



Das kann nicht euer Ernst sein

Mark Zuckerberg gesteht Fehler ein, und Donald Trump fuchtelte mit Militär-Schautafeln herum.

Kommentar

••• Von Gianna Schöneich

UNGLAUBLICH. In dieser Woche verging kaum ein Tag, an dem man nicht irgendwann die Frage stellte „Ist das euer Ernst?“ Die Antwort lautet ja, es ist „ihr“ Ernst. Mark Zuckerberg hat es nun doch geschafft, sich zum Datenskandal rund um „Cambridge Analytica“ zu äußern. Zur Erinnerung: Die besagte Firma soll unrechtmäßig auf Facebook-Daten zugegriffen haben; so sollen während des US-Präsidentenwahlkampfes Millionen Daten von Nutzern verwendet worden sein, um mehr über Wähler zu erfahren. Die Geschichte wird bekannt, und natürlich schweigt Zuckerberg – das tut er fünf Tage lang. Ja, das ist sein Ernst. Und wer sich jetzt noch beschwert: Zuckerberg hat sich entschuldigt und gegenüber CNN erklärt: „This was a major breach of trust, and I'm really sorry that this happened.“ Sorry, but not sorry: Man fragt sich, wann Facebook endlich begreift, welchen *Einfluss* man hat. Die Daten-Problematik erscheint ja fast lächerlich, wenn man an all die ungefilterten Hass-Postings

und Fake-Profilen denkt. In Myanmar soll Facebook beispielsweise geholfen haben, den Hass gegen die Rohingya-Minderheit zu schüren. Zuckerberg bietet Verschwörungstheoretikern, Rassisten und Propaganda eine Bühne. „We have a responsibility to protect your data, and if we can't, we don't deserve to serve you“, ließ Mark Zuckerberg auf seinem Netzwerk veröffentlichen. Richtig, der „Handel“ oder sagen wir „Verlust“ unserer Daten ist problematisch. Ob du unsere Daten verkaufst oder ob sie dir geklaut werden, macht für uns eigentlich keinen Unterschied – mit *Verantwortung* hat Facebook jedenfalls rein gar nichts zu tun. Mindestens so viel Verantwortungsbewusstsein haben die USA – für das Bombardement im Jemen werfen sie mit Waffen um sich und liefern diese gern an Saudi-Arabien. Der saudische Kronprinz, der für den Krieg verantwortlich ist, war zum Staatsbesuch in Washington. Währenddessen wurde eine Initiative zur Einstellung der US-Militärhilfen für Saudi-Arabien im Senat gestartet. Trump hingegen fuchtelte mit Schautafeln herum, die zeigen sollen, wie toll das Militärbündnis läuft – ja, das ist sein Ernst.

Permanenter Wandel ...

Veränderungen mit Change-Marketing aktiv begegnen.

Gastkommentar

••• Von Fred Reiss

DIGITALISIERUNG. Viele Unternehmen sind bereits die ersten Schritte gegangen und haben einen ersten unternehmerischen Wandel von analogen zu digitalen Prozessen vollzogen. Doch damit nicht genug: Die rasante Entwicklung von Technologien fordert von Unternehmen eine ständige Anpassung an ihre Umwelt. Veränderungen im Unternehmen stellen jedoch nach wie vor eine große Herausforderung dar. Erstens beeinflusst die fortschreitende Digitalisierung die Mitarbeiter – Veränderungen von gewohnten Prozessen werden nicht immer begrüßt. Zweitens muss nach einer unternehmerischen Wandlung auch das Unternehmensbild nach außen verändert werden, um am Markt bestehen und im Idealfall sogar die Position stärken zu können. Der Schlüs-



Fred Reiss, kaufmännischer Geschäftsführer falknereiss.

selpunkt für eine erfolgreiche Durchführung von Veränderungsprozessen ist eine strategisch durchdachte und abgestimmte interne und externe Kommunikation. Unternehmen müssen Veränderungen mit Change-Marketing aktiv begegnen und sie nicht als zusätzliche Arbeit, sondern als Chance betrachten.

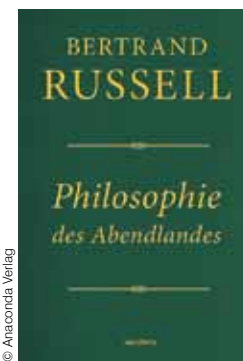
Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

”

Facebook ist zu einer Bestie geworden.“

Zitat des Tages

Yanghee Lee, zuständige Ermittlerin der UNO, die die Eskalation der Gewalt in Myanmar untersuchen lässt



© Anaconda Verlag

BUCHTIPP

Philosophie des Abendlandes

LEHRRICH. Die Philosophie erscheint dem ein oder anderen furchtbar komplex und womöglich ist sie das auch – doch viele große Theorien gelten als Allgemeinwissen. Gut, dass der Nobelpreisträger für Literatur, Bertrand Russell, einen so erhellenden Streifzug durch gut 2.500 Jahre europäische Geistesgeschichte macht und dabei nicht nur eine bloße Chronik erstellt, sondern hellsichtig und meinungsstark Partei ergreift, mit Blick auf gesellschaftliche und politische Hintergründe. Ein faszinierendes Buch.

864 Seiten; Anaconda Verlag; ISBN: 978-3730605455

© Dieter Steinbach