



RAUBTIER-PSYCHOSEN DER OLD ECONOMY

Fake new world...

FAKE NEWS & POLITIK

Unterstellungen sind gefährlich, aber in Zeiten des Viralen ein Massenphänomen. Und was tun, wie reagieren, wenn man zwischen Fake News und Realität nicht mehr unterscheiden kann? Programme wie „face2face“ erlauben es, Personen, völlig glaubwürdig, Sätze in den Mund zu legen. Das Programm moduliert die Sprache und die Mimik so exakt, dass man den Fake nicht erkennt. Und dafür muss man kein Profi und technisch aufwendig ausgestattet sein. Diese und andere Techniken haben das Potential Präsidenten zu machen, Staaten zu stürzen und dezentrale Geopolitik über Trolle zu inszenieren. Das ist erst der Anfang einer neuen Ära der Manipulation! Misstrauen gehört nicht länger zu einer Tugend von Paranoiden, sondern wird allgemeine Kultur der Medienrezeption.

Fotos ist längst nicht mehr zu trauen und dem Wort erst recht nicht. Ganze Nationen engagieren Profis, die Fake News und Dirty Campaigning betreiben. Meist aus dem Ausland, um den Spuren und der Judikatur auszuweichen. In den USA tobt ein juristischer Machtkampf über die mögliche Einflussnahme Russlands auf den Wahlkampf von Trump. In Österreich war es sogar die demokratische Instanz der SPÖ, die einen solchen Wahlkampf beauftragte. Und darüber stolperte. Peter Pilz, eine gewählte Instanz der neuen Regierung, wurde ein „Opfer“ des Dirty Campaginings und des aktuellen Hashtags „me too“. Ein bisschen naiv mutet dabei im neuen Regierungsprogramm die Absicht an, dass man bis 2020 erste Versuche der direkten Mitbestimmung einführen möchte. Bis dahin ist sie längst angekommen. Nur nicht das politischen System des Old Government.

Man muss nicht Ökonomie studiert haben, um zu erkennen, dass unter der Oberfläche, dort wo Glasfaserkabel unermüdlich faken, sich etwas Mächtiges vernetzt. Historiker wie Niall Fergusan und renommierte Ökologen warnen eindringlich vor dem Untergang der Demokratie durch Facebook und Co. Wer besser lügt und netzwerkt, der hat die Wahrheit auf seiner Seite. Drei große und omnipotente Monopole haben sich fast unbemerkt in unsere Welt und Märkte verkabelt. Google als Suchmaschine, die Wissen, Begierden und Süchte managet, Amazon als E Commerce, welche diese in Form von Waren weltweit zu uns bringt und Facebook als soziales Netzwerk, das unsere Privatsphäre genau daraufhin analysiert. Die Regulative der geo- und nationalpolitischen Systeme versagen gegenüber den schier allmächtigen und durch Algorithmen gesteuerten Onlinesystemen, die sich mit ihrer globalen Strategie außerhalb der Grenzen bewegen. Da hilft auch das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetDG) und Milliarden Steuern Strafen für die Onlinemonopole nicht. Nach Deutschland hat auch

Emanuel Macron im Jänner 2018 ein Gesetz gegen Fake News angekündigt. Online ist zu einem globalen Staat geworden, für den eigene Gesetze gelten. Zu spät haben die vormals Mächtigen dieser Welt die weitreichende sozioökonomische Veränderung bemerkt. Selbst Milliardäre und Meinungsmacher wie Rupert Murdoch kommen dem nicht an. Aufgrund der neuen digitalen Konkurrenz hat er seine Anteile an den Medienkonzern kürzlich verkauft. Google, Amazon, Facebook und Co verändern alles. Die Versuche der Regulierungen kommen zu spät.
A cloud without rules...

WER EINMAL LÜGT, DEM TRAUE NICHT. WER BESSER LÜGT, DEN KAUFTE MAN SICH...

Der geflügelte Spruch „to big to fail“, der einst für die Finanzriesen der Welt galt, hat sich in einen anderen, weit mächtigeren Begriff transformiert – Big Data. Information ist das Öl, Gold und Bitcoin unserer Zeit. Was sich genau dahinter verbirgt vermag niemand wirklich auf den Punkt zu bringen. Es scheint so etwas wie das Tagebuch des gläsernen Menschen zu sein. Nichts bleibt dort verborgen, selbst seine weiteren Schritte in die Zukunft sind darin festgehalten. Utopisch anmutende, aber reale Technologien wie Blockchain und Algorithmen versuchen dieser Allmacht an Information Herr zu werden und sie zu managen. Sie sind die die wahren Vertriebsprofis, Trendscouts und Meinungsmacher der Neuzeit. Mit etwas Sarkasmus könnte man meinen, wir haben die Büchse der Pandora nicht gefunden, aber dafür neu geschaffen. Big Data ist eine Black Box mit einem superneuronalen Sprengkopf.

