sich zu erzählen. Das wissen auch immer mehr Personalverantwortliche zu schätzen (siehe Kasten). Da eine ausufernde Selbstdarstellung im Internet auch Tücken haben kann, ist es umso wichtiger, das „eigene Ich“ im Internet bewusst zu gestalten.

### *Das Internet als persönlichen Jobmotor nutzen – das sagen Personalverantwortliche in Österreich:* <sup>49</sup>

- > 47 % recherchieren, meist schon vor den ersten Bewerbungsgesprächen, über Bewerber\_innen im Internet (Tendenz steigend)
- > Gesucht wird hauptsächlich über Suchmaschinen (76 %), gefolgt von sozialen (61 %) und beruflichen Netzwerken (44 %)
- > 29 % der Internet-Recherchen haben tatsächlich Auswirkung auf den Bewerbungsprozess; positive Eindrücke überwiegen dabei

### *Geschaut wird vor allem auf:*

- > die Persönlichkeit der Bewerber\_innen (61 %): Kommentare, Hobbies/Interessen, besondere Leistungen, soziales Engagement, Fotos/Videos, Kreativität, Meinungen von Dritten

---

<sup>49</sup> Quelle: Saferinternet.at/Marketagent, 2014, Online-Umfrage unter 299 Personalverantwortlichen in österreichischen Unternehmen

- > das Verhalten der Bewerber\_innen im Internet (38 %)
- > die Richtigkeit der Angaben im Lebenslauf (27 %)
- > die Internet-Kompetenz der Bewerber\_innen (19 %)

## 5 Tipps für die Selbstdarstellung im Internet

7. **Gestalten Sie Ihren Ruf im Internet.** Nutzen Sie das Internet gezielt zur Unterstützung Ihrer Bewerbung. Stellen Sie jene Interessen und Fähigkeiten dar, die auch für den angestrebten Berufsweg wichtig sind.
8. **Überarbeiten Sie Informationen über sich im Internet,** bevor Sie sich auf einen neuen Job bewerben. Achten Sie darauf, dass Ihre Bewerbung und Ihr Online-Auftritt ein stimmiges Gesamtbild ergeben.
9. **Suchen Sie regelmäßig nach sich selbst im Internet.** Wenn Sie nachteilige Inhalte finden, löschen Sie diese oder bitten Sie die Person, die sie veröffentlicht hat, um Entfernung. Oft hilft es auch, nachteilige Inhalte an die Seitenbetreiber\_innen zu melden.
10. **Veröffentlichen Sie nichts im Internet, was zu Ihrem oder dem Nachteil von Anderen verwendet werden kann.** Besonders kritisch sehen Personalverantwortliche derbe oder diskriminierende Kommentare, Darstellung von Alkohol- oder Drogenmissbrauch, radikale politische Ansichten, widersprüchliche Angaben zum Lebenslauf und zu viele Rechtschreib- und Grammatikfehler.

Nutzen Sie Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken. Überprüfen Sie die Einstellungen regelmäßig, denn sie ändern sich häufig. Machen Sie private Inhalte zum Beispiel nur für „Freunde“ sichtbar. Laufend aktualisierte Privatsphäre-Leitfäden finden Sie unter: [www.saferinternet.at/leitfaden](http://www.saferinternet.at/leitfaden)



**Mag. Sonja Schwarz** ist Projektleiterin am Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT). Ihr Herz schlägt für die Online-Welt, ihre Berufung ist die Kommunikation. Seit 2009 ist sie im Team der Initiative [Saferinternet.at](https://www.saferinternet.at) und leistet leidenschaftlich Aufklärungsarbeit zur sicheren und verantwortungsvollen Internetnutzung.



# Image-Generierung, persönliche Markenbildung

*Jürgen Haslauer*

Beim so genannten „Personal Branding“ geht es nicht darum, wie oft man über Google gefunden wird, sondern um die mittel- und langfristige Strategie, die eigene Person prägnant (und natürlich „vorteilhaft“) online darzustellen. Es geht darum, wie man von anderen wahrgenommen wird.

Die „Selbstdarstellung im Internet“ wird immer mehr zu einem wichtigen Faktor der beruflichen Karriere. Unabhängig von Branche, Alter und beruflicher Position wird die Eigendarstellung im Internet zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor im Berufsleben.

### *Wofür stehen Sie?*

Egal, ob Sie gerade, auf Jobsuche, selbstständig tätig, Geschäftsführer\_in eines Unternehmens sind, das Studium abschließen oder als Angestellte\_r arbeiten: Auch als Einzelperson können (und sollen) Sie wie ein Medienunternehmen agieren. Sie können natürlich nicht den Informationsfluss im Internet steuern, aber das Bild, das andere sich von Ihnen machen, durch die veröffentlichten Inhalte beeinflussen.

Versuchen Sie, ihre Persönlichkeit zu beschreiben: Was schätzen andere an mir? Bin ich ein organisierter Mensch? Bin ich humorvoll? Analytisch? Wie beschreiben mich Andere? Was zeichnet mich als Person aus? Welche Standpunkte vertrete ich? Wo liegen meine beruflichen/ privaten Stärken?

## *Präsentieren Sie sich*

Positionieren Sie sich in einem Gebiet als Experte\_Expertin. Ob über ein Hobby wie Klettern, Kochen oder eine berufliche Qualifikation: Wichtig ist ihre Leidenschaft für das gewählte Thema.

## *Verschenken Sie Ihr Wissen und teilen Sie*

Haben Sie keine Angst davor, Ihr Expert\_innenwissen kostenlos im Internet zu veröffentlichen. Ob Sie sich für eine eigene Website, ein Blog, für business-orientierte Plattformen wie LinkedIn oder Xing, für ein Facebook-Profil, einen Instagram-Account oder einen Mix aus verschiedenen SocialMedia-Kanälen entscheiden, ist sekundär. Sie sollten sich jedoch an den verwendeten Kanälen ihrer Zielgruppe orientieren. Wichtig sind die veröffentlichten Inhalte, Kontinuität in Ihren Online-Aktivitäten und vor allem: Authentizität.

## *Seien sie persönlich, aber nicht privat*

Es gibt keine Privatsphäre im Internet. Die Annahme, dass „nur privat geteilte“ Informationen auch privat bleiben, kann nach hinten losgehen. Bedenken Sie, dass sich Beziehungen zu Anderen ändern können. Publizieren Sie daher nur Inhalte, die Sie auch öffentlich vertreten können. Durchaus mit Ecken und Kanten und kritisch, aber immer so, als wären Sie auf einer Bühne vor vielen Menschen.



**Jürgen Haslauer** ist seit über 20 Jahren im „Digital Space“ in verschiedenen Bereichen tätig und berät und betreut Unternehmen bezgl. ihrer Online-Strategien und hält Vorträge und Seminare.

Blog: [online-strategie.at](http://online-strategie.at); Twitter: [@jhaslauer](https://twitter.com/jhaslauer)

# Projektbezogenes Arbeiten – neue Chancen in der Arbeitswelt

*Julia Weinzettl*

Die Digitalisierung hat die Art des Arbeitens verändert. Remote arbeiten – an keinen Ort, keine Uhrzeit, Wochentage oder vorgegebene Strukturen gebunden – kommt dem Bedürfnis der Individualisierung und der Tendenz weniger im Angestelltenverhältnis zu arbeiten entgegen. Zeitgleich steigt bei Unternehmen aufgrund der wirtschaftlichen Situation und des Fachkräftemangels die Nachfrage nach Auslagerung von Projekten und Zukauf von Leistungen, die nicht zum Kerngeschäft gehören oder einer speziellen Expertise bedürfen. Analog zu den technischen Möglichkeiten haben sich auch die Distributionsmöglichkeiten der Projekte über das Internet in Form von Marktplätzen manifestiert. Mittlerweile ist es möglich jede Art der wissensbasierten Dienstleistung über das Internet zu beziehen bzw. zu vermarkten.

### *Wie funktioniert's?*

Die verschiedenen Marktplätze haben unterschiedliche Features. Fast alle haben jedoch die folgenden Punkte gemeinsam:

- > ein Unternehmen postet eine Ausschreibung für ein Projekt
- > Teil der Ausschreibung sind: Art der Aufgabe, Budget, Zeitraum, Anforderungen die Auswahl der Expert\_innen erfolgt je nach Plattform automatisiert oder persönlich

- > Projektvergabe und Vertragserstellung
- > Zumeist ist die Bezahlung an die Erreichung vereinbarter Meilensteine gekoppelt. Viele Plattformen bieten ein Treuhandbezahlser vice an.
- > Oft gibt es Feedback- und Ratingsysteme, die den Aufbau einer Reputation ermöglichen

### *Welche Projekte werden nachgefragt?*

Sämtliche wissensbasierte Dienstleistungen, von der Entwicklung einer App, einer Website, eines Logos bis hin zu Vertragserstellung, Recherche, Übersetzung, Buchhaltung, etc...

### *Wer profitiert und wie?*

Unternehmen sparen Recruitingressourcen, es entsteht eine vereinfachte Distribution von Fachpersonal. Freelancer vermindern die kosten- und zeitintensive Akquise. Milestoneabhängige Bezahlung sowie Treuhandbezahlssysteme schaffen eine finanzielle Absicherung. Die Geschäftsmodelle der Plattformen basieren entweder auf Mitgliedsbeträgen oder auf Vermittlungsgebühren.

### *Welche Plattformen gibt es?*

Die weltweit größten Plattformen: [elance.com](https://elance.com), [odesk.com](https://odesk.com), [freelancer.com](https://freelancer.com) und [99designs.com](https://99designs.com).

In Europa nennenswert ist die UK Plattform [peopleperhour.com](https://peopleperhour.com), die von Großprojekten bis Minijobs alles anbietet.

Im deutschsprachigen Raum bietet z.B. [www.Xing.com](https://www.xing.com) eine Projektvermittlung als Zusatzleistung an. Im Gegensatz dazu fokussiert [www.taskfarm.com](https://www.taskfarm.com) ausschließlich auf die Vermittlung von Projekten durch persönliche Empfehlungen. Weitere Plattformen sind z.B. [work.io](https://work.io), [twago.de](https://twago.de) oder [projektwerk.de](https://projektwerk.de).



**Mag. Julia Weinzettl** hat ihr ganzes Berufsleben in unterschiedlichsten Positionen in Internet Startups gearbeitet. So war sie z.B. Marketingleiterin von [uboot.com](#) und [sms.at](#) sowie bei [bwin.com](#) für Mobile Business Development verantwortlich und Data Protection Counsel bei [123people.com](#). Seit 2011 ist sie CoFounder und Geschäftsführerin der Qualitätsplattform [taskfarm.com](#) und betreibt zusätzlich die Interviewreihe [Future of Work<sup>50</sup>](#), Interviews mit Movers, Makers und Game Changers.

# Online-Bildung für alle?!

*Michael Kopp, Klaus Hatzl*

Seit mehreren Jahren stellen renommierte Hochschulen Online-Weiterbildungsangebote zur Verfügung. So genannte MOOCs haben viele (hunderte bis tausende) Teilnehmer\_innen, sind kostenlos zugänglich und folgen einer definierten Kursstruktur mit festgelegten Start- und Endterminen. MOOCs sind ein ideales Angebot für alle, die sich selbstbestimmt und gemeinsam mit Lernenden unterschiedlicher (geografischer und sozialer) Herkunft weiterbilden möchten.

## MOOC-Typen

Grundsätzlich unterscheidet man zwei Typen von MOOCs<sup>51</sup>:

xMOOCs (das „x“ steht für „extension“) sind instruktional ausgerichtet. Diese klassische MOOC-Form beinhaltet Video-Lektionen, Selbsttests zur Wissensüberprüfung und ein Diskussionsforum. Alle großen MOOC-Plattformen setzen auf dieses Format, bei dem viele Lernmaterialien aber wenig Betreuungsangebote durch die Lehrenden verfügbar sind.

Bei cMOOCs (das „c“ steht für „constructivism<sup>52</sup>“) hingegen kommt der Kursleitung hauptsächlich eine koordinierende Rolle zu. Die Teilnehmer\_innen diskutieren vorgegebene Problemstellungen miteinander und erarbeiten viele Kursinhalte selbst.

---

51 MOOC = Massive Open Online Course

52 Konstruktivismus = Lerntheorie, nach der Lehrende Lernende dazu anleiten, Wissen selbst zu generieren

## *MOOC-Anbieter\_innen*

Die meisten MOOCs werden nach wie vor von US-amerikanischen Universitäten angeboten. Die bekanntesten Plattformen sind [Coursera.org](https://www.coursera.org), [edX.org](https://www.edx.org) und [Udacity.com](https://www.udacity.com). Im deutschsprachigen Raum spielen [iversity.org](https://www.iversity.org) und [iMooX.at](https://www.imoox.at) eine bedeutende Rolle.

