

Audit Committee Quarterly

extra

DAS MAGAZIN FÜR CORPORATE GOVERNANCE

Audit Committee
Institute e.V.

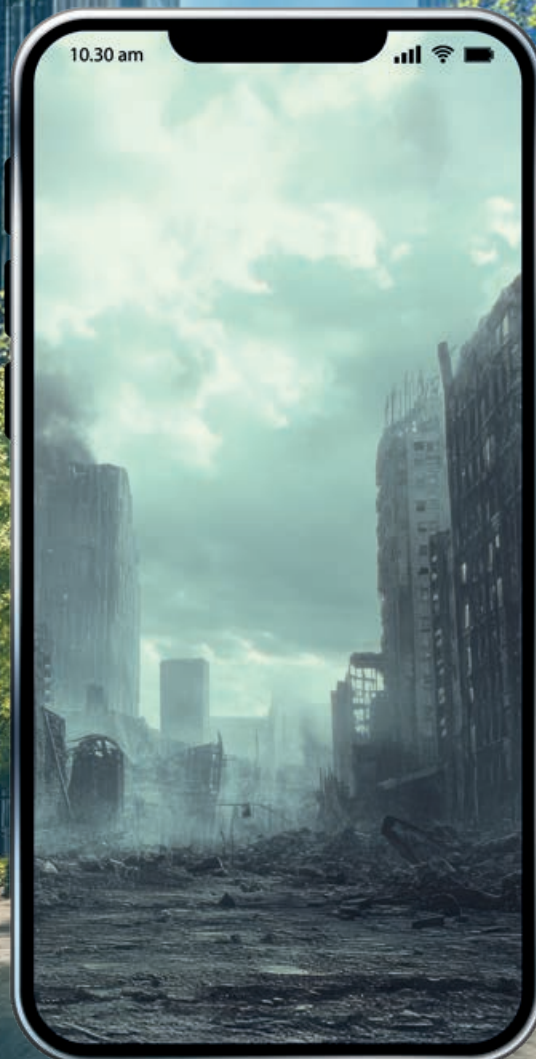
Gefördert durch



FAKE FUTURES ODER DAS ENDE DER REALITÄT

Wie Falsch- und Desinformationen
die Zukunft verändern

In Kooperation
mit:
TREND ONE



INHALT

FAKE FUTURES ODER DAS ENDE DER REALITÄT

3 Vorwort

Angelika Huber-Strasser

4 Einführung

Nils Müller, Petra Eileen Lichtenau und
Prof. Dr. Heiko von der Gracht

5 Einschätzung globaler Risiken nach Schweregrad auf Zwei-Jahres-Sicht

1 | Fake News – Hintergründe und Risiken

- 6 Definition Falsch- und Desinformationen
- 7 Ziele und Motive für die Verbreitung von Fake News
- 8 Steigendes Risiko durch Fake News und Desinformationen
- 10 Steigende Akzeptanz von Fake News

2 | Fake News – Veränderung der Realität

- 12 Implikationen von Fake News
- 13 Einfluss von Fake News auf die Zukunft
- 16 **Exkurs: Technologische Entwicklung**
Wie man Technologieentwicklungen lesen lernt

3 | Vier szenarische Zukunftsbilder, wie Fake News die Zukunft verändern könnten

- 18 Grundlegende Annahmen als Basis der vier Szenarien
- 20 Hintergrundinformation zur Verdeutlichung der Szenario-
Erstellung
- 22 Szenario 1: Aufklärungszeitalter 2.0
- 24 Szenario 2: Unendliche Geschichte
- 26 Szenario 3: Die Wahrheitsmaschine
- 28 Szenario 4: Das Ende der Geschichte

4 | Fake News – Herausforderung für Unternehmen und Management

- 30 Auswirkungen von Fake News auf die Wirtschaft
Verantwortlichkeit von Vorstand und Aufsichtsrat im
Themenfeld Fake News
- 32 **Exkurs:** »Fake News Awareness«-Radar für Unternehmen

37 Fazit: Positionierung gegen Fake News – Der Handlungsspielraum schließt sich schnell

- 38 Bestellformular
- 39 Impressum



Hintergrundmotiv:
KI-generiert

Fake Futures oder das Ende der Realität

Klare, gemeinsame, gesellschaftliche und religiöse Werte waren über die Jahrhunderte für viele Gemeinschaften die Grundlage für Stabilität und Wohlstand. Denn besonders in Zeiten des Umbruchs geben gemeinsame Wertvorstellungen und Verhaltensnormen einer Gesellschaft Orientierung und dienen als Leitplanken für ein einvernehmliches Zusammenleben, wirtschaftliche Zusammenarbeit und technologische Entwicklung.