STAATSBÜRGERSCHAFTEN UND GUTBÜRGER PER MAUSKLICK

Online verändert die Ökonomie und Politik dramatisch. Und das geschieht jetzt. Ein gutes Beispiel ist das Digitalwunderland Estland. Das Land hat eine 16 Jahre langen Um- und Ausbau der digitalen Kommunikation auf nationaler Ebene hinter sich. Hier gibt es keine Papierbürokratie mehr. Steuererklärungen und Unternehmensgründungen sind online im Handumdrehen erledigt. Fast alles ist online dem Bürger vertraut und wird praktiziert. Dank Blockchain, welches dort ein stattliches Basisprogramm darstellt. Bemerkenswert aber ist, dass man in Estland die virtuelle Staatsbürgerschaft eingeführt hat. Gegen eine geringe Gebühr ist man offiziell Este und hat Zugang zum EU Binnenraum. Dieses Service hebt konventionelles politisches und rechtsstaatliches Denken aus... Jeder Österreicher und Deutsche, der einmal eine Förderung, Gewerbeanmeldung, oder lediglich Auskunft eingeholt hat, weiss darum.

China, die digitale Nation auf Vormarsch schlechthin, erfindet gerade die digitale Demokratie mit dem wohl umfangreichsten Programm der Welt neu. China ist im realen Anfangsstadium alle Aktivitäten seiner Bürger durch Daten und Gesichtserkennung zu erfassen und diese durch ein staatliches Punktekonto zu reglementieren. Das System hat den klingenden Namen „Sozialkreditsystem“ und

die zuständige Institution nennt sich „Amt für Kreditwürdigkeit“. Vormalig bezeichnete sie sich sogar als „Amt für Ehrlichkeit“. Selbst unbedarften treuen Bürgern dürfte die eigentliche Absicht hinter diesen Bezeichnungen nicht entgehen. Das System ist mit nationalen Datenbanken verbunden, die auf Großrechner von Banken, Plattformen und sozialen Medien zurückgreifen. Dort evoziert die Technologie gerade den realen Big Brother, der alle Spuren des Lebens erfasst und interpretiert. Wohin die Reise geht, wie lange man Sport macht, sich im Sinne der Doktrin artikuliert, welche Wörter im Mailverkehr vorkommen, ob man die Rechnungen bezahlt hat, den Hundekot entsorgt, etc. Das Punktekonto dahinter beschenkt, oder bestraft die Menschen dafür. Bei einem hohen „citizen score“ erhalten die Kinder leichteren Zugang zur Ausbildung und man bekommt schneller einen Kredit. Wer unter die magische Grenze von 555 Punkten fällt, dem droht, was man heute über Chinas Umgang mit Regimekritikern längst weiß. Dies ist KEINE Dystopie, sondern soziale Realität eines Staates, der sich elementar der Hochtechnologie zum Umbau der politischen Wirklichkeit bedient. Hier verkehrt sich das Potential der Fake Kultur ins Gegenteil und wendet sich nicht gegen das Regime, sondern wird von diesem instrumentalisiert und manipuliert.

FAKE INTELLIGENZ

Von welcher Seite diese Allmachtsphantasien auch immer ausgehen, ihnen entgegen steht eine abstrakte künstliche Intelligenz, die im hohen Maße autonom und von wenigen Menschen gesteuert wird. Persönlich bezeichne ich Big Data besser als künstliche Potenz anstelle von Intelligenz, denn über den Wirkungsbereich lässt sich streiten, aber über ihre Macht längst nicht mehr. Es geht nicht um den Diskurs inwieweit KI tatsächlich intelligent ist, sondern um die Tatsache, dass sie zu Entscheidungsfindungen befähigt und bemächtigt ist. Das ist der Punkt! Die Systeme von Alphabet, Google Brain, Deep Mind und IBM entwerfen Programme, die Systeme von automatisierten Wissen entwerfen. BakerHostetler, die führende amerikanische Rechtsanwaltskanzlei, arbeitet mit Ross. Ross arbeitet unzählige Archive und Dokumente auf und zitiert jede rechtsgültige Entscheidung in der Klagebegründung. Ross hat die Potenz von Millionen Anwälten. Ob da die Intelligenz eines einzigen dagegen ankommt? Gemein ist den Systemen von Big Data jedenfalls, dass sie zu einer gefährlichen Form des Antihumanismus führen. Gefährlich, weil unerkant und unwidersprochen erwünscht.