## *Kritische Aspekte*

Die Teilnehmer\_innenzahlen bei MOOCs gehen oft in die Hunderttausende. 70 bis 90 Prozent der Teilnehmer\_innen schließen die Kurse aber nicht ab. Wer einen Kurs erfolgreich absolviert, erhält meist nur eine unverbindliche Teilnahmebestätigung. Zeugnisse, die für ein Studium anrechenbar sind, werden sehr selten ausgestellt. Die Tatsache, dass der überwiegende Teil der MOOC-Teilnehmer\_innen bereits über einen Studienabschluss verfügt, belegt, dass die Öffnung von Universitäten für die Allgemeinheit mittels MOOCs derzeit noch nicht gelingt.

Mit MOOCs lässt sich noch kein Geld verdienen. MOOC-Plattformen finanzieren sich vor allem mit Venture Capital, Sponsor\_innenengeldern und Förderungen. Potentielle Einnahmequellen sind Prüfungsgebühren, Gebühren für individuelle Betreuung, entgeltlich angebotene Kursinhalte im Rahmen der beruflichen Weiterbildung, Werbeeinblendungen sowie Gebühren für die Nutzung bestehender MOOC-Portale. In den USA werden von einzelnen Betreiber\_innen auch die Daten der Teilnehmer\_innen (z.B. durch die Weitergabe an Head Hunting Agenturen) vermarktet.



Die österreichische MOOC-Plattform **imoox.at** folgt dem klassischen Aufbau eines xMOOC mit Video-Lectures, einem Diskussionsforum und Quizzes zur Wissensüberprüfung.

### Weiterführende Links/Literatur:

- > Verzeichnis aktueller MOOCs: [mooc-list.com/](http://mooc-list.com/) [12.08.2014]
- > MOOC-Übersicht, bereitgestellt vom Online-Portal E-Teaching.org: [e-teaching.org/lehrszenarien/mooc/index\\_html](http://e-teaching.org/lehrszenarien/mooc/index_html) [12.08.2014]
- > Schulmeister, R. (2013): MOOCs – Massive Open Online Courses. Offene Bildung oder Geschäftsmodell? Waxmann. [waxmann.com/fileadmin/media/zusatztexte/2960Volltext.pdf](http://waxmann.com/fileadmin/media/zusatztexte/2960Volltext.pdf) [12.08.2014]





**Dr. Michael Kopp** leitet die Akademie für Neue Medien und Wissenstransfer an der Universität Graz und koordiniert die Entwicklung der österreichischen MOOC-Plattform [imoox.at](https://imoox.at)



**Klaus Hatzl, MA**, entwickelt MOOC-Geschäftsmodelle und arbeitet als Trainer, Coach und Projektmanager im Bereich "Issue Management".

# Warum Trainer\_innen und Lehrende offene Bildungsressourcen benötigen

*Sandra Schön und Martin Ebner*

Lehrer\_innen, Trainer\_innen in der Weiterbildung oder Lehrende an Hochschulen sind auf gute Lern- und Unterrichtsmaterialien angewiesen. Und natürlich nutzen sie, wie viele Wissensarbeiter\_innen das Internet, um da und dort etwas nachzulesen, sich inspirieren zu lassen oder um Vorarbeiten von anderen zu nutzen.

Zwar ist die Nutzung von Internetmaterialien für das individuelle Lernen aus rechtlicher Perspektive weitgehend unbedenklich, wenn Lehrende jedoch Material aus dem Internet für ihren Unterricht verwenden möchten, setzt ihnen das Urheberrecht insbesondere im deutschsprachigen Raum enge Grenzen. Ungefragt dürfen i.d.R. keine Texte, Bilder oder Videos eingesetzt werden<sup>53</sup>.

Wenn Lehrende ihre Unterlagen nicht komplett neu erstellen und auf der sicheren Seite sein möchten, hilft Ihnen seit einigen Jahren der Griff zu bzw. die gezielte Suche nach sogenannten "offenen Bildungsressourcen" (engl. "Open Educational Resources", kurz OER). Darunter werden Materialien für Lernende und Lehrende verstanden, welche kostenlos im Web zugänglich sind, über eine entsprechende

---

53 Auf Besonderheiten in den Bildungssektoren können wir aufgrund der gebotenen Kürze nicht eingehen.

Lizenzierung zur Verwendung verfügen und auch zur Modifikation freigegeben sind (Geser 2007; Mruck et al. 2013). Dazu werden v.a. die Creative-Commons-Lizenzen eingesetzt (i.d.R. werden die Lizenzen CC BY und CC BY-SA als OER-konform betrachtet).

Einige Initiativen und Projekte zeigen, dass offene Bildungsressourcen gefragt sind. So verzeichnet das offene Lehrbuch "Lernen und Lehren mit Technologien" (kurz L3T, [l3t.eu](http://l3t.eu)) bereits mehr als 360.000 Downloads, beim ersten offenen Online-Kurs zum Thema ([coer13.de](http://coer13.de)) haben sich mehr als 1.000 Lernende angemeldet und die UNESCO wie auch die Europäische Kommission fordern und fördern seit einigen Jahren OER-Aktivitäten.

OER sind auch eine Hilfe, wenn der Unterricht mit modernen Hilfsmitteln - Laptops, Tablets und Beamer - durchgeführt wird. Lehrende können moderne Geräte wie den Beamer im Klassenzimmer oder dem Seminarraum oft nicht nutzen, ohne sich in einem juristischen Graubereich zu befinden, da die Vorführung einer sogenannten "Digitalkopie" im Unterricht nur in Ausnahmefällen erlaubt ist.

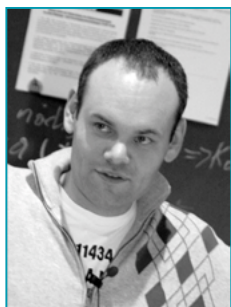
Die gängige Praxis, dass für den Unterricht oder für Lehrgänge spezifische Lehrwerke eingesetzt werden, die in der Regel (zumeist nur) in gedruckter Form zur Verfügung gestellt werden, setzt der OER-Verbreitung derzeit enge Grenzen. Gerade in der Schule müssen sich Lehrer\_innen an den Aufgaben und der Struktur im Schulbuch orientieren. Übungsvarianten können nicht im Internet veröffentlicht werden, da das Schulbuch urheberrechtlich geschützt ist, also z.B. auch die dort gewählte Reihenfolge der Vokabeln.

Neben den Lehrenden in den unterschiedlichen Bildungssektoren und Branchen profitieren natürlich auch Lernende und Eltern von der Entwicklung von offenen Bildungsressourcen, da sie dadurch

hilfreiches Material im Internet finden. Gleichzeitig wirken sich OER und ihre Förderung auf die etablierten Geschäftsmodelle von (Schul-) Buchverlagen aus. Gerade dort, wo seit vielen Jahren Erfahrung mit der Erstellung von Lehrmaterialien gesammelt wurde, gibt es keine große Begeisterung für diese Bewegung. Wie sich die Bedenken und Widerstände dieser Kritiker\_innen und die Erfolge der Aktiven letztlich auf größere bildungspolitische Entscheidungen auswirken, wird sich zeigen. Die Beispiele von Wikipedia und der Open-Source-Bewegung führen jedoch vor, wie vermeintlich alternative Randbewegungen tradierte Prozesse und tradiertes Denken auf den Kopf stellen können.



**Dr. Sandra Schön** ist Senior Researcher bei der Salzburg Research Forschungsgesellschaft und arbeitet dort im Bereich Innovation Lab. Neben Forschungsaktivitäten rund um Social Media ist ihr Steckenpferd das Feld der offenen Bildungsressourcen - mehr: [sandra-schoen.de](http://sandra-schoen.de)



**Univ.-Doz. Dr. Martin Ebner** ist Leiter der Abteilung Vernetztes Lernen an der Technischen Universität Graz und ist dort für sämtliche E-Learning-Belange zuständig. Weiters forscht und lehrt er als Medieninformatiker am Institut für Informationssysteme Computer Medien rund um technologiegestütztes Lernen. Er bloggt unter [elearningblog.tugraz.at](http://elearningblog.tugraz.at) und seine Homepage findet man unter [martinebner.at](http://martinebner.at)

# **Zukunft Lernen – mit der Crowd immer und überall**

*Philipp Etzlinger, Erika Hummer*

Im Bildungsbereich findet ein Paradigmenwechsel statt - hin zum individualisierten Lernen. Voraussetzung: uneingeschränkter Zugang zu Information.

Voneinander und miteinander lernen – in der Crowd – wird immer mehr zum State of the Art. Nicht nur in der Erwachsenenbildung, auch im schulischen Umfeld wird diese Art des Lernens immer bedeutsamer. Ob es nun um das Trainieren von Fertigkeiten, z.B. von Programmier- oder Fremdsprachen geht, ob Recherchen zu Sachthemen oder das Nachschlagen von Begriffen in Online-Lexika anstehen: mobile Endgeräte eröffnen uns vielfältige Wissensressourcen und ermöglichen uns den Zugang zu Plattformen für den Wissensaustausch. Mit der kommerziellen Nutzung des Internets wurde das Ende des Wissensmonopols von „wissenden Eliten“ eingeläutet.

Das Lehren und Lernen unterliegt einem tiefgreifenden Wandel. Lernen geschieht nicht mehr nur an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit. „Lernen heute“ kann überall und jederzeit passieren – spontan oder geplant: sei es im Zug oder im Warteraum einer Ordination. Die permanente Verfügbarkeit von neuen Technologien lässt ortsunabhängiges Lernen jederzeit zu.

Das Vermitteln von Fertigkeiten zum selbständigen Wissenserwerb ist ein zentraler Bestandteil der Lehrpläne und steht emanzipiert neben dem reinen Aneignen von Lerninhalten. Miteinander und voneinander lernen, das Entwickeln von Strategien zur Selbsthilfe sowie lösungsorientiertes Arbeiten – diese Kompetenzen sollten fix im Schulunterricht verankert sein. Damit erhält das Lernen einen neuen sozialen Faktor: Wo finde ich Informationsquellen? Mit wem kann ich in Kontakt treten? Bei diesem Prozess begegnen Lernende Menschen, die helfen, die ihrerseits in der Community um Rat fragen oder sich um die Lösung des Problems bemühen - und erreichen das Ziel gemeinsam und mit Hilfe von anderen.

Nach diesem Prinzip funktionieren erfolgreiche Crowd-Collaboration-Plattformen wie z.B. Wikipedia und Codecademy. Aktuelle Studien (z.B. von [Sugata Mitra](#) zeigen: Wenn sich die Rollen von Lehrer\_innen und Schüler\_innen verwischen, d.h. wenn Lernende auch Wissensvermittler\_innen werden, fördert dies die Motivation und führt zu erkennbaren Lernergebnissen.

Einen wesentlichen Beitrag im Sinne des lebenslangen Lernens wird von jenen geleistet, die ihre Wissenssammlungen und Archive für die Allgemeinheit zugänglich machen, wie es die Öffentlich Rechtlichen Rundfunkanstalten tun, die auf diese Art ihren Bildungsauftrag auch besser erfüllen können.



**Erika Hummer** ist Lehrerin an einem Wiener Gymnasium, Bundeskoordinatorin für eLSA (eLearning im Schulalltag) und voXmi (Voneinander und Miteinander Sprachen lernen), beides Projekte des bmbf und Koordinatorin von eSchools Vienna des Wiener Stadtschulrates.

Sonstige Schwerpunkte: Innovativer Unterricht mit Digitalen Medien, Individualisierung, SQA. Schulentwicklung, Mehrsprachigkeit, Migrationspädagogik, Unterricht in heterogenen Klassen



**Philipp Etzlinger** ist Gründer des Startups [uugot.it](https://uugot.it). uugot.it ermöglicht das Erlernen von Fremdsprachen während man fernsieht. Dabei übersetzt uugot.it Fernsehsendungen auch mittels crowd und macht TV-Inhalte so auch Personen zugänglich deren Muttersprache nicht mit jener des TV-Senders ident ist. uugot.it wird so auch zu einem Instrument für Migranten um sich so in der Gesellschaft besser zurecht zu finden.

# Webinare – Videokonferenzen als Bildungsformat

*David Röthler*

Webinare verbinden alle Beteiligten live per Videokonferenz. Die Gleichzeitigkeit ermöglicht Kommunikation, ähnlich jener in einem gemeinsamen Raum. Man kann sich sehen, miteinander sprechen und es können Präsentationen gezeigt werden. Daneben wird häufig noch der Text-Chat von den Teilnehmer\_innen genutzt. So können sich alle jederzeit am Geschehen im virtuellen Raum beteiligen.

Die Webinar-technik erfordert allerdings den Erwerb neuer Kompetenzen bei Lehrenden und Lernenden, denn nicht immer funktionieren Mikrofon und Webcam sofort einwandfrei und die Internetverbindung sollte für einen reibungslosen Ablauf stabil sein. Dafür funktionieren viele Webkonferenzsysteme auch mit Smartphones oder Tablets.

