

HACKED?! So schützt man seine digitalen Accounts

Arbeiten im Digitalen heißt auch: Verantwortung übernehmen.

Egal ob im Marketing, HR, Vertrieb oder Support – digitale Plattformen sind heute essenzieller Bestandteil des Arbeitsalltags. In sozialen Netzwerken und auf Such- & Business-Plattformen fließen täglich nicht nur Inhalte, sondern auch erhebliche Budgets, personenbezogene Daten – und Vertrauen. Dabei arbeiten viele von uns mit den größten Tech-Plattformen der Welt: Meta, Google, LinkedIn, TikTok & Co.

Doch was passiert, wenn ein Account kompromittiert wird?

Dann geht es nicht nur um einen „privaten“ Zugang. Es geht um den Auftritt deines Unternehmens oder deiner Kolleg*innen und um nichts geringeres als das Vertrauen eurer Zielgruppen. Die Folgen reichen von langwierigen Supportprozessen über Kontosperrungen bis hin zu irreparablen Reputationsschäden und Datenschutzverstößen. Und eines muss klar sein: Die großen Plattformen bieten keinen ausreichenden Support, wenn es brennt.

In diesem Workshop lernst du:

- Wie du Accounts, Zugänge und Daten vor Angriffen schützt
- Was du im Ernstfall sofort tun musst – Schritt für Schritt
- Welche Datenschutzpflichten gelten und wie du bei einem Verstoß richtig reagierst
- Wie du eine Sicherheitskultur im Team etablierst
- Welche Tools und Prozesse dir helfen, Risiken frühzeitig zu erkennen

Trainer:	Thomas Huber
Termine:	Donnerstag, 11. September 2025, 16:00 bis 20:00 Uhr
Ort:	FH CAMPUS 02, Campus Zusertal, Körblergasse 126, 8010 Graz
Teilnehmer*innenzahl:	max. 20 Teilnehmer*innen
Unkostenbeitrag:	€ 25,00 Studierende / € 50,00 Absolvent*innen

Thomas Huber - Campaigning mit Datenkraft und Leidenschaft



Thomas Huber ist Gründer und Geschäftsführer der Crunchtime GmbH, einer Agentur für datengetriebene Kampagnenkommunikation. Mit über zehn Jahren Erfahrung im strategischen Campaigning vereint er kreative Kommunikationslösungen mit moderner Datenanalytik und technologischem Know-how.

Seine Karriere begann in einem der größten Medienhäuser des Landes – dadurch kennt er sowohl die Sichtweise der Publisher als auch die Anforderungen der Werbetreibenden. Diese doppelte Perspektive nutzt er heute, um zielgerichtete, wirkungsvolle Kampagnen zu entwickeln. Ob politische Kommunikation, NGO- oder Kampagnen für Unternehmen – Thomas steht für klare Botschaften, messbare Ergebnisse und smarte Kampagnen, die Menschen wirklich erreichen. Sein Ziel: Crunchtime als führende Campaigning-Agentur im DACH-Raum zu etablieren.