Kennen Sie das noch? Das historisch gewachsene Leitbild des »ehrbaren Kaufmanns«, welches für ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein für das eigene Unternehmen, für die Gesellschaft und für die Umwelt steht und dessen Verhaltenskodex auf Tugenden und Werten beruht, die die eigenen Interessen im Einklang mit denen der Gesellschaft verfolgen.

Unsere heutige Zeit ist in vielen Bereichen wieder von starken Umbrüchen geprägt. Und in dieser Situation sehen wir uns als Gesellschaft einem Phänomen gegenüber, das grundsätzliche Werte an vielen Stellen infrage stellt oder neue erschafft: dem Siegeszug von Falsch- und Desinformationen – umgangssprachlich »Fake News«. Ihr Auftreten und ihre Folgen verändern den Diskurs und die Formen der Kommunikation signifikant. Dies ist besonders kritisch, da Werte und gesellschaftliche Normen kommuniziert und damit geteilt und gelebt werden müssen, um für eine Gemeinschaft relevant zu sein. Werden sie verändert, verwässert oder lässt sich nicht mehr erkennen, welche Werte die »gemeinsamen« sind, können sie ihre Aufgabe nicht mehr erfüllen. Die Entwicklungen im Bereich Fake News, die – wie wir in einigen Beispielen im Folgenden aufzeigen werden – bereits die Realität verändern, sind daher höchst besorgniserregend. Denn: Langsam und stetig, scheinbar unbemerkt von breiten Gesellschaftsschichten, ist der Einfluss von Fake News zu einem weltweiten, höchst bedrohlichen Phänomen geworden.

Neben der geopolitischen Unsicherheit, den Auswirkungen des Klimawandels und den Unwägbarkeiten weiterer Pandemien stellen Fake News eine der großen Gefahren unserer Zeit dar. So sieht auch der Global Risk Report des World Economic Forum aus den Jahren 2024 und 2025 Falsch- und Desinformation als eines der zentralen Risiken der Gegenwart sowie der nächsten Dekade.

Was bedeutet es also aus persönlicher, wirtschaftlicher und politischer Sicht, wenn heute alle Bereiche des Lebens von Fake News durchdrungen sind und der Einsatz von künstlicher Intelligenz zu einer immer weiteren Professionalisierung der Erstellung und Verbreitung von Falsch- und Desinformationen führen wird? Welche Implikationen wird diese Entwicklung haben? Werden wir zukünftig noch die

Fähigkeit und die Möglichkeit haben, falsche Informationen zu erkennen und uns selbst, die Gesellschaft und die Unternehmen zu schützen?

Diese Fragen sollten wir uns alle stellen, denn wenn wir dies nicht tun, könnte sich das Thema Fake News in einer Art und Weise verselbstständigen, die wir nicht mehr beherrschen können. Dies würde zu Veränderungen und Machtverschiebungen in ungeahntem Ausmaß führen und möglicherweise zu einem Leben in vielen, parallelen und häufig divergierenden Realitäten. Einen Vorgeschmack, wohin die Reise gehen könnte, haben wir im Superwahljahr 2024, in dem knapp die Hälfte der Weltbevölkerung zu Wahlen aufgerufen war, bereits erlebt. Neben den zu bedenkenden politischen Implikationen werden Fake News jedoch auch ein immer wichtigeres Thema für die Wirtschaft. Bereits 2019 hat Statista die weltweiten Kosten für Fake News auf ca. 80 Mrd. US-Dollar geschätzt und die Desinformationsangriffe auf Unternehmen nehmen stetig zu.

Vor diesem Hintergrund ist es aus unserer Sicht für jede Aufsichtsrätin und jeden Vorstand wichtig, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen, Werte und Normen für das eigene Handeln und das des Unternehmens neu auszuloten sowie etwaige Risiken frühzeitig zu erkennen und Präventionsmaßnahmen zu ergreifen. Wie schätzen Sie die Situation ein?