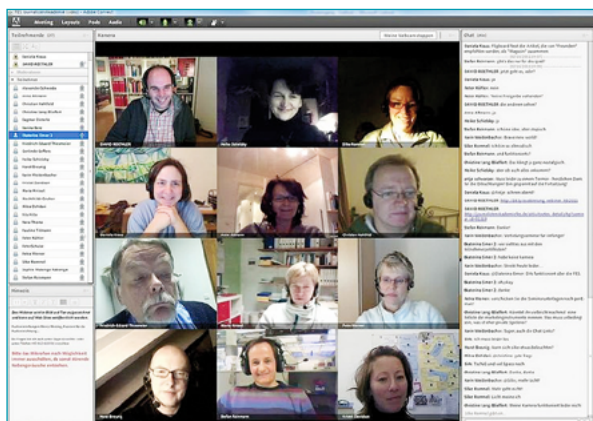
Um ein Webinar erfolgreich zu gestalten ist es wichtig, den methodischen Zugang an das technische Format anzupassen. Webinare, die nur einen Vortrag online umsetzen, sind schnell langweilig. Sie unterscheiden sich kaum von einer Videoaufzeichnung und sind daher auch nur als solche interessant, da sie zeitlich flexibel und bei Bedarf auch in Ausschnitten angesehen werden können. Spannend sind Webinare, die zur Diskussion oder zum gemeinsamen Ausprobieren auffordern. Zu den Vorteilen gehört, dass es nicht notwendig ist, sich an einem Ort zu befinden, um zeitgleich zu kommunizieren und zu arbeiten. Dadurch



können Reisekosten und Zeit gespart und die Umwelt geschont werden. Aufgrund der Ortsunabhängigkeit können auch internationale Webinare – bei Vorhandensein entsprechender Sprachkenntnisse – besucht werden. Die Webinar-technik kann auch für Teambesprechungen eingesetzt werden, wenn sich nicht alle Beteiligten am selben Ort befinden.

Webinare werden mittlerweile von zahlreichen Bildungseinrichtungen angeboten.

Es gibt verschiedene Webinarsysteme. Ein Großteil davon ist, zumindest für die Veranstalter\_innen, kostenpflichtig. Zu den kostenlosen Angeboten gehören die „Google Hangouts“ als Bestandteil des Social Networks Google+. Bis zu 10 Teilnehmer\_innen können hier in einer Videokonferenz zusammenarbeiten. Es wird z.B. von der Plattform [ununi.tv](#) verwendet, die u.a. Menschen vernetzt, die „in die Selbständigkeit durchstarten“ wollen. Ein weiteres interessantes Angebot ist [edudip.com](#). Dort können Interessierte an Webinaren zu unterschiedlichen Themen teilnehmen und auch selbst welche veranstalten.





**David Röthler** ist Webinartrainer,  
Universitätslektor, Erwachsenenbildner und Berater  
für Social Media und EU-finanzierte Projekte.

Persönliches Weblog: [david.roethler.at](http://david.roethler.at)

# Barcamps – oder wie man Veranstaltungen so produktiv wie Pausengespräche macht

*Robert Lender*

Sie gehen auf eine Veranstaltung, sind über Inhalte einiger Vorträge enttäuscht oder haben sich etwas anderes vorgestellt, finden aber die Diskussion mit anderen Teilnehmer\_innen in den Pausen anregend?

Barcamps<sup>54</sup> haben das "Gespräch mit Teilnehmenden" zum Prinzip erhoben.

## *Das Prinzip Barcamp*

Der größte Unterschied zu klassischen Formaten ist das Programm, es gibt nämlich keines. Zumindest nicht im Voraus. Es gibt ein Generalthema, einen Zeitablauf und Zeitslots in denen so genannte "Sessions" ablaufen - wenn möglich sogar ein paar nebeneinander. Zu Beginn stellen sich alle vor und wer möchte nennt ein Thema, zu dem er\_sie referieren oder eine Diskussion auf Grundlage einer Frage oder Idee führen will.

Das ergibt eine Vielzahl von Sessions, die man besuchen kann.

---

54 Verleger Tim O'Reilly lud 2003 ausgewählte Menschen zu einem Gedankenaustausch (Friends Of O'Reilly), dem FooCamp. FOO ist wie BAR ein Begriff beim Programmieren. Barcamps entstanden aus dem Wunsch solche Camps ohne Zugangsbeschränkung anzubieten.

Und das macht den Unterschied? Nicht ganz. Den macht die eigene Einstellung! Bei Barcamps nimmt niemand nur passiv teil. Alle sind eingeladen, aktiv mitzuwirken. Haben zwei Personen ähnliche Ideen, tauscht man sich aus, legt die Vorträge eventuell zusammen und hat im besten Fall einen breiteren Blick auf ein Thema. In den Sessions selbst steht neben einer etwaigen Präsentation das Fragen und Diskutieren im Mittelpunkt.

### *Die Vielfalt macht's*

Natürlich gibt es Sessions, die fadisieren, die nicht die Informationen bieten, die man erwartet. Dann gilt die "Abstimmung per Fuß": Gehen Sie einfach raus. Dafür gibt es Themen, die bei einer klassischen Veranstaltung in dieser Form nie im Programm stünden. Wenn die Zeit in einer Session nicht reicht, dann bietet sich auch der Platz um diese anderweitig fortzusetzen.

### *Wir reden miteinander*

Öffentliche Anmeldelisten, gemeinsame Vorstellungsrunden. All das dient dazu, die Teilnehmer\_innen miteinander, auch außerhalb der Sessions ins Gespräch zu bringen. Twitter und andere Onlinekanäle werden typischerweise zur weiteren Vernetzung genutzt.

### *Offenes Wissen*

Barcamps sind somit Orte, an denen Wissen offen weiter gegeben wird. Wer kann, dokumentiert<sup>55</sup> dieses auch online. Eine spannende Session ist oft nicht nur als Präsentation, sondern auch durch ergänzende Beiträge der Teilnehmer\_innen nachzulesen.

---

55 [www.barcamp.at](http://www.barcamp.at) ist DIE zentrale Plattform in Österreich für Barcamps. Termine, Präsentationen, weiterführende Links, ... ein guter Platz um einen Eindruck von der Vielfalt von Barcamps zu bekommen.

## Selbst ein Barcamp organisieren

Ein Barcamp ist auch ohne großem Aufwand und vielen Teilnehmer\_innen möglich. So gibt es z.B. firmeninterne Barcamps, bei denen allein die Mitarbeiter\_innen ihre Kenntnisse und Ideen austauschen.

Sie werden staunen, welches Wissen, welche Erfahrung und Ideen Menschen zeigen - wenn man sie einfach einmal lässt.



### Robert Lender

Ich blogge („Nur ein Blog“ [robertlender.info/blog](http://robertlender.info/blog) seit 2005), twittere (@roblen), podcaste ([s9ycamp.info](http://s9ycamp.info)) und bin immer wieder mit Projekten im Web aktiv (z.B. Blue Beanie Day). Nach rund 20 BarCamps an denen ich bisher teilgenommen bzw. mitorganisiert habe bin ich noch immer (oder gerade)

deswegen von diesem Veranstaltungsformat fasziniert und setze mich daher auch aktiv für dessen Weiterentwicklung ein.

# **Der Online-Handel boomt. So profitieren auch Kleinunternehmen davon.**

*Anita Posch*

57 % der österreichischen Bevölkerung haben 2013 im Internet Einzelhandelswaren eingekauft und dabei 5,9 Milliarden Euro ausgegeben\*. Über die Hälfte davon fließt an Handelsbetriebe im Ausland. Heimische Kleinunternehmen haben oft keinen Onlineshop, weil diese zeitaufwändig und kostenintensiv sind. Dass der Online-Handel die lokalen Geschäfte ruiniert, weil die Menschen sich beraten lassen, aber online shoppen, ist eine Mär.

Wahr ist, dass sich 53 % der Konsument\_innen zuerst im Internet informieren und dann im Geschäft kaufen\*. Das Potential für Kleinbetriebe liegt darin, den Onlineshop als Vertriebsweg und zusätzliche Marketingmaßnahme zu sehen. Es geht darum, ausführliche Produkt-Informationen zu liefern, die Beratungskompetenz darzustellen und im Netz auffindbar zu sein.

Die Kund\_innen erwarten heute von überall und immer einkaufen zu können und die Artikel entweder abzuholen oder liefern zu lassen. Ein typischer Einkauf kann so aussehen: abends vor dem TV auf dem Tablet recherchieren, im Büro auf dem PC vergleichen und auf die Wunschliste legen, in der Mittagspause auf dem Smartphone bestellen und am

Heimweg im Geschäft abholen und vor Ort bezahlen.

Die Möglichkeiten in den Online-Handel einzusteigen sind vielfältig. Für kleinere Betriebe mit wenigen Artikeln ist es ratsam, den Verkauf über eine Shoppingplattform zu beginnen. Beispielsweise über Amazon, ebay oder einen Anzeigenshop auf willhaben.<sup>56</sup>

Oder man mietet einen fix-fertigen Shop aus dem Baukasten, um Erfahrungen zu sammeln. Diese haben den Vorteil, dass man sich weder um die technische Entwicklung, noch um die Zahlungsabwicklung kümmern muss. Bei rakuten[2] ist z.B. eine Kundenhotline sowie eine Zahlungsgarantie inklusive. Dafür verlangen diese Plattformen Einrichtungsgebühren, monatliche Nutzungsgebühren und/oder verkaufsabhängige Gebühren.

Wer mit dem Ziel den Online-Handel größer zu betreiben antritt, sollte in einen eigenen Online Shop investieren. Hier bieten sich Open Source Lösungen oder kommerzielle Software mit Schnittstellen zu Warenwirtschaftssystemen an (Magento, xt:Commerce, OXID,...). Die Vorteile: unabhängig von Plattform-Anbieter\_innen, flexibel und vor allem keine Nutzungs- und Verkaufsgebühren. Der zeitliche Aufwand, die Komplexität und die nötigen Investitionen sind dabei nicht zu unterschätzen.

Der Start in den Online-Handel will gut überlegt sein. Mit den eigenen Produkten und Dienstleistungen gar nicht im Netz erreichbar zu sein, kann sich auf Dauer jedoch kein Unternehmen leisten.

### *Links:*

- > [Amazon](#)
- > [ebay](#)
- > [Rakuten](#)
- > [Dawanda](#)
- > [willhaben](#)



**DI Anita Posch** Ist seit dem Jahr 2000 im Bereich Online Business und Webentwicklung tätig. Seit 2014 leitet sie den E-Business Bereich eines Großhandelsunternehmens in der Branche Haus & Garten. Davor war sie bei der KTM-Sportmotorcycle AG für das Thema E-Commerce zuständig. Als Geschäftsführerin der Querform OG zeichnete sie für die Entwicklung von Online Marktplätzen und Shops sowie die Beratung von Unternehmen zu den Themen Content Marketing und Social Media verantwortlich.

[anitaposch.com](http://anitaposch.com)



# Kaufen und verkaufen im Internet

*Ingrid Gogl*

Das Internet ist ein beliebter Umschlagplatz von Produkten und Services. Auf Plattformen wie ebay, amazon, willhaben oder mobilen Apps wie Shpock kann man gemütlich auf der Couch durch das Angebot surfen und sowohl bei Privaten als auch bei gewerblichen Anbieter\_innen Schuhe, Schmuck, Software oder gar Immobilien erwerben. Genauso kann man Verkaufsplattformen nutzen um sich von Dingen zu trennen und so die Urlaubskasse ein wenig aufzubessern.

Um das Shopping Erlebnis möglichst angenehm zu gestalten gibt es einige Punkte, die beachtet werden sollten - denn nicht alle Shops und Verkäufer\_innen sind seriös. Hier ein paar Tipps fürs entspannte Kaufen und Verkaufen:

### *Worauf Käufer\_innen achten sollten: Shop/die Plattform*

Ein seriöser Online-Shop, oder eine seriöse Verkaufsplattform verfügt jedenfalls über ein Impressum. Darin steht der Name und die Adresse des Unternehmens, das den Shop/die Plattform betreibt, eine Kontaktmöglichkeit (Telefon/E-Mail) usw.

Zusätzlich verfügen einige Shops auch über Gütesiegel. Das E-Commerce-Gütezeichen zeichnet in Österreich Shops aus, die

besonders sicher sind (z.B.: Datenschutz, Preisauszeichnung, Lieferzeiten etc.).

- > Kriterien für das Österreichische **E-Commerce-Gütezeichen**<sup>57</sup>
- > Übersicht über **Gütezeichen in Europa (Euro Label)**<sup>58</sup>

Immer wieder sind leider auch Webseiten und Online-Shops im Umlauf, die mit verlockenden Angeboten werben und sich dann als versteckte Abo-Fallen oder Abzocke-Seiten entpuppen. Eine gute Übersicht über Shops, die man jedenfalls meiden sollte, findet man auf der „**Watchlist Internet**“ des Internet Obmudsmanns: [watchlist-internet.at](http://watchlist-internet.at).

### *Verkäufer\_in*

Bei Verkaufsplattformen wie zum Beispiel ebay oder amazon können die Verkäufer\_innen bewertet werden. Lesen Sie sich diese Bewertungen durch (vor allem was genau gelobt oder bemängelt wird) und lernen Sie aus den Erfahrungen anderer. **Aber Vorsicht:** negative und positive Bewertungen können falsch sein. Bei Fragen können die Verkäufer\_innen meist kontaktiert werden.

