



# Wie privat ist man auf Twitter & Co?

Eine neue Verhaltensregel des ORF für Mitarbeiter im Web sorgt für Wirbel. Zu Recht?

## Kommentar

•• Von Dinko Fejzuli

WORLD WIDE WEB. Der Name sagt es schon – wer im Internet präsent ist, ist es weltweit. Es gibt ein paar Einschränkungen, etwa, wenn man in geschlossenen Gruppen ist, die nicht für jedermann und nur gegen Einladung oder unter Verwendung eines Passworts zugänglich sind.

Nun sorgt eine Richtlinie des ORF-Generaldirektors für Wirbel, denn sie besagt nichts mehr und nichts weniger, als dass sich prominente ORF-Mitarbeiter abseits ihrer ORF-Tätigkeit auch „privat“ auf ihren persönlichen Twitter- oder Facebook-Accounts mit z.B. politischen Äußerungen, die in die eine oder andere Richtung gedeutet werden können, zurückhalten sollen.

Nun stellt sich die Frage: Wann hört ein ORF-Journalist auf, ein ORF-Mitarbeiter zu sein, und ab wann ist er privat? Was ist „privat“ überhaupt? Zählt der eigene Twitter-Account schon dazu, oder ist man erst dann privat, wenn die eigenen Äußerungen nicht auf einen Schlag einer breiten Öffentlichkeit zugänglich werden?

In der Tat eine schwierige Frage: Fest steht, dass es natürlich problematisch ist, wenn ein ORF-Journalist heute den Politiker einer bestimmten Partei als z.B. „ZiB“-Moderator interviewt und am Tag davor schon eindeutig negative Tweets über den selben Politiker abgesetzt hat. Da darf dann die notwendigen journalistische Äquidistanz sicherlich bezweifelt werden.

Fest steht aber auch, dass etwa Politik-Journalisten genau dazu da sind, das Handeln der politischen Akteure kritisch zu hinterfragen. Das ist einer der Grundzüge des Journalismus und daran darf auch nicht gerüttelt werden.

## Groupie statt Kritiker

Interessant wäre übrigens noch eine andere Frage im Zusammenhang von Journalismus und Äquidistanz zu jenen, die man als vierte Macht im Staat kontrollieren soll.

Wie sind Tweets und Posts zu werten, in denen heimischen Innenpolitik-Journalisten diverser heimischer Printmedien mit Vorliebe Selfies mit dem Bundeskanzler aus der Economy-Klasse mit dazugehörigen euphorischen Texten posten?

”

*Wenn die Richter sich an die Gesetze und an die Verfassung halten, muss Deniz in der ersten Sitzung freigesprochen werden.“*

## Zitat des Tages

Deniz Yücel's Anwalt  
Veysel Ok



## Hier sind Ihre Lösungen

Gianna Schöneich

In einer Welt wie dieser braucht es gute Einfälle. Sie wollen Ihr Auto kostengünstig und schnell waschen? Ab damit ins Münchner Freibad! Die Verteilung von Flüchtlingen bereitet Ihnen Kopfzerbrechen? Lassen Sie 230 Menschen eine Woche auf hoher See auf einem Schiff ausharren; wenn es dann irgendwo anlegen darf, drohen Sie der Besatzung – die Rettung von Menschen gehört schließlich bestraft. Es soll ja auch niemand glauben, er sei hier willkommen. Sie wollen mehr Frauen in technischen Berufen? Lassen Sie eine mager-süchtige Barbie entwickeln, die als Ingenieurin in Erscheinung tritt.

# Online-Marketing: eine Sinnkrise?

Zwischen Ad-Betrug, Datenschutz und Content.

## Gastkommentar

•• Von Martin Haunschmid

BESINNUNG. Der Betrug mit Programmatic-Ads und Display-Werbungen ist auf einem Allzeithoch, so Forscher Augustine Fou. Fake-Webseiten werden aufgebaut, um unsere Kampagnen auszuspielen. Ein Mensch sieht die Anzeigen gar nicht, bezahlt wird trotzdem. Laut *Guardian* kommen nur 30% des Budgets überhaupt beim Kunden an. Und Social Media Ads? Die haben selbst zu kämpfen. Durch die DSGVO fallen hier viele Targetingmöglichkeiten weg, die sonst als USP dieser Ads galten. Als KMU kann ich mich im Moment nicht einmal 100% legal auf den Plattformen bewegen. Vor einem Jahr gestartet, besuchen meinen Blog inzwischen 2.000 Personen im Monat. Sogar das Targeting erledigt sich von selbst: Auf einen Artikel zum Thema SEO kommt nur jemand, der auch



Martin Haunschmid, CEO und Founder haunschmid.tech.

tatsächlich danach sucht. Gekostet hat es die Zeit, guten Content zu erzeugen. Vielleicht sollten wir Online-Marketer uns ein wenig mehr auf den Kern der Marke besinnen, die wir bewerben. Ein bisschen weniger Zahlen- und Targeting-Geilheit würde vielleicht nicht schaden.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.