Ihre

Angelika Huber-Strasser

Leiterin des Audit Committee Institute e.V.,
Regionalvorstand Süd der
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Einführung

Haben Sie sich schon einmal gewundert, wie oft der eine oder die andere Prominente vor einer Scheidung steht oder wieder ein Kind erwartet? Waren Sie in der Coronakrise verunsichert, welche Informationen über die Impfungen und die Gefahren glaubhaft sind oder auch nicht? Sind sie irritiert über die unterschiedlichen Informationen, welche rund um die Wahlen beispielsweise in der EU und den USA verbreitet wurden? Und: Wissen Sie, wer *Shudu Gram* oder *Lil Miquela* sind (die beiden gehören zu den bekanntesten virtuellen Influencern)? Kurz: Wie gut erkennen Sie, was Fake News und was korrekte, echte Informationen sind und wo Wirklichkeit und künstliche Welten verschwimmen?

Vermutlich denken Sie zu Recht, dass es bei einigen der oben aufgeführten Beispiele nicht relevant ist, zu unterscheiden, was korrekte und was falsche Informationen sind, oder zu erkennen, ob die Absender reale oder virtuelle Personen sind. Doch wir werden zukünftig vermehrt auf Informationen stoßen, bei denen es sehr wohl relevant oder sogar (überlebens-)entscheidend sein wird, den Unterschied zu erkennen. Und zudem ist es für die von obigen Falsch- oder Desinformationen betroffenen Personen vermutlich häufig durchaus relevant, Fake News nicht die Oberhand über die eigene Vita zu geben.

Fakt ist: Mit den Fortschritten in der Kommunikationstechnologie, vom Buchdruck über Telefon, Radio und TV bis hin zu den digitalen Medien der heutigen Zeit und den zukünftigen Optionen des Metaverse, haben die Möglichkeiten (auch im Hinblick auf die quantitative Verbreitung) und die Geschwindigkeit der Verbreitung von Informationen kontinuierlich zugenommen – alle Arten von Desinformationen eingeschlossen. In unserem digitalen Zeitalter sind Letztere an der Tagesordnung. Um mit diesen Entwicklungen Schritt zu halten

und sich eine eigene Meinung zu den mit Fake News verbundenen Fragestellungen für Unternehmen bilden zu können, sind Kenntnisse über die Formate und technologischen Entwicklungen unerlässlich. Außerdem benötigt man ein Verständnis davon, wer sich wie und warum von Fake News beeinflussen lässt und wie man sich selbst oder das eigene Unternehmen resilienter gegenüber den neuen Gefahren aufstellt. Im ersten Teil dieser Publikation beschäftigen wir uns in komprimierter Form und ohne Anspruch auf Vollständigkeit mit diesen Fragen.

Im Anschluss legen wir den Fokus auf die Fragestellung, wie Fake News schon heute die Zukunft verändern, also wie aus Fake News (falschen Informationen) Fake Reality (eine »falsche« Realität) und daraus eine Fake Future (eine veränderte, »falsche« Zukunft) wird. Zudem zeigen wir mit einer Szenario-Analyse auf, welche Entwicklungen möglich sind, und verdeutlichen damit zugleich, warum das World Economic Forum das Thema Fake News zu Recht weiterhin als großes Risiko einstuft.

Was bereits heute möglich ist, zeigen die von TRENDONE ermittelten »Micro-Trends« in den Kapiteln 2 bis 4 auf: aktuelle Entwicklungen und bereits anwendbare Trends rund um KI, Fake News und Fake Futures aus aller Welt. Die Micro-Trends verdeutlichen die Entwicklung und geben Inspiration für Neues.

Werfen Sie mit uns einen Blick in die Zukunft und entscheiden Sie selbst, in und mit welcher Realität Sie leben wollen!

Nils Müller
CEO der TRENDONE GmbH

Petra Eileen Lichtenau
Senior Manager,
ESG Center of Excellence,
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Heiko von der Gracht
Head of Technology Foresight,
Technology Services,
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Einschätzung globaler Risiken nach Schweregrad auf Zwei-Jahres-Sicht

1. **Falschinformation und Desinformation**
2. Extreme Wetterereignisse
3. Bewaffnete Konflikte auf staatlicher Ebene
4. Gesellschaftliche Polarisierung
5. Cyberspionage und -kriegsführung
6. Umweltverschmutzung
7. Ungleichheit
8. Unfreiwillige Migration oder Vertreibung
9. Geowirtschaftliche Konfrontation
10. Aushöhlung von Menschenrechten und/oder bürgerlichen Freiheiten