### *Produktbeschreibung:*

Auf die Beschreibung des Produkts achten und die Anzeige genau durchlesen. Eine detaillierte Anzeige mit Bildern ist in den meisten Fällen seriöser und authentischer als ein Zweizeiler ohne Bild. Ebenso gilt es darauf zu achten, ob der Anzeigentext offensichtlich mit einem Übersetzungsprogramm (z.B. Google Translate) verfasst wurde – hier gilt es vorsichtig zu sein.

---

57 <https://www.guetezeichen.at/unternehmen/kriterien.html>

58 <http://www.euro-label.com/de>

## Übergabe/Bezahlung:

Bei Verkäufer\_innen aus dem Ausland gilt es besonders auf sichere Zahlungs- und Versandoptionen zu achten. Plattformen wie amazon oder ebay organisieren die Bezahlung meist direkt über die Plattform. Bei willhaben wird die Übergabe und Bezahlung mit den Verkäufer\_innen direkt vereinbart. Telefonieren Sie lieber erst mal, bevor Sie eine Auslandsüberweisung tätigen (von Western Union oder Schecks ist in diesen Fällen eher abzuraten). Lassen Sie sich die Verkaufsadresse geben, auch wenn die Ware z.B. persönlich geliefert wird. Es gilt: Vorsicht ist besser als Nachsicht. Im Idealfall kommt es zu einer persönlichen Übergabe, bei der die Ware begutachtet und persönlich bezahlt und mitgenommen wird.

## Kaufe ich bei privaten oder gewerblichen Anbieter\_innen?

Es macht jedenfalls einen Unterschied, ob man von einer Privatperson oder einem Unternehmen/gewerblichen Anbieter\_innen etwas kauft. Kauft man bei einem Unternehmen, so besteht das gesetzliche Rücktrittsrecht (14 Tage ab Eingang der Ware), sowie die Gewährleistungspflicht. Sollte die gekaufte Ware einen Mangel aufweisen, der schon beim Kauf bestand, haben Konsument\_innen das Recht auf Gewährleistung (Preisminderung, Reparatur oder Umtausch). Wird der Mangel innerhalb von **6 Monaten** erkannt, müssten die Verkäufer\_innen beweisen, dass der Mangel bei der Übergabe noch nicht bestand. Wird der Mangel erst nach der Frist von 6 Monaten erkannt, muss selbst nachgewiesen werden, dass der Mangel zum Zeitpunkt der Übergabe bereits vorhanden war.

**Wichtig:** gewerbliche Anbieter\_innen können auch über Plattformen wie ebay oder willhaben verkaufen! Manchmal weisen sich Shops

nicht als gewerbliche Anbieter\_innen aus. Genau auf die Namen der Verkäufer\_innen achten: wenn z.B. der „Elektro Shop XY“ über willhaben Geräte anbietet, die vielleicht sogar im Shop abzuholen sind, liegt jedenfalls ein Geschäft zwischen Konsument\_in und Unternehmen vor.

Auch bei Privatverkäufen besteht grundsätzlich das Recht auf Gewährleistung . Außer die Verkäufer\_innen schließen dies im Text mit Sätzen wie „Es handelt sich um einen Privatverkauf. Gewährleistung und Rücktritt werden ausgeschlossen“ im Anzeigentext, dezidiert aus.

**Aber:** Auch wenn die Gewährleistung ausgeschlossen wurde, gilt bei Privatverkäufen: Die Ware muss der Beschreibung entsprechen. Steht also in der Anzeige „neu/ungebraucht, keine Kratzer, etc.“ - so muss das auch stimmen.

### *Was tun wenn ich mein Recht in Anspruch nehmen will?*

Sollte es einmal Schwierigkeiten beim Online-Shopping geben und Verkäufer\_innen nicht (mehr) verfügbar oder nicht kooperativ sein, kann man sich an folgende Stellen wenden:

- > **Internet-Obmudsmann**<sup>59</sup>
- > **Konsument\_innenschutzabteilung der Arbeiterkammer**<sup>60</sup>
- > erste rechtsanwaltliche Auskunft, **kostenlose Rechtsberatung der Rechtsanwaltskammer**<sup>61</sup>

### *Worauf Verkäufer\_inen achten sollten:*

- > Ware akkurat beschreiben und Fotos einstellen
- > Kontaktdaten angeben (Telefon/E-Mail)

---

59 <http://www.ombudsmann.at>

60 <https://wien.arbeiterkammer.at/ueberuns/kontakt/konsumentenschutz/Konsumentenschutz.html>

61 <http://www.rakwien.at/?seite=klienten&bereich=auskunft>

- > gegebenenfalls Gewährleistung ausschließen (geht nur bei Verkauf von Privat an Privat)
- > sichere Versandoptionen angeben (z.B. Paketdienste mit Versicherung der Ware,...) und in der Anzeige angeben, dass Lieferung möglich ist. Die Versandkosten kann man den Käufer\_innen auf den Kaufpreis aufschlagen – in der Anzeige ausweisen!
- > **Beim eigenen Webshop:**  
Informationen zum Rücktritt, AGBs etc. angeben;  
Bestellungen immer noch einmal schriftlich bestätigen .

## *Happy Online-Shopping!*



**Ingrid Gogl** ist Social Media Beraterin bei der Agentur **datenwerk** und konzipiert Online-Kampagnen und digitale Strategien und beschäftigt sich mit dem Themengebiet "Internet und Recht". Ingrid bloggt privat auf **eskarina.at** und ist als Web-Heavy-Userin natürlich auch Katzenfan.

# Meins, deins, unseres - Nutzen für alle durch digitale Gemeingüter

Stefan Pawel

Für all die Wege und Methoden des „Neuen Arbeitens“, wie sie in den bisherigen Texten beschrieben wurden, braucht es eine Basis und dies sind immaterielle Güter, wie digitale Programme, Bilder, Texte, Videos, Daten und Informationen. Ohne die schnelle Übertragung und gemeinsame Nutzung dieser digitalen Güter wäre das „Neue Arbeiten“ nicht möglich. Digital verfügbare Artefakte sind für die vernetzte Informations- und Wissensgesellschaft von grundlegender Bedeutung und in ihrer Gesamtheit ebenso wichtig und wertvoll wie materielle Güter.<sup>62</sup> Ihnen liegt der Gedanke zu Grunde, dass digitale Güter und Artefakte ihre Macht erst durch teilen, gemeinsame Weiterentwicklung und Diskussion entfalten können.

Dabei haben diese digitalen Güter einen großen Vorteil: Der Konsum der Güter ist nicht rival. Das heißt, wenn ich ein Foto auf einer Homepage anschau, können zigtausende andere User das gleichzeitig auch. Bei einem analogen Bild ist das nicht möglich.

*„SchöpferInnen sollen die Freiheit haben, selbst zu bestimmen, welche Freiheiten mit ihren kreativen Werken verbunden sein sollen.“*

Lawrence Lessig<sup>63</sup>

---

62 Studie Open-Commons-Region Linz (2010)

63 Freiheit vor Ort (2011)

Ein zweiter wesentlicher Aspekt ist die Frage der Nutzung und Verwertung von digitalen Gütern. Nur weil ein Foto auf einer Homepage steht, darf man es aufgrund des UrheberInnenrechts noch lange nicht einfach so weiterverwenden. Die Eigentümer\_innen können aber bestimmte offene Lizenzen wie Creative Commons (CC) verwenden und damit anderen Nutzer\_innen bestimmte Nutzungsrechte erlauben. Freie Nutzung bedeutet, dass andere Personen das Artefakt unter festgelegten Bedingungen bearbeiten, vervielfältigen und verbreiten können, ohne Entgelt für die Nutzungsrechte zahlen zu müssen. Zur Bezeichnung von digitalen Artefakten mit diesen Eigenschaften werden die Begriffe digitale Gemeingüter, Digital Commons und Open Commons verwendet.<sup>64,65</sup>

Zahlreiche Plattformen wie YouTube oder Flickr bieten die Möglichkeit eigene Videos und Bilder unter einer CC-Lizenz zu veröffentlichen. Bei eigenen Texten oder der Homepage kann man selbst einen Verweis auf die Lizenz hinzufügen. Damit kann man nach außen klar kommunizieren, wie die digitalen Artefakte verwendet werden dürfen. Und wenn man selbst ein fremdes Foto für die eigene Homepage verwenden möchte, geben diese Lizenzen ebenfalls Rechtssicherheit.

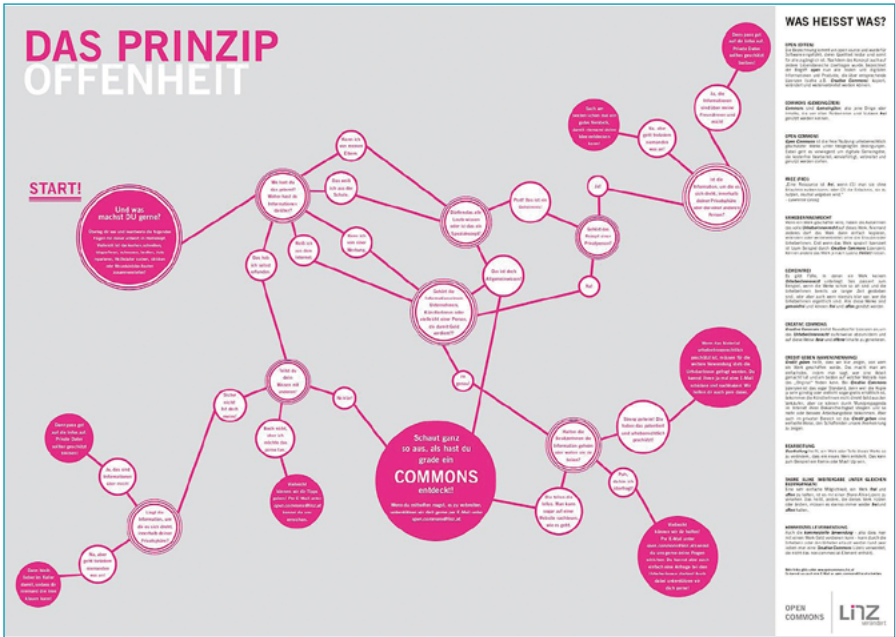
### *Links:*

- > Open Commons entdecken: [opencommons.public1.linz.at/commons-entdecken](https://opencommons.public1.linz.at/commons-entdecken)
- > Freiheit vor Ort - Handbuch kommunaler Netzpolitik: [freienetze.at/freiheit-vor-ort-handbuch-kommunale-netzpolitik](https://freienetze.at/freiheit-vor-ort-handbuch-kommunale-netzpolitik)
- > Studie Open-Commons-Region Linz: [linz.at/leben/55472.asp](https://linz.at/leben/55472.asp)

---

64 Studie Open-Commons-Region Linz (2010)

65 [onlinecreation.info/digital-commons](https://onlinecreation.info/digital-commons)



Abbildung<sup>66</sup>



**Stefan Pawel**, Projektleiter der OPEN COMMONS LINZ (Stadt Linz), sammelte Erfahrungen im Projektmanagement von Web-Projekten, im Marketing und im Vertrieb. Autor zu den Themen Digitale Stadt, Open Government, Web Science.



# Shareconomy – Haben oder Sein?

*Manfred Bruckner*

80 % der produzierten Produkte sind Einwegprodukte, 99 % aller produzierten Produkte landen nach sechs Monaten auf dem Müll (Kurt Matzler, Univ. Innsbruck). Was zuerst mal schockierend klingt, ist Ausdruck einer ökonomischen Logik. Was einst als Befreiung gefeiert wurde, entwickelte sich zum Fluch: **Throw Away Living**.

Eine Logik, die zwangsweise zu den schockierenden Bildern von verendeten Wasservögeln und Fischen, deren Körper mit Plastikmüll vollgestopft sind (Great Pacific garbage patch), führen muss. Die durchschnittliche Bohrmaschine wird in ihrem gesamten Produktleben 13 Minuten genutzt (brand eins), der durchschnittliche PKW steht 95 % seiner Zeit unbenutzt in der Gegend herum, 80 % der Produkte, die wir besitzen, benutzen wir weniger als einmal pro Monat (Botsman & Rogers). Das heißt: Es wird auf Halde konsumiert. Weshalb Anbieter\_innen von Lagerräumlichkeiten sich die Hände reiben. Self-Storage ist in den USA der am schnellsten wachsende Sektor im Gewerbeimmobilienbereich.

2012 wurde Seoul zur Sharing City erklärt. Das Motto der Cebit 2013 lautete Shareconomy - Tauschen und Teilen wird als Gegenbewegung zu Überproduktions- und Wegwerfkultur installiert. Entsprechend versehen mit Wohlfühl-Utopie (Evgeny Mozorov) und Ressourcenschongerede. Mittels der Infrastruktur Internet (Amir Kassaei) wird aus den Bemühungen um Nachhaltigkeit Shareconomy.

Die dritte Phase des Kapitalismus (Shoshana Zuboff) hebelt bestehende Marktregularien aus und etabliert in rauschhafter Geschwindigkeit neue Geschäftsmodelle, indem bisher ungenutzte Ressourcen einbezogen werden.