KI - VIAGRA FÜR KÜNSTLICHE POTENZ

Wo führt diese Entwicklung, bezogen auf menschliche und unternehmerische Innovationen, hin? Der Schwerpunkt verlagert sich eben auf eine abstrakte Potenz, anstelle menschlicher Intelligenz. Ich persönlich denke, darin liegt das eigentliche Momentum einer epochalen Trendwende. Man überantwortet Innovationen, Marktentwicklungen und Trends datengetriebenen Systemen. Diese entscheiden aufgrund der Datenmenge und NICHT auf Basis des Genius menschlicher Ideen.

Dies verändert den Markt, die Ökonomie und die Politik. Ich spreche von autokratischen Märkten.

FAKE BRANDS und FAKE MENSCHEN

Nicht nur Informationen unterliegen dem Trend des Fakes. Markenplagiate erfreuen sich gigantischer Umsätze. Möglich gemacht, durch E Commerce. Niemand ist mehr genötigt eine Reise nach China, Türkei, oder Indien zu tätigen, um die beliebten Replikat zu erwerben. Amazon liefert uns diese gerne frei Haus. Gefälscht wird alles. Medikamente, Mode, Schmuck, Kosmetika, Nahrungsmittel, etc. Laut OECD beträgt der Gesamtmarkt über 400 Milliarden Euro im Jahr. Rund 2,5% des gesamten Welthandels. Bis 2022 werden mehr als 900 Milliarden Umsätze mit Fälschungen prognostiziert. Auch hier treibt der Onlinehandel die Entwicklung an und auch hier müssen bis dato die Plattformen keine Haftung übernehmen! Die EU Richtlinie ist 13 Jahre alt und hinkt, wie in fast allen anderen Onlinebereichen, weit der explorativen Entwicklung nach.

Die Produktqualität der Marken kann man ebenso, weitgehend und immer mehr, zur Kategorie der Fakes zählen. Längst hat sich die Information verbreitet, dass Produkte gezielt so entwickelt werden, dass sie knapp nach der Garantiezeit ihre Seele langsam aushauchen. Ersatzteile und Serviceleistungen kosten ab diesem Zeitpunkt weit mehr, als die Anschaffung des neuen Modells. Die Produktzyklen haben sich dem Turbokapitalismus angepasst. Bemerkenswert finde ich die umgekehrt proportionale Logik der industriellen Garantieleistungen. Je teurer ein Produkt, desto kürzer die Garantie. Ein günstiger PKW, der in der Anschaffung, weniger als die Hälfte der gehobenen Mittelklasse kostet, wirbt mit 5 Jahren Garantie. Das Luxusmodell hingegen bietet lediglich 2 Jahre. Verkehrte Welt. In diesem Punkt spiegelt sich eine fundamentale Paradoxie unserer Zeit. Einerseits ist die Gesellschaft nahezu krampfhaft auf der Suche nach Gemeinwohl. Das Wort „Gemeinwohl“ findet sich in allen Neujahrsansprachen der europäischen Staatsvertreter als fixe Konstante. Auf der anderen Seite, entstehen immer mehr Gruppen, die sich radikal bis radikalisiert abgrenzen. Gerade das Internet ist die wohl lauteste Echokammer der Aus- und Abgrenzungen. Was geschieht hier genau? Unser Versuch des „Global Village“ und damit ständig wachsender Märkte, hat uns die Heimat genommen. Dem Sinn und Wesen nach. Auf der funktionalen Ebene des Marktes und Kapitals lässt sich eine globale Wirtschaft gerne denken und wünschen. Alles, zu jeder Zeit. Immer und günstig. Aber, wenn die politischen und natürlichen Opfer dieser Bewegung in den menschlichen und geografischen Bereich des anderen eindringen, zerplatzt dieser Wunsch an der Realität des Lebens. Die Völkerwanderung und der Terror sind, in der letzten Konsequenz, das Resultat des kapitalgetriebenen „Global Village“. Wir haben Geister gerufen, die wir zuvor nicht einmal kannten. Das Individuum stellt sich gegen das Kollektiv, obwohl wir Sehnsucht nach dem Sozialen, vielleicht nach Gott, vor dem wir alle gleich sind, haben. Das Resultat ist komplex, aber im Wesen auf dieses Faktum zu reduzieren. Die Überforderung der Menschen und der Welt, durch den Optimierungszwang der Kapital- und Warensysteme, führt zur Angst ums Eigene und zum Verlust auf das Gemeinwohl, das wir uns dennoch wünschen.

