



# Gerade noch nicht klagsfähig

Die FPÖ lehrt ihre Treuen den Umgang mit dem Social Web – wie sie nicht geklagt werden können.

## Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

**VERMEIDUNGSTAKTIK.** Lebenslanges Lernen – ein Thema, das uns alle betrifft. Vor allem, wenn es um Dinge wie das Web 2.0 geht.

Hier lauern viele Fallen, und ohne dass man es beabsichtigt, kann man juristisch gesehen Fehler begehen und muss dann für die Folgen gerade stehen.

Etwa wenn man urheberrechtlich geschütztes Material wie Bilder teilt, ohne die Rechte daran zu besitzen.

## Digitale Psychiatrie

Ein anderes Thema betrifft die sogenannte Digitale Psychiatrie – wie Ex-Presse Chefredakteur Michael Fleischhacker mal diese Posting-Foren nannte.

Eine Partei, die FPÖ, tut sich mit diesem Thema scheinbar besonders schwer, und immer wieder werden unappetitliche Ausritte ihrer Mitglieder gegen politische Mitbewerber, Ausländer und andere im Netz bekannt.

Nun scheint die FPÖ aber gelernt zu haben, und so lautet das Thema des kommenden FPÖ-Stammtischs der Bezirkspartei in Anthering bei Salzburg: „Richtiger Umgang mit Sozialen Medien“. Auf den ersten Blick ein tadelloses Ansinnen und ein vernünftiges Thema. Doch liest man den Subtitel der Veranstaltung, steigen in einem wieder die Zweifel hoch, *welcher* Umgang mit dem Netz hier gelehrt werden soll. Denn, der Untertitel lautet: „Wie bewege ich mich im Sozialen Netzwerken, ohne mich strafbar oder klagbar zu machen“.

## Verbaler Qualitäts-Limbo

Das klingt schon wieder ganz anders, nämlich weniger nach den Dos and Don'ts im Netz, sondern eher danach, wie weit man gerade noch gehen kann, in der Diffamierung, Verbreitung von Falschmeldungen, Aufhetzung gegen Minderheiten, *ohne* dafür rechtlich von irgendjemand juristisch belangt werden zu können.

Und so werden die verbalen Injurien der FPÖ-Mitglieder künftig wohl nicht zivilisierter werden, aber dafür juristisch ausgefeilter und „nur“ eben weniger klagbar.

”

*Für jeden Klienten ist sein Thema das einzig weltumspannende. Oft müssen wir aber erklären, dass die Geschichte für Journalisten so nicht relevant ist.*

## Zitat des Tages

Werner Beninger, Milestones in Communication



## Die guten Nachrichten

Gianna Schöneich

Und auch diese Woche gibt es auf dieser Welt nicht allzu viel Freudiges zu verkünden. Dennoch – hier ein Versuch: Während man in Österreich noch diskutiert, ob der Karfreitag ein Feiertag ist oder nicht, ist man in Deutschland im Gericht schon etwas flotter: Bis ins Jahr 1994 stellte der Paragraph 175 sexuelle Handlungen zwischen Männern unter Strafe. Heute, 2017, hat man beschlossen, die Verurteilten zu rehabilitieren. Ebenfalls ein Fortschritt: US-Forscher haben ein System entwickelt, mit welchem Männer ihr Sperma per Smartphone testen können. App statt Arzt – Gratulation.

# Casinos Austria sind ein Superbrand

Auszeichnung durch das Superbrands Austria Brand Council.

**PRÄMIERT.** Casinos Austria zählt zu den profiliertesten Marken des Landes – „zu jenen Marken, die ein hervorragendes Image aufgebaut haben und gegenüber Mitbewerbern wahrnehmbare Vorteile für die Konsumenten bieten“.

Bescheinigt hat dies das Superbrands Austria Brand Council, bestehend aus Fachexperten und Branchenkennern, welches Casinos Austria als eine der „Superbrands“ des Jahres 2017 ausgewählt hat. Die Ehrung verdeutlicht, dass das Unternehmen in Österreich geschätzt wird und Kunden die Sicherheit bietet, hervorragende Qualität zu erhalten.

Casinos Austria-Generaldirektor Karl Stoss nahm das Zertifikat von Superbrands Regional Director András Wiszkidenszky entgegen. „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung, zumal dem Auswahlverfahren eine fundierte Bewertung durch Verbraucher und Experten zugrunde liegt, und sehen uns in der bisherigen Markenführung und Positionierung bestätigt“, so Stoss.

Superbrands ist eine international agierende Organisation und gilt als die angesehenste Auto-



Casinos Austria-Generaldirektor Karl Stoss und Superbrands Regional Director András Wiszkidenszky.

rität in der Markenbewertung. Gewicht erhält die Auszeichnung durch ihre Objektivität: Für Unternehmen besteht keine Möglichkeit, sich zu bewerben oder anzumelden. Ein Marktforschungsinstitut erstellt eine Vorauswahl der Kandidaten im Business-to-Consumer-Segment, Konsumenten bewerten diese in einer österreichweiten Umfrage. Das Brand Council trifft schließlich die Auswahl der besten B2C-Marken.