- > Ich habe ein Auto, also bin ich Taxi (Uber). Eine App vermittelt Privatfahrer\_innen und -wagen an Personen, 20 % des Fahrpreises bleiben bei Uber. Keine Nebenkosten wie etwa Steuern oder Gewerbebeschein.
- > Ich habe ein freies Zimmer, also bin ich Hotel (Airbnb). Via Internet oder App können Privatpersonen eine Unterkunft anbieten, 10-15 % des Preises behält Airbnb ein. Keine Nebenkosten.

Das heißt, zuallererst muss ich etwas haben, um zu sein. Und dieses etwas wird mittels digitaler Infrastruktur zum Marktfaktor - die konsequente Fortsetzung der Ökonomisierung aller Lebensbereiche, Neoliberalismus auf Steroide (Mozorov). Die bestehende Sharingkultur, die mittels Steuern für Umverteilungen und Verteilungsgerechtigkeit sorgte, bleibt dabei auf der Strecke.

Nach Home Office und Erreichbarkeitsfuror wird nun die Freizeit und das Private vermarktet. Es ist ein Kapitalismus des Zugriffs (Wolf Lotter), der den Long Tail für die totale Dienstleistungsgesellschaft aufbereitet. Und es sollte allen klar sein: Am Ende ist auch Teilen ein Geschäft und der von Erich Fromm postulierte Gegensatz zwischen Haben und Sein erfährt seine Erlösung in der **Shareconomy**.



**Manfred Bruckner** ist Online Redakteur und Blogger ([manfredbruckner.blogspot.co.at/](http://manfredbruckner.blogspot.co.at/)), Studium Germanistik und Physik

# **“Schick mir Geld” – bezahlen und verrechnen mit Paypal**

*Michael Hafner*

Online sind wir auch beim Bezahlen ein Stück gleicher: Digitale Zahlungslösungen ermöglichen nicht nur das Bezahlen von Einkäufen, sondern auch das Empfangen von Zahlungen - ohne Kontodaten und andere sensible Informationen veröffentlichen zu müssen.

Weltweiter Platzhirsch auf dem Markt der digitalen Zahlungsanbieter ist Paypal. Die Plattform ist ein Vermittler zwischen Käufer\_innen und Verkäufer\_innen. Konto- oder Kreditkartendaten müssen nur einmal während der Registrierung bei Paypal bekanntgegeben werden und werden nicht zwischen den User\_innen ausgetauscht. Zahlungen werden sofort gebucht - der Zahlungslauf, der bei internationalen Überweisungen schon mal einige Tage dauern kann, entfällt.

### *Paypal für Käufer\_innen*

Sie legen einen Paypal-Account an. Dann können Sie entscheiden, ob Sie Ihre Zahlungen über Ihre Kreditkarte abwickeln möchten, oder ob Sie lieber Geldbeträge von Ihrem Bankkonto auf Ihr Paypal-Konto überweisen und dieses dann wie eine Prepaid-Karte nutzen.

Im ersten Fall belastet Paypal Ihre Kreditkarte, im zweiten Fall haben Sie nur den Betrag zur Verfügung, den Sie auf Ihrem Paypal-Konto deponiert haben.

Wenn Sie etwas kaufen, klicken Sie im Shop auf „Zahlen mit Paypal“, dann werden Sie zur Paypal-Seite weitergeleitet. Dort melden Sie sich mit Benutzer\_innennamen und Passwort an, überprüfen die Details der Zahlung und bestätigen sie. Die Verkäufer\_innen erhalten keine Daten von Ihnen (außer der Lieferadresse). Für Käufer\_innen ist Paypal kostenlos.

### *Paypal für Verkäufer\_innen*

Mit den gleichen Daten können Sie Zahlungen empfangen. „Jetzt zahlen“-Buttons oder einfache Warenkörbe können per Copy & Paste ohne Programmier-Knowhow in die eigene Webseite eingebunden werden. Paypal-User\_innen können einander auch direkt über die Email-Adresse Geld senden.

Zahlungen landen auf Ihrem Paypal-Konto. Die Beträge können Sie für Ihre eigenen Einkäufe nutzen (dann wird die Kreditkarte erst wieder belastet, wenn das Guthaben aufgebraucht ist), oder auf Ihr Bankkonto überweisen.

Von Verkäufer\_innen hebt Paypal Gebühren ein: Von jedem Betrag, der auf Ihrem Konto eingezahlt wird, zieht Paypal 3,4 % und 35 Cent ab (von 100 € kommen auf Ihrem Konto also nur 96,25 € an).

### *Phishing - Vorsicht mit den Daten*

Paypal-Accounts sind beliebte Ziele von Phishing-Attacken. Wenn Sie Mails bekommen, die Sie auffordern, Ihre Paypal-Daten zu aktualisieren oder sich auf fremden Seiten mit Ihren Paypal-Daten anzumelden, sind das Betrugsversuche. Benutzen Sie Ihre Anmeldedaten immer nur auf den Paypal-Seiten.

## Links

Paypal und andere Micropaymentanbieter\_innen

- > [paypal.at](https://www.paypal.at)
- > [allopass.com](https://www.allopass.com)
- > [clickandbuy.com](https://www.clickandbuy.com)

Soziale Payment- und Spendendienste

- > [flattr.com](https://www.flattr.com)
- > [kachingle.com](https://www.kachingle.com)



**Michael Hafner** entwickelt Medienkonzepte und Strategien für interne und externe Kommunikation.

[digitale-strategie.at](https://www.digitale-strategie.at)

*Photo: Karin Janig*

# Digitale Währungen – Trend oder Gefahrenquelle?

*Iwona Wisniewska*

Digitale oder virtuelle Währungen sind im Gegensatz zu echten Währungen nur online verfügbar und haben keinerlei Einfluss auf echte Währungen wie den Euro oder den Dollar. Am häufigsten kommen diese Währungen als sogenanntes Kryptogeld vor, werden privat geschöpft und dienen als weltweites Zahlungsmittel, das allerdings selten in der echten Welt Abnehmer\_innen findet.

### *Die bekannteste digitale Währung: BITCOIN*

Entwickelt wurde Bitcoin bereits vor einigen Jahren. Den genauen Schöpfer kennt man nicht, man nimmt aber an, dass es sich um den Japaner Satoshi Nakamoto handelt. Die "Überweisung" des Geldes wird über eine direkte Peer-to-peer-Verbindung zwischen zwei Teilnehmer\_innen getätigt. Das Geld wird in einem Netzwerk "geschöpft" und verschlüsselt, ist aber an Hardware gebunden. Das heißt: Wer mit seinem Computer in einem Netzwerk in Verbindung mit anderen Teilnehmer\_innen Bitcoins durch sogenanntes Mining erzeugt, verfügt über das Geld nur auf diesem einen Computer mit dieser einen Festplatte oder SSD - solange er sie nicht auf andere Hardware überträgt. Beim Mining löst der Computer kryptografische Aufgaben, was aber auch bedeutet, dass rechenstarke Maschinen mehr und schneller Bitcoins schöpfen können. Der Bestand an Bitcoins wurde bereits aus"geschöpft", das heißt, Mining ist aktuell nicht mehr

möglich, der Handel mit Bitcoins allerdings sehr wohl. Bitcoins können an diversen Handelsplätzen gegen Euro oder Dollar zu tagesaktuellen Kursen kaufen und verkaufen. Einer dieser Handelsplätze ist zum Beispiel [bitcoin.de](https://bitcoin.de)

Bitcoin ist in den letzten Jahren zwar einerseits als alternatives Zahlungsmittel gelobt, andererseits aber als solches verflucht worden. Der Grund dafür ist, dass das Geschäft mit Bitcoins hochspekulativ ist und Bitcoin-Besitzer\_innen innerhalb weniger Sekunden ihr gesamtes Vermögen verlieren können. Zudem gab es bereits Fälle von Bitcoin-Börsen, die mit dem Geld der Anleger\_innen einfach "verschwunden" sind, da sie keinerlei Regulierung unterliegen. Positiv hervorzuheben ist, dass Bitcoin ein relativ fälschungssicheres Zahlungsmittel ist.



**Iwona Wisniewska** ist Bloggerin und Journalistin aus Wien und beschäftigt sich mit dem Web seit ihrer Jugendzeit und ist immer wieder in Projekte rund um Technik und Internet involviert.



# Vertrag per SMS – die Handysignatur

*Michael Hafner*

Eines gleich vorweg: Mir ist noch keine wirklich einfache eGovernment-Anwendung begegnet. Wenn Sie sich einmal mit Behördenseiten beschäftigt haben und Ihnen leicht schwindlig geworden sind - Sie sind nicht allein, und das ist kein Grund, gleich aufzugeben.

Auch zur Handy-Signatur kommen Sie nicht ganz einfach. Aber wenn Sie sie einmal haben, ist sie ein praktischer digitaler Ausweis, für den Sie nichts weiter als einen Internetanschluss und Ihr Handy brauchen.

Mit der Handysignatur können Sie verschiedene Services nutzen (Bsp. Sozialversicherung), in Finanzonline einsteigen oder Ihr Pensionskonto einsehen. In Wien können Sie etwa auch das Parkpickerl per Handysignatur bestellen. Eine vollständige Übersicht über die Nutzungsmöglichkeiten finden Sie auf [buergerkarte.at](https://www.buergerkarte.at).

Unternehmer\_innen brauchen die Handysignatur auch für die Beteiligung an digitalen Ausschreibungen, sie gilt als rechtsgültige Unterschrift.

### *Wie komme ich zur Handysignatur?*

Auf [buergerkarte.at](https://www.buergerkarte.at) sind verschiedene Wege zur Anmeldung beschrieben. Die Signatur kann online bestellt werden, die meisten Online-Bestellungen setzen aber bestehende Accounts (z.B. in

Finanzonline) voraus. Die Zugangsdaten werden dann per Post verschickt - das dauert also einige Tage.

Der einfachste Weg geht über die Registrierungsstellen. Dazu müssen Sie zwar mit Antragsformular, Ausweis und Handy außer Haus, können aber alles in einem Schritt sofort erledigen.

Registrierungsstellen sind in Wien die Bezirksämter, in den Bundesländern die Bezirkshauptmannschaften und manche Gemeinden. Es gibt auch private Registrierungsstellen; eine Übersicht über die Registrierungsstellen finden Sie auf der [buergerkarte.at](https://www.buergerkarte.at).

### *Wie wird signiert?*

Um eine Handysignatur zu erstellen, brauchen Sie Ihr Handy und das Passwort, das Sie bei der Aktivierung ausgewählt haben.

Zuerst geben Sie Ihre Handynummer und das Signatur-Passwort auf der Webseite, auf der sie die Signatur erstellen wollen bei der angezeigten Stelle ein. Dann erhalten Sie ein SMS, das zwei zufällig erzeugte Zeichenreihen enthält. Die erste ist der sogenannte Vergleichswert. Dieser wird jetzt auch auf der Webseite angezeigt. Der Vergleichswert dient der zusätzlichen Absicherung - damit können Sie auch ganz sicher gehen, dass sie die richtige Seite signieren. Die zweite Zeichenreihe ist der sogenannte TAN (Transaktion Authentication Number), ein einmaliges, nur fünf Minuten lang gültiges Passwort, das sie jetzt auf der Webseite zum Abschliessen ihrer Signatur eingeben und abschicken können.

Auf [buergerkarte.at](https://www.buergerkarte.at) können Sie Ihre neue Signatur dann auch gleich testen.

### *Links:*

- > [handysignatur.at](https://handysignatur.at)
- > [buergerkarte.at](https://buergerkarte.at)
- > [help.gv.at](https://help.gv.at) - Alles über digitale Amtswege
- > [online-kundigen.at](https://online-kundigen.at) - Von der Zeitschriftenabokündigung bis zum Kirchenaustritt - über 1.200 Möglichkeiten, die Handysignatur aus-zuprobieren.



**Michael Hafner** entwickelt Medienkonzepte und Strategien für interne und externe Kommunikation.

[digitale-strategie.at](https://digitale-strategie.at)

*Photo: Karin Janig*

## Rechtsinformation

*Stefan Szücs*

Die 1997 gegründete und vom Bundeskanzleramt betriebene behördenübergreifende Plattform [HELP.gv.at](https://www.help.gv.at) versteht sich als Drehscheibe zwischen Behörden und Bürger\_innen, die nützliche Informationen über Behördenzuständigkeiten und Amtswege zur Verfügung stellt. Seit 2001 bietet sie auch die Möglichkeit, Verwaltungsverfahren elektronisch über einen Online-Amtsweg abzuwickeln.

Die Plattform ist dabei nach über 180 „Lebenssituationen“ („Geburt“, „Führerschein“, „Pension“ usw.) strukturiert, die sich in verschiedene Subkategorien weiter verzweigen (z. B. „Familie und Partnerschaft“ – „Heirat“ – „Anmeldung zur Eheschließung“). Mittels Suchfeld ist es möglich, gezielt nach bestimmten amtlichen Begriffen, Behörden oder Formularen zu suchen.