NACH DER PSYCHOSE KOMMT DIE GESELLSCHAFTLICHE PARANOIA

KULTUR IST KEIN FAKE

Dieses Paradoxon ist die bestimmende Herausforderung für das Marketing, die Ökonomie und Politik unserer Zeit. Wie dem als entwicklungsstechnischer Ansatz entgegenwirken? Verlieren wir einfach den Menschen, seine wahren Motive und seinen Sinn nicht aus den Augen. Das bedeutet den Fokus eindeutig auf die Kultur zu legen. Kultur kann man nicht faken. Das Management der Old Economy verfällt exakt in die oben zitierten Ängste um das Eigene und verbohrt sich nur vehementer in die bisher erfolgreichen Strategien und Mechanismen. Je höher der Leidensdruck, umso größer die Psychose und der Drang zur Autorität. Kein guter Nährboden für Lösungsansätze und der Entwicklung einer heute nötigen Marken-, Vertriebs- und Mitarbeitercommunity. Employer Branding darf nicht länger ein Schlagwort und einfache Methode sein. Der authentische Umgang mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, Shareholdern, etc. ist der einzige Weg der Komplexität Herr zu werden und nicht selbst zu einem Fake zu werden. SEIN ist gefragt. STATEMENTS sind die Antworten. Allesamt schöne Worte. Aber wie setzt man dies um?

Ein Beispiel aus dem Sport. Ismail Atlan, ist ein Fußballtrainer, der 2015 den Verein Sportfreunde Lotte übernahm und diesen zu unglaublichen Leistungen führte. David gegen Goliath im Spiel der Spiele. Sein Geheimnis ist einfach, aber substantiell in Bezug auf unser Thema wahr. Er selbst erklärt es mit dem Teamgeist, also der Kultur, wie sich jeder Einzelne gegenüber dem anderen und der Mannschaft verhält. Nach ihm, kann eine Mannschaft ohne Seele langfristig keinen Erfolg haben. Er und andere Erfolgsgeschichten aus dem Sport erzählen immer die gleiche Geschichte. Nicht das viele Geld, dieser gigantischen Maschine Fußball, lässt den Funken, den Lauf einer Mannschaft erklären, sondern, ich zitiere Trainer großer Erfolge: „wie gut man zu den Spielern ist“, „wie sie über Erfolg und Misserfolge denken“, „wie sie miteinander umgehen“, etc.

BRICHT DAS HERZ - STRIBT DIE MARKE

Dieses Phänomen lässt sich auf alle Situationen des unternehmerischen Handelns übertragen. Auch die moderne Medizin erkennt die Seele des Menschen und in ihrer Veräußerung ihre Kultur an. Man kann an gebrochenem Herzen sterben. Die Medizin hat eine neue und etablierte Fachrichtung dazu, die sich Psychokardiologie nennt. Eine innere Kündigung eines Mitarbeiters ist letztlich nicht mehr als ein gebrochenes Herz. An diesem kann der ganze Organismus, sprich das gesamte Unternehmen, oder die Marke erkranken.









Jahrzehnte lang erworbene Märkte können in der Geschwindigkeit der heutigen Zeit, aus dem Nichts, so am plötzlichen Herztod sterben. Zumeist nur, weil das Management, oder die Eigentümer kein Herz für ihr Produkt und das Human Kapital

hatten. Der Komplexität und dem Fake unserer Zeit, kommt man nur mit der Wahrheit des Menschen an.

Ansonsten verlieren wir uns in der Potenz der Systeme. Das Kino zeigt uns beispielhaft, wie man komplizierte Sachverhalte mit Emotionen illustriert. Emotionen,

das fühlende Denken, ist der Weg diesem Chaos kompetent zu entgegen und wohl der evolutionäre Schritt in den wir gerade hineinwachsen. Story Telling ist heute nicht nur ein Gebot der Markenentwicklung, sondern vor allem der Unternehmensentwicklung, der Seelsorge um das Human Kapital. Aber vergessen Sie nie! Die Seele richtet sich immer nach dem Guten, Wahrhaftigen und Sinnvollem aus. Künstliche USP's, also aus jedem Schwimmteich einen Natur SPA und einem geschriebenen Leitbild eine gelebte Unternehmenskultur abzuleiten, funktionieren nicht mehr.

ONLINE OMNIPOTENZ PRO MINUTE

	1,7 Mio. Posts 4 Status auf „verheiratet“
	21 Mio. Nachrichten
	2,5 Mio. Suchanfragen
	56 Tsd. Bilder
	461 Tsd. Tweets
 Spotify	600 Tsd. Songs
 tinder	950 Tsd. Matches
 YouTube	300 Stunden Videos
E-MAILS	1,5 Mio.
SMS	16 Mio.