



Geschäftsführer

Florian Laszlo leitet die Full-Service-Agentur Observer.

Observer und spielt die Inhalte nach einem Zeitplan aus. CoCo (Community & Content by Observer) kümmert sich um diese Social Media-Angelegenheiten von Unternehmen. Außerdem bietet man Intensiv-Workshops beispielsweise für NGOs oder PR-Agenturen an.

Besonderheiten

Im letzten Workshop am 14. Februar erklärte der Geschäftsführer des Observer, Florian Laszlo: „Spätestens jetzt sollten Unternehmen beginnen, Social Media ernst zu nehmen und professionell zu managen. Dabei ist es wichtig, die jeweiligen Besonderheiten der einzelnen Kanäle hinsichtlich der Altersstrukturen und Nutzungsgewohnheiten zu beachten.“ (gs)

Termin Der kommende Workshop widmet sich den NGOs. Die Teilnehmer erfahren vom Experten Manuel Festrizer, wie sie durch professionelle Betreuung von Social Media-Kanälen die Bekanntheit und Reputation des Unternehmens sowie die Unterstützungsfreudigkeit der Bevölkerung steigern können.

6. oder 28. März, 9:30 Uhr; Observer-Haus, Lessingasse 21, 1020 Wien.

CoCo by Observer

In Sachen Community Management & Content Creation hilft die Full-Service-Agentur für Media Intelligence weiter.

WIEN. 84% der Österreicher sind regelmäßig im Internet, knapp 50% nutzen regelmäßig Soziale Netzwerke, und Facebook verzeichnet 3,4 Mio. aktive Nutzer (Statistik Austria). Für Unternehmen ist es unabdingbar geworden, im Internet aktiv zu sein. Doch wer auf Sozialen Plattformen präsent ist, weiß um den täglichen Aufwand, das Nachsehen, Prüfen und Beantworten

von möglichen Fragen. Die Full-Service-Agentur für Media Intelligence, Observer, möchte Unternehmen nun den Stress, der rund um die Themen Community Management & Content Creation entsteht, abnehmen.

Vereinbartes Storybook

So beobachtet Observer die Social Media-Plattformen ihrer Kunden und reagiert unver-

züglich auf Postings. Observer antwortet und informiert die User gemäß eines vereinbarten Storybooks. Auch die regelmäßigen Inhalte, die auf der eigenen Firmenwebsite veröffentlicht werden können, sollten nicht einfach auf die Social Media-Plattformen weitergeleitet werden – es braucht eine Anpassung der Inhalte, eine andere Aufbereitung. Auch hier übernimmt

Negative Erfahrungen

Microsoft-Studie zu Cybermobbing.

WIEN. Acht von zehn Jugendlichen haben allein im vergangenen Monat eine negative Online-Erfahrung gemacht oder zumindest eine Attacke im persönlichen Umfeld miterlebt. Das ist das Ergebnis einer im Jänner 2018 veröffentlichten Microsoft-Studie. Bei einem Aktionstag für mehr Sicherheit im Internet soll die digitale Kompetenz von Kindern und Jugendlichen

nachhaltig gefördert werden. Im Rahmen einer Microsoft-Studie wurden Jugendliche im Alter von 13 bis 17 Jahren aus insgesamt 23 Ländern befragt, welchen Übergriffen sie im Internet bereits ausgesetzt waren.

Die Ergebnisse zeigten, dass 80% der Jugendlichen im letzten Monat vor der Befragung negative Erfahrungen gemacht haben. (APA)



Jugendliche machen häufig negative Online-Erfahrungen.