[HELP.gv.at](https://www.help.gv.at) informiert über zentrale Eckdaten des jeweiligen Verwaltungsverfahrens (z. B. Voraussetzungen, Ablauf, Fristen, Kosten usw.) sowie über die im Einzelfall zuständige Behörde und stellt dabei zum Teil auch relevante Formulare für das Verfahren selbst zur Verfügung oder verlinkt auf Seiten der Behörde. Für die im Einzelfall relevanten Rechtsgrundlagen bietet [HELP.gv.at](https://www.help.gv.at) Links zum jeweiligen Gesetzestext im RIS (s. u.) an.

Seit 2004 (Inkrafttreten des E-Government-Gesetzes) ist für die Erledigung von Amtswegen auch die Bürgerkarte (Chipkarte oder Handy-Signatur) verwendbar, wodurch Anträge elektronisch signiert werden können und in einzelnen Fällen Amtswege mittels Web-Formular zur Gänze online erledigt werden können.

Nicht zuletzt durch den kontinuierlichen Ausbau des Informations- und Serviceangebots von [HELP.gv.at](https://www.help.gv.at) haben sich die Zugriffszahlen seit der Gründung mehr als versechzigfacht (1.279.087 Visits im Juni 2014).

Das Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS – [ris.bka.gv.at](https://www.ris.bka.gv.at)) wird ebenfalls seit 1997 vom Bundeskanzleramt betrieben und erlaubt über verschiedene Anwendungen Abfragen zu bundes-, landes- und zum Teil auch gemeinderechtlichen Normen, ausgewählten Erlässen der Bundesministerien, zur Judikatur von obersten Rechtsprechungsinstanzen (VfGH, VwGH, OGH) sowie weiterer Spruchkörper (z. B. Datenschutzbehörde). Die Rubrik EU-Recht verlinkt auf die Datenbank EUR-lex ([eur-lex.europa.eu](https://eur-lex.europa.eu)) der Europäischen Union, die einen Zugriff auf das Amtsblatt der Europäischen Union, EU-Recht und EU-Rechtsprechung gewährt.

Das RIS enthält nicht nur das gesamte geltende österreichische Bundes- und Landesrecht in konsolidierter Fassung, sondern etwa auch das Bundesgesetzblatt, seit 2004 sogar in authentischer, d. h. rechtlich verbindlicher Fassung. Damit ist das RIS offizielles Kundmachungsorgan für das Bundesgesetzblatt (in der elektronisch signierten Fassung) und gewährleistet einen einfachen elektronischen Zugang zum Recht. Für Personen, die von Berufs wegen mit rechtlichen Fragen zu tun haben, stellt das RIS ein unverzichtbares Instrument ihrer Arbeit dar.

Im Jahr 2014 gab es über eine Milliarde Zugriffe auf Dokumente im RIS. Der hohe Anteil (ca. 85 %), der dabei auf die Anwendung „Bundesrecht konsolidiert“ fällt, macht deutlich, dass es längst nicht nur aktive Rechtsanwender sind, die das RIS verwenden, sondern auch Personen ohne einschlägige juristische Ausbildung diesen Zugang zum Recht nutzen.



**Stefan Szücs**, Jurist und freier Publizist, Studium der Rechts-, Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaften, assoziierter Referent am Public Social Responsibility Institut, Wien.

## E-Banking

Gernot Reichert

*„Mit unserem eBanking per Internet können Sie Ihre Bankgeschäfte einfach und bequem rund um die Uhr abwickeln. Mit einem Höchstmaß an Sicherheit und Flexibilität.“*

...schreibt die BAWAG-Bank auf Ihrer Webseite. E-Banking ist der Oberbegriff für zeitunabhängiges Durchführen von Bankgeschäften. Doch bevor diese Flexibilität nutzbar ist, ist Vorarbeit zu leisten.

### Kontoarten

Zuerst wird eine Bank mit E-Banking Service ausgewählt. Es gibt: Bank mit Filiale und Onlinebank. Bei ersteren ist eine Anmeldung vor Ort beim Schalter notwendig. Die Onlinezugangsdaten werden im Anschluss per Post zugesandt. Bei Onlinebanken verläuft die ganze Anmeldung online. Einzige Ausnahme ist die Bestätigung der eigenen Person mit einer Kopie eines amtlichen Lichtbildausweises. Danach werden die Login Daten ebenfalls per Post zugesandt.

### E-Banking

Nun ist jederzeit eine Abwicklung der Bankgeschäfte möglich. Der Sammelbegriff E-Banking meint:

- > Lastschriften/Überweisungen
- > Onlinebanking auch Homebanking genannt

- > Telefonbanking
- > Kartengestütztes Bezahlen auch Electronic Cash genannt

Oft wird E-Banking im Zusammenhang mit Onlinebanking genannt. Da im Internet die größte Zahlungsfreiheit herrscht und alle Kontoinformationen auf der Webseite oder App der Bank vorhanden sind.

### *Webseite vs. App*

Beide Anwendungen unterscheiden sich nur im Design. Sie besitzen die gleichen Funktionen. Manche Apps (z.B. Erste Bank, Bank Austria) besitzen noch zusätzlich einen QR-Scanner für SEPA Zahlscheine. (SEPA=Singe Euro Payments Area, ein europaweit gültiger Zahlschein der mittels IBAN und BIC Code funktioniert). Zusätzliche Zugangsdaten sind nicht erforderlich. Auf der Webseite der Bank ist eine Vielzahl von Zahlungsarten und Informationen auswählbar.

### *TAN Code*

Dieser Code dient zur Bestätigung von Bankgeschäften. Diese TAN Liste dient zur Sicherheit. Nur Personen mit diesem Code können Bankanweisungen durchführen. Der Sicherheitsschlüssel wird gesondert von den Login Daten zugesendet. Dieser Brief beinhaltet eine Vielzahl von Codes, da jede Bankanweisung einen eigenen Bestätigungsschlüssel benötigt.

### *TAN am Handy*

Wer nicht immer den TAN-Zettel verwenden möchte, beantragt einmalig online die SMS-TAN oder Mobile-TAN Funktion. Durch die Eingabe seiner Handynummer und deren Bestätigung mit einem TAN Code können nun jederzeit und überall Zahlungsanweisungen durchgeführt werden.





**Ing. Gernot Reichert**, Bakk.,  
29, studiert Publizistik und  
Kommunikationswissenschaften an der  
Universität Wien, Masterstudiengang

Facebook: [facebook.com/r.gernot](https://facebook.com/r.gernot)

# Von Amtswegen digital – Amtsgeschäfte online erledigen

*Carola Unterberger*

Hie und da gibt es sie noch, die alte Amtsstube. Draußen zieht man einen Zettel und wartet geduldig, bis man aufgerufen wird. Es sind Relikte eines Verwaltungsapparats, die einem unweigerlich ein Schmunzeln entlocken, denn selbst in der kleinsten Landgemeinde hat mittlerweile das Konzept der Bürgerservicestelle gegriffen. Diese setzt auf eine schlanke Struktur, Transparenz und vor allem auf eine möglichst breite Einbindung von Serviceleistungen, die über das Internet angeboten werden. So können heute mit der mobilen App „**Bürgermeldungen**“<sup>67</sup> Mitteilungen, wie z.B. der Bedarf nach einer lokalen Schneeräumung, direkt ans Amt gemacht, frei zugängliche Daten der Verwaltung (z.B. **Karteninformationen**<sup>68</sup>) genutzt oder Entscheidungen in der Gemeinde mitbestimmt werden.

Zu Beginn der europaweiten eGovernment und Open Government Entwicklung standen und stehen wesentliche Befürchtungen hinsichtlich Datenschutz und der Rechtsgültigkeit formaler Akte. Zudem wurde die undurchschaubare Struktur der Online-Angebote bemängelt. 2005 wurde daher die Plattform **Digitales Österreich**<sup>69</sup> gegründet. Parallel musste der rechtliche Rahmen geschaffen werden – vom

---

67 <http://www.buergermeldungen.com>

68 <http://www.doris.ooe.gv.at>

69 <http://www.digitales.oesterreich.gv.at>

**E-Government Gesetz**<sup>70</sup> bis hin zum **Signatur**<sup>71</sup>- und **Zustellgesetz**<sup>72</sup>.

Innerhalb der Verwaltung wurde eine Reorganisation von Arbeitsabläufen und Kommunikationswegen erforderlich. Mit Einführung des elektronischen Akts war es erstmals möglich, die Aktenverwaltung vollelektronisch umzusetzen. Ab Ende 2014 steht neben dem Zentralen Melderegister erstmals ein Zentrales Personenstandsregister und ein Staatsbürgerschaftsregister zur Verfügung. Änderungen der persönlichen Daten können somit bei jeder beliebigen Gemeinde durchgeführt werden.

Mit der Einführung von Bürgerkarte und digitaler Handysignatur konnte eine wesentliche Hürde hinsichtlich der Authentifizierung, d.h. einer absoluten Eindeutigkeit der Nutzer\_innen genommen werden. Der Weg zu diesem digitalen Personalausweis ist mittlerweile kurz – die Möglichkeiten der **Nutzung**<sup>73</sup> sind vielfältig. Meldezettel u.v.m. können zuhause ausgedruckt, eine Rechnung an den Bund elektronisch gestellt, Förderungen online beantragt werden.

Die digitale Kommunikation zwischen Behörden und Bürger\_innen stellte ebenso ein zentrales Problem dar. Die herkömmliche E-Mail ist für den Versand sensibler Dokumente nicht geeignet, da sie zentralen Grundsätzen des Datenschutzes entgegensteht. Mit Einführung der behördlichen **E-Zustellung**<sup>74</sup> 2008 eröffnete sich erstmals eine Alternative zum teuren RSa-Brief. Ein Blick nach Dänemark,

---

70 <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20003230>

71 <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10003685>

72 <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10005522>

73 <http://www.buergerkarte.at/anwendungen-karte.html>

74 <http://www.bka.gv.at/site/4633/default.aspx>

Skandinavien und Finnland zeigt, dass im Norden Europas bereits über 85 % der Bevölkerung die E-Zustellung nutzt.



**Carola Unterberger** verantwortet als Chief Marketing Officer den Marketing- und Kommunikationsbereich des österreichischen E-Zustellungs-Pioniers [Postserver.at](https://www.postserver.at) und fungiert als Schnittstelle zu den Zielgruppen Behörden, Gemeinden und Unternehmen. Erste berufliche Stationen der Salzburgerin waren Ars Electronica und das Offene Kulturhaus Oberösterreich. Zuletzt war sie in der Gemeindekommunikation tätig. Die kritische Auseinandersetzung mit den digitalen Medien begleitet sie sowohl in künstlerischen als auch philosophischen Diskursen.

# Anonym im Internet unterwegs

*Iwona Wisniewska*

Beim Surfen im Internet und dem Nutzen von Diensten, die eine Internetverbindung verlangen, hinterlassen Nutzer\_innen viele Spuren. Diese Spuren können verfolgt werden - nicht nur im Zusammenhang mit Strafverfolgung oder der Spionage durch Regierungen. Cyberkriminelle bedienen sich dieser hinterlassenen Hinweise, um an Geld zu kommen oder Schäden anderer Art zu verursachen. Um sich davor zu schützen, gibt es zwei Möglichkeiten: Zum einen Anonymisierungsnetzwerke wie Tor und zum anderen Verschlüsselung, die es erlaubt, digitale Spuren hinter Codes zu legen, die schwer knackbar sind.

## Was ist Tor?

Tor - früher ein Akronym für The Onion Router - ist eine Software, die den Datenverkehr der NutzerInnen über ein weltweites Netzwerk leitet. Die Netzwerkroute, die dabei aufgebaut wird, wechselt alle zehn Minuten, um eine Verfolgung des Verkehrs zu erschweren bzw. überhaupt unmöglich zu machen. Die Verbindung zum Ziel - also beispielsweise einer Website - wird dabei über drei Knotenpunkte erstellt. Das bedeutet aber auch, Einbußen bei der Schnelligkeit und dass der Verbindungsaufbau länger braucht als beim konventionellen Surfen.

## Wie kann ich Tor verwenden?

Tor kann für Web-Browsing, Instant Messaging (Lync, Skype etc.), E-Mail, P2P und sogar SSH verwendet werden. Für einfache Nutzer\_innen ist

hierbei ein Tor-Browser die schnellste Lösung, wobei es für konventionelle Browser oft auch Plugins gibt. Ganz anonym und sicher dürfte Tor trotzdem nicht sein, denn immer wieder werden Schwachstellen gefunden. Außerdem wurde Tor, besonders seit den Enthüllungen durch Edward Snowden, in Zusammenhang mit der US-Regierung gebracht. So soll diese angeblich Sicherheitslücken in Tor implementiert haben, um im Netzwerk spionieren zu können. Weitere, oft nicht vermeidbare, Software-Schwachstellen führen außerdem dazu, dass Angreifer\_innen mit einem gewissen Know-How auch dort erfolgreich sind.

## Verschlüsselung

Um die Übermittlung von Daten an Server sicher zu machen, sodass ein sogenannter "man in the middle" die Daten nicht abgreifen kann, werden diese verschlüsselt. Das passiert beispielsweise durch SSH, ein Protokoll, das eine sichere Verbindung zu einem Server aufbaut.

Solche Dienste werden vor allem von Zahlungsanbieter\_innen und Banken genutzt. Für Nutzer\_innen gibt es die Möglichkeit, E-Mails oder Dateien verschlüsselt zu übermitteln - beispielsweise durch PGP. Derzeit erfordert die Verschlüsselung einen gewissen Wissensstand. Im Browser sind die meisten verschlüsselten Verbindungen durch ein Schlosssymbol in der Adressleiste gekennzeichnet.



**Iwona Wisniewska** ist Tech-Journalistin und Bloggerin aus Wien.

[twitter.com/iwona\\_w](https://twitter.com/iwona_w)

[www.ivy.at](http://www.ivy.at)

# Der sichere Umgang mit Passwörtern

*Christian Lendl*

Wer kann sich bei der zwanzigsten Website ein neues Passwort merken, das lang sein soll und neben Klein- und Großbuchstaben auch noch Ziffern und Sonderzeichen enthalten soll? Nicht umsonst haben durchschnittliche Internetuser\_innen Benutzerkonten bei 25 verschiedenen Websites, aber nur 6-7 Passwörter. Es ist ja auch viel angenehmer, sich nur ein Passwort merken zu müssen, oder?

Genau hier lauert die Gefahr. Immer wieder werden große Netzwerke „gehackt“ und Listen mit Millionen Benutzer\_innennamen und Passwörtern veröffentlicht. Wenn Sie nun ein Passwort für mehrere Benutzer\_innenkonten verwenden und genau dieses in einer dieser Listen aufscheint (was gar nicht so unwahrscheinlich ist), dann besteht die Möglichkeit, dass auch Ihre anderen Konten Ziel eines Angriffs werden. Dabei geht es nicht primär um Sie persönlich. Auf den (oftmals automatisierten) Raubzügen geht es vor allem darum, zu möglichst vielen Kreditkartendaten zu kommen, um diese zum Internetbetrug zu missbrauchen. Je mehr Benutzer\_innenkonten mit identen Zugangsdaten Sie verwenden, desto einfacher wird solch ein Daten-Diebstahl.<sup>75</sup>

---

75 **Marginalie 1:** Auswertungen von veröffentlichten Passwort-Listen haben ergeben, dass die meisten User\_innen sehr einfache Passwörter wie „123456“ oder „password“ verwenden. Sehr verbreitet sind auch Kombinationen aus Vorname und Geburtsjahr (z.B. „Julia1985“).

Was können Sie tun? Grundsätzlich sollten Sie für jeden Account ein individuelles Passwort wählen, das noch dazu möglichst lang (länger als 20 Zeichen) ist und keine persönlichen Informationen (bspw. Geburtsdaten, Namen von Angehörigen oder Haustieren, etc.) enthält. Eine einfache Möglichkeit zur Gestaltung eines sicheren Passwort ist es, eine komplette Verszeile eines Ihnen gut bekannten Liedtextes zu nehmen und bspw. die Leerzeichen mit Ziffern zu ersetzen.

Um sich nicht alle unterschiedlichen Passwörter merken zu müssen, können Sie sog. „Passwort-Manager“ verwenden. Dies sind Programme für Ihren Rechner bzw. ihr Smartphone, die als Safe funktionieren und – durch ein Master-Passwort geschützt – ihre Passwörter verwalten und sogar im Browser für Sie ausfüllen (ähnlich der „Passwort-Speichern“-Funktion im Browser – nur viel besser gesichert). Somit müssen Sie sich nur das Master-Passwort merken und können für jedes Benutzerkonto ein beliebiges und sehr langes Passwort vergeben.<sup>76</sup>

Gerade im beruflichen Alltag ist es oft notwendig, dass mehrere Personen Zugang zu einem Firmen-Benutzerkonto (bspw. Twitter oder Youtube-Konto der Firma) haben. Einige Passwort-Manager (wie z.B. KeePass) bieten auch die Funktion an, dass mehrere Personen von unterschiedlichen Rechnern aus auf den „Safe“ zugreifen können. Somit ist kein Verteilen der Passwörter über Post-Its mehr notwendig.

---

76 **Marginalie 2:** Beliebte Passwort-Manager sind 1Password (<http://agilebits.com/1password>) oder KeePass (<http://keepass.info>). Diese Programme sind für nahezu alle Betriebssysteme verfügbar und lassen sich auch auf verschiedenen Geräten synchronisieren, sodass Sie immer auf allen Geräten Ihre aktuellen Passwörter zur Verfügung haben.





**Christian Lendl** ist studierter Medieninformatiker und als Fotograf, Filmmacher und Mediendesigner international tätig. Daneben ist er Lektor für Digitale Medien im Tourismus an der FH Wien und beschäftigt sich als Historiker mit der Geschichte der Verschlüsselung.

[christianlendl.com](http://christianlendl.com)

[twitter.com/dChris](https://twitter.com/dChris)

# Umgang mit Shitstorms

*Jürgen Haslauer*

Ein „Shitstorm“<sup>77</sup> ist eine Online-Empörungswelle in Diskussionsforen und/oder sozialen Medien. Dabei werden in kurzem Zeitraum eine große Zahl an kritischen Äußerungen gegenüber einer Person/ einem Unternehmen getätigt, wobei sehr rasch eine Loslösung vom Ursprungsthema stattfindet. Häufig sind Kommentare (trotz Klarnamenpflicht) aggressiv, beleidigend oder sogar bedrohlich.

Ein Shitstorm kann im Extremfall nachhaltigen Schaden für ein Unternehmen (Imageschädigung, Umsatzrückgänge) oder die persönliche Karriere (schlechter Ruf oder Kündigung) bedeuten. Aber auch in weniger schweren Fällen ist es unangenehm, tagelang ausschließlich mit Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt zu sein.

## *Wie verläuft die Empörungswelle?*

Ein Shitstorm kann durch berechtigte oder unberechtigte Kundenkritik, durch unbedachte oder falsch interpretierte Aussagen in einem Interview, einer Unternehmensaussendung oder auf Grund eines aktuellen Themas mit öffentlichem Interesse ausgelöst werden.

Durch ein Posting, das „den Nerv“ Anderer trifft, wird die Welle durch

---

77 Shitstorm: Ein Kunstwort aus den englischen Begriffen für „Scheiße“ und „Sturm“. Die Verwendung für die Online-Empörungswelle findet ausschließlich im deutschsprachigen Raum statt.

zahlreiches Kommentieren, Sharen und Liken gestartet. Sehr schnell kann dabei die Tonalität in der Diskussion rauher, aggressiver und unsachlicher werden. „Shitstorm-Ausmaße“ werden meist dann erreicht, wenn auch außerhalb des ursprünglichen Kanals (z.B. in Blogs) die Kommentare kommentiert werden.

### *Verhalten im Shitstorm?*

Ruhe bewahren! Besser überlegt (re)agieren, als unbedacht in die überhitzte Diskussion einsteigen. In sachlichem Tonfall auf Kommentare eingehen, auf korrekten Umgangston hinweisen und innerhalb der jeweiligen Diskussionsplattform „moderieren“.

Liegt tatsächlich sachliche Kritik vor, muss man sie ernst nehmen, Fehler öffentlich eingestehen und auch konstruktive Lösungsvorschläge kommunizieren. So nimmt man Angreifer\_innen den Wind aus den Segeln und hat gute Chancen, die Empörungswelle zu reduzieren.

### *Und danach?*

In der „Ruhe nach dem Sturm“ sollte man den Verlauf dokumentieren und analysieren, entstandene Chancen erkennen und die (Unternehmens-)kommunikation optimieren.

### *Tipps für die Kommunikationsstrategie*

Die relevanten Kommunikationskanäle laufend beobachten und ein Frühwarnsystem entwickeln. Für den Fall einer Krisensituation sollten klare Strukturen definiert sein: Wer soll zu einem Fall was und wie kommunizieren? Wenn neue Produkte oder Services eingeführt werden, sollten relevante/sachliche Gegenargumente für absehbare Kritikpunkte vorbereitet und diese mit (Online-)Kommunikations-expert\_innen abgestimmt sein.



**Jürgen Haslauer** ist seit über 20 Jahren im „Digital Space“ in verschiedenen Bereichen tätig und berät und betreut Unternehmen bezgl. ihrer Online-Strategien. Er hält Vorträge und Seminare.

Blog: [online-strategie.at](https://online-strategie.at)

Twitter: [@jhaslauer](https://twitter.com/jhaslauer)

# **Hatschi. Gesundheit! Schnupfen, oder doch die Vogelgrippe? Viren, Spam und Trojaner**

*Gerhard Steiner*

***“I WANT A COOKIE”***

*Der erste Computervirus*

Kein Tag vergeht, ohne dass wir nicht on- oder offline über das Wirken von Viren, Würmern und Trojanern lesen und davon, dass unsere Mailpostfächer in einem Meer von Spam ertrinken werden.

Schon in der Wortwahl des Begriffes Virus steckt ein Teil des Umganges mit dem Phänomen. In Analogie zur Biologie beschreibt es den Sachverhalt ganz gut: ein sich selbst reproduzierendes „Etwas“, dass mittels eines Wirtes weiterverbreitet wird und dabei mehr oder weniger Schaden anrichtet. Für das Auge unsichtbar, bekommt man „es“, ohne eigenes Zutun und Wollen.

## ***Die gute Nachricht***

Trotzdem ist die Menschheit nicht ausgestorben! Wir haben uns im Lauf der Evolution mit der Bedrohung arrangiert und einen Umgang damit gefunden.

## Die weniger gute Nachricht

Es gibt keinen hundertprozentigen Schutz!

Die Bedrohungsszenarien sind mittlerweile derart komplex, dass für Anwender\_innen kein Überblick möglich ist. Aber die Einhaltung folgender, einfacher Maßnahmen kann im Fall des Falles den Schaden in Grenzen halten:

- > **Updates.** Regelmäßig das Betriebssystem mit Updates versorgen lassen, egal ob Windows, Mac OS oder Linux. Anwendungsprogramme nicht vergessen, besonders Acrobat und Flash.
- > **Technischer Schutz.** Firewall aktivieren. Virens Scanner auf den Computer installieren, täglich aktualisieren.
- > **Neugier zügeln.** Auf verdächtige Mails nicht antworten. Einfach löschen.
- > **eMail teilen.** Zwei Mailadressen verwenden. Eine zum Arbeiten, eine ausschließlich zum Registrieren bei diversen Diensten. Das verringert das SPAM Aufkommen.
- > **Gesunde Portion Skepsis.** Der beste Schutz sitzt immer noch zwischen den Ohren und vor dem Computer.
- > **Laufende Datensicherung.** Hier helfen Cloud Dienste wie zB DropBox, iCloud, OneDrive, etc.
- > **Professionelle Hilfe.** Wenn es dann doch passiert ist, sofort professionelle Hilfe holen.

## Kein Virus, trotzdem ansteckend

Und dann sind da noch die Meldungen: "der Hersteller XY habe gerade einen ganz besonders gefährlichen Virus entdeckt. Sofort eine bestimmte Datei auf dem Rechner löschen und alle Bekannten

davon informieren.“ Diese sog. Hoaxes sind zwar keine wirklichen Bedrohungen, tragen aber zur Verunsicherung bei.

### *Ausblick*

Bei Betrachtung der Faktenlage ist davon auszugehen, dass in absehbarer Zeit keine technische Lösung zur Verfügung stehen wird. Im Wettlauf zwischen Hase und Igel werden die Anwender\_innen weiterhin den Verfasser\_innen von Malware hinterherhecheln.

Manchmal hilft neben den bereits erwähnten Vorsichtsmaßnahmen auch professionelle Gelassenheit. Die Bedrohung durch betrügerische Einwahlsoftware, sog. „Dialer“, hat sich durch den Wegfall dieser Technologie von selbst erledigt. Und keinesfalls auf die regelmäßige Datensicherung vergessen.



**Gerhard Steiner**

[about.me/gerhardsteiner](https://about.me/gerhardsteiner)

[twitter.com/sansoucis\\_g](https://twitter.com/sansoucis_g)

# Termine, Ideen oder Meinungen – lass uns online abstimmen!

*Peter Kühnberger*

Keine Frage, es gab und gibt die Orte nach wie vor, an denen Betroffene oder Delegierte sich so lange versammeln, bis eine Entscheidung gefunden ist. Früher war es das Forum Romanum, heute ist es eine Plenarsitzung oder ein Meeting mit längeren Abstimmungsvorgängen. Online-Technologien unterstützen heute solche Vorgänge besonders dort, wo Menschen zeit- und ortsunabhängig zusammenarbeiten, ein größerer Personenkreis involviert ist oder prompt Feedback benötigt wird.

Unschlagbar rasch erstellt ist eine Abstimmung für einen Termin mit **Doodle**<sup>78</sup>. Wenn viele Teilnehmende für ein Treffen koordiniert werden müssen, ist das Online-Tool sehr praktisch. Alternativ kann auch eine Auswahlfrage angelegt und abgestimmt werden. Für Online-Umfragen mit mehr als einer Frage und unterschiedlichen Fragetypen gibt es dutzende Anwendungen wie bspw. **SurveyMonkey**<sup>79</sup> oder **Limeservice**<sup>80</sup>.

Nach wie vor weit verbreitet sind textbasierte Kommentarsysteme für den Austausch und die Abstimmung von Meinungen oder Erfahrungen.

---

78 <http://doodle.com/de/>

79 <https://de.surveymonkey.com/>

80 <https://www.limeservice.com/de/>



Ob als Blogger-Software in **WordPress** oder als Ergänzungen in Redaktionssystemen wie **Joomla**<sup>81</sup>, **Drupal**<sup>82</sup> oder **Typo3**<sup>83</sup> – das Kommentieren und Bewerten von Beiträgen erfreut sich hoher Beliebtheit. Wer bereit ist, Lehren aus den **Forschungsergebnissen**<sup>84</sup> zu ziehen, warum der Meinungs Austausch oft zu einem wenig konstruktiven Schlagabtausch führt, der schafft es auch die Qualität der Beiträge beispielsweise mit Fragestellungen, Sichtbarmachen guter Beiträge oder Badges zu heben.

Abstimmungen zu Meinungen, Fotos, Videos oder Soundclips finden auch in Sozialen Medien statt – beispielsweise als „mag ich“ und „mag ich nicht“ auf **YouTube**<sup>85</sup>, als **Umfrage auf facebook**<sup>86</sup> oder als „vote it up/down“ auf der zentralen Diskussions-Plattform **Disqus**<sup>87</sup>. Vorteil der Sozialen Netzwerke ist die beachtliche Anzahl an Usern, die sich bereits auf diesen Plattformen befindet. Dafür muss in Kauf genommen werden, dass (im Gegensatz zu selbst betriebenen Redaktionssystemen) die Inhalte und Userdaten beim Betreiber des Sozialen Netzwerks liegen.

Beschränkungen von Kommentarsystemen werden durch das Abstimmungs- und Delegationsprinzip von **Liquid Feedback**<sup>88</sup> durchbrochen. Die Ausgangsüberlegung ist, dass Menschen selbst zu Themen entscheiden wollen, aber dies nur in den Bereichen machen, in denen sie sich auskennen oder wenn sie Lust dazu haben. So kann zu

---

81 <http://www.joomla.de/>

82 <https://www.drupal.org/>

83 <http://typo3.org/>

84 <https://www.brodnig.org/2014/05/11/broken-comment-culture-lets-fix-it/>

85 <https://www.youtube.com/>

86 <https://apps.facebook.com/meine-umfragen/>

87 <https://www.disqus.com/>

88 <http://www.liquidfeedback.org/>

jedem Thema bis auf Widerruf die eigene Stimme einer anderen Person übertragen werden. Wegen der transparenten Konzeption des Systems, wird es aktuell vor allem innerhalb von Organisationen mit bekanntem Teilnehmer\_innenkreis eingesetzt.



**Peter Kühnberger** ist Gründer von [dialogplus.at](https://dialogplus.at), Initiator & Veranstalter des gov20camp Vienna

[twitter.com/kuehnberger](https://twitter.com/kuehnberger)

Tags: urbane, soziale und technische Innovationen

## Online Petition

*Gernot Reichert*

Bei Onlinepetitionen gibt es verschiedene Arten: Solche, die etwas bringen und solche, die für CouchpolitikerInnen zurechtgeschnitten wurden.

### *Petition – Bürgerinitiative*

Petitionen sind Demokratieelemente des Österreichischen Parlaments. Allerdings sind sie sehr unterschiedlich. Petitionen werden von Abgeordneten zum Nationalrat oder von Bundesrät\_innen überreicht. Bürger\_inneninitiativen werden von Bürger\_innen gestartet und direkt an die Gesetzgebung oder Vollziehung des Bundes eingebracht. Für alle drei Varianten gibt es Onlineformulare, die es ermöglichen die Petition online abzustimmen.

### *Vorteile*

Sobald die Petition registriert wurde, ist sie im Internet verfügbar. Im Gegensatz zu früher, bleibt einem der Weg zum Amt und die Straßenbefragung erspart. Zumindest in der Theorie. Die Verteilung des links kann mit modernen Medien wie Facebook, E-Mail, QR-Codes und andere Anwendungen erfolgen. Für eine erfolgreiche Onlinepetition empfiehlt sich die Auseinandersetzung mit den Grundzügen des Marketings und Public Relations.

## Marketinggag

Findige Onlineunternehmen haben sich Online Petitionen zunutze gemacht. Bekannte Petitionsplattformen sind Avaaz ([avaaz.org](http://avaaz.org)) und The Petitionsite ([thepetitionsite.com](http://thepetitionsite.com)). Auf diesen Seiten können auch globale Petitionen in einigen Minuten erstellt und können sofort per Facebook, E-Mail und andere Dienste mit Freund\_innen geteilt werden. Oft werden solche Abstimmungen auf Facebookseiten veröffentlicht um Diskussionen anzuregen. Die Petition wird hier als eine Art Werbemittel oder zur Öffentlichkeitsarbeit bzw. Bewusstseinsbildung verwendet.

## Arbeiten für die Webseite

Auch wenn es nichts verändert, so hat man wenigstens die Bestätigung, dass das eigene Anliegen Beachtung findet. Was hat die Petitionsseite davon? Vor dem Start einer eigenen Petition, sollten Sie sich mit der Plattform vertraut machen (Wer steht dahinter?, Wie werden meine Daten genutzt?)

## Nutzen

Online-Petitionen sind vielseitig einsetzbar. Ob als Werbeinstrument um auf Themen aufmerksam zu machen, oder um Gesetze zu beeinflussen und damit die Welt ein wenig zu verändern.

## Infos:

- > Petition: [parlament.gv.at/PERK/BET/PET/](http://parlament.gv.at/PERK/BET/PET/)
- > Bürgerinitiative: [parlament.gv.at/PERK/BET/BII/](http://parlament.gv.at/PERK/BET/BII/)
- > Allgemeine Information [parlament.gv.at/ZUSD/DLFolder/Petitionen-Folder-D\\_100x210\\_WEB.PDF](http://parlament.gv.at/ZUSD/DLFolder/Petitionen-Folder-D_100x210_WEB.PDF)



**Ing. Gernot Reichert**, Bakk.,  
29, studiert Publizistik und  
Kommunikationswissenschaften an der  
Universität Wien, Masterstudiengang

Facebook: [facebook.com/r.gernot](https://facebook.com/r.gernot)

## Politische Information

*Susanne Zöhrer*

In Zeiten des Internets kann das Informationsbedürfnis in Sachen Politik aus verschiedensten Quellen gestillt werden. Die verfügbare Information ist damit aber auch unübersichtlicher geworden. Die folgenden Zeilen sollen eine kleine Hilfestellung in der Nutzung der verschiedenen Angebote bieten.

### *Medien in Sozialen Netzwerken*

Online-Medien, wie [orf.at](http://orf.at), oder die Onlineausgaben der Tageszeitungen sind wichtige Informationsquellen. Zumeist informieren sie verlässlich über die aktuellsten Neuigkeiten. Über soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook bieten sie oft zudem die Möglichkeit, sich aktiv an Diskussionen zu beteiligen.

### *Mit den Parteien in Dialog treten*

Auch die im Nationalrat vertretenen Parteien sind im Web und auf diversen sozialen Plattformen vertreten. Dort ist es den Bürger\_innen möglich, direkt mit ihren Vertreter\_innen in Dialog zu treten, kritische Fragen zu stellen, oder sich einfach über deren Aktivitäten zu informieren.

Diese Möglichkeiten haben ein transparenteres politisches Umfeld in Österreich geschaffen. Durch Aktivitäten von kritischen Journalist\_innen, Aktivist\_innen und NGOs, die sich ebenfalls im digitalen

Umfeld tummeln, hat das Web zu einem tieferen Einblick in die Politik beigetragen. Sie können dadurch Informationen rasch verbreitet, dubiose Machenschaften ans Tageslicht bringen, oder politische Vertreter\_innen dazu auffordern, Rechenschaft über Wahlversprechen, Gesetzesvorlagen und Ähnliches abzulegen.

Besonders hilfreich sind Quellen und Kontaktmöglichkeiten wie z.B. [meinparlament.at](http://meinparlament.at) in Zeiten des Wahlkampfes. Die Bürger\_innen haben die Möglichkeit sich umfassend über die kandidierenden Parteien zu informieren. Wer noch unsicher ist, kann z.B. [Wahlkabine.at](http://Wahlkabine.at) zu Hilfe ziehen. Hier werden die wichtigsten Punkte der Parteiprogramme und -anliegen gesammelt. Auszuwählen gilt es jene Standpunkte, die der eigenen Meinung entsprechen, und am Ende spuckt das Programm eine individuelle Gewichtung der Parteien aus. Das eigentliche Wahlrecht in der echten Wahlkabine muss letztendlich dennoch selbst ausgeübt werden.

### *Es ist nicht alles Gold, was glänzt*

Wichtigstes Hilfsmittel ist und bleibt jedoch eine Grundskepsis bei der Suche nach politischer Information im Web. Vieles, das im Internet kursiert, entspricht nicht der Wahrheit. Sich über verschiedenste Medien einen Informationsabgleich zu schaffen, ist also ratsam. Dazu kann zum Beispiel die Nachrichtensuche von Google unter [news.google.at](http://news.google.at) verwendet werden. Und wer sich in den Dialog mit politischen Vertreter\_innen, Journalist\_innen oder anderen Politikinteressierten wirft, der möge seine Manieren nicht beim Einschalten des Computers ablegen, sondern eine Kultur des gegenseitigen Respekts wahren.

Damit steht einer umfassenden politischen Information und Diskussion im Web nichts mehr im Weg.



**Susanne Zöhrer** ist promovierte Soziologin. Copywriter & digital strategist bei vi knallgrau, derzeit in Bildungskarenz. Aktiv als politische Bloggerin bei [neuwal.com](http://neuwal.com)

[twitter.com/TheSandworm](https://twitter.com/TheSandworm)



# Werededigital.at - Österreichs Offensive um die digitale Kluft zu schließen

Die Initiative [WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) bündelt zahlreiche Aktivitäten und Informationen, die zum digitalen Kompetenzerwerb der Bevölkerung beitragen. [WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) zeigt die Vorteile digitaler Medien auf, weist auf Risiken hin und vermittelt den sicheren Umgang.

## *WAS BIETET WERDEDIGITAL.at?*

1. Wissen rund ums Netz – Was muss man über digitale Medien wissen?  
Welche Fähigkeiten brauchen wir heute, um uns in der digitalen Welt zurecht zu finden und unser Potenzial entfalten zu können?  
Welche Modelle gibt es, an denen wir uns orientieren können?
2. Qualifizierungsplattform – Der Einstieg in die Online-Welt  
[WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) bietet Leitfäden im Umgang mit Online-Angeboten, Webinare zur ortsunabhängigen Weiterbildung und stellt Videos bereit, die kurz und bündig zeigen, wie manche Internetplattformen und digitale Tools funktionieren. [WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) organisiert Events und Workshops, als Treffpunkt für Wissbegierige, die gemeinsam Neues erfahren.

### 3. Service für Aus- und Weiterbildung – Qualifizierungsangebote für digitale Medienkompetenz in Österreich auf einer zentralen Landkarte

Die „Digitale Landkarte“ von [WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) ist die größte Sammlung von Bildungsangeboten für digitale Medienkompetenz in Österreich. Hier finden sich Angebote, Services und Initiativen, die bei der Aus- und Weiterbildung im Online-Bereich weiterhelfen. [WERDEDIGITAL.at](https://werdedigital.at) macht Erfolgsbeispiele sichtbar und vernetzt die einzelnen Initiativen österreichweit.

#### *Werdedigital.at - ein Projekt von Digital Champion Austria*

In Anbetracht der fortschreitenden Digitalisierung unserer Lebenswelt werden digitale Kompetenzen für gesellschaftliche Teilhabe von immer größerer Bedeutung. Um digitale Kompetenzen zu fördern und um eine Vorbildwirkung zu erzielen, wurde die Rolle „Digital Champion“ von der Europäischen Kommission geschaffen.

*„Digital Champions are ambassadors for the Digital Agenda, appointed by their Member States to help every European become digital.“<sup>89</sup>*



Für Österreich wurde Meral Akin-Hecke mit dieser Aufgabe betraut. Der Verein „Institut zur Förderung digitaler Medien-nutzung“, dem Meral Akin-Hecke vorsteht, will mit dem vorliegenden Projekt einen Beitrag zu den Zielen der „Digital Champions“ leisten.

[digitalchampion.at](https://digitalchampion.at)

---

<sup>89</sup> [ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-champions](https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-champions)





Dieser Leitfaden für digitales Arbeiten soll Mut machen, Neues in der Onlinewelt auszuprobieren und sich mit den veränderten Arbeitsweisen vertraut zu machen und persönlichen Nutzen daraus zu ziehen.

Der Leitfaden ist auch als gratis eBook unter [leitfaden.werdedigital.at](https://leitfaden.werdedigital.at)

erhältlich. Oder nutzen Sie den nebenstehenden QR-Code mit Ihrem Smartphone, um direkt zur Downloadseite zu springen.



**monochrom**

ISBN:978--3-902796-27-1