Quelle: Weltwirtschaftsforum Global Risks Perception Survey 2024–2025

Foto: KI-generiert

Virtuelle Influencer

Bei virtuellen Influencern handelt es sich »um computergenerierte Charaktere [...], die auf den Plattformen wie menschliche Influencer*innen agieren. Sie sind keine realen Menschen, sondern werden oftmals von Unternehmen kreiert. Diese schreiben ihnen eine individuelle Rolle mit einer eigenen Persönlichkeit sowie einem spezifischen Hintergrund zu.« (Hofeditz et al., 2022)¹



1 | Fake News – Hintergründe und Risiken

Foto: KI-generiert



Fake News

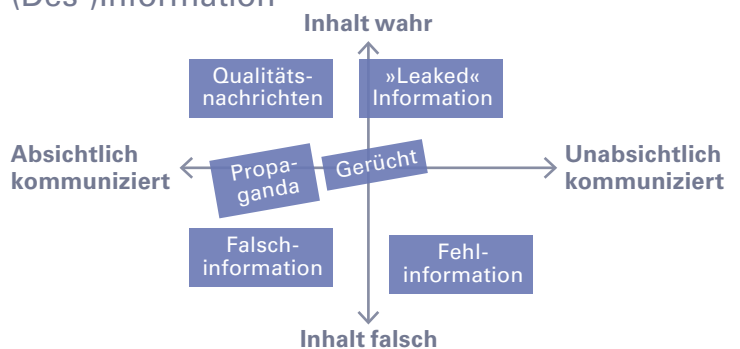
Als Fake News werden »in den Medien und im Internet, besonders in sozialen Netzwerken, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen« bezeichnet. (Duden online)²

Definition Falsch- und Desinformationen

Wenn man sich mit dem Thema Desinformationen und Fake News beschäftigt, ist es wichtig, die verschiedenen Arten von falschen/fehlerhaften Informationen, die sich durch ihren anteiligen Wahrheitsgehalt sowie die absichtliche oder unabsichtliche Verbreitung der Information unterscheiden, zu kennen.³ Grundsätzlich sind Falschinformation, geleakte Information oder Fehlinformation problematisch. Die folgende Grafik visualisiert eine grobe Einordnung, wobei sich in der Fachliteratur viele weitere Formen von Desinformationen finden, die identifiziert werden können.

Abbildung 1: Einordnung von Falsch- und Desinformationen (eigene Darstellung)

Grundlegende Kategorisierung und Beispiele für (Des-)Information



1 Hofeditz, Lennart/Nissen, Anika/Schütte, Reinhard/Mirbabaie, Milad (2022): Trust Me, I'm an Influencer! – A Comparison of Perceived Trust in Human and Virtual Influencers, in: ECIS 2022 Research-in-Progress Papers, 27. Kristiansand, abrufbar unter https://aisel.aisnet.org/ecis2022_rfp/27

2 Dudenredaktion (o. J.): Fake News, in: Duden online, abrufbar unter <https://www.duden.de/node/44637/revision/1318939>

3 Dabei hat die Heterogenität der verschiedenen Akteure, Motive sowie der Anwendungsbereiche von Fake News in unterschiedlichen Fachdiskussionen Anerkennung gefunden; zu den akuten Gefahren, die für Unternehmen von aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit Desinformationsangriffen ausgehen, vgl. u. a. Wolff, Uwe (2024): Desinformationsangriffe auf Unternehmen abwehren. Das dunkle Geschäft mit Fake News & Co und wie man sie bekämpft. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Aus der Definition in Abbildung 1 wird klar, dass Fake News immer mit einer Absicht und mit einem Ziel verbunden sind, das durch ihre Verbreitung erreicht werden soll. Um die Gefahren, die aus Desinformationen erwachsen, umfassend zu verstehen, ist es wichtig, die Gründe für ihre Verbreitung zu verstehen und warum die Risiken in der aktuellen Zeit größer sind als in der Vergangenheit.

Ziele und Motive für die Verbreitung von Fake News

Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass Falsch- und Desinformationen die Menschheit bereits sehr lange beschäftigen. Schon das achte Gebot der Bibel »Du sollst nicht falsch Zeugnis reden wider deinen Nächsten« nimmt das Thema auf. Es macht deutlich, dass Lügen, Verleumdung und Rufmord in vielen Gesellschaften zu finden waren. Zur Zeit der zehn Gebote ging es allerdings um die Kommunikation zwischen einzelnen Personen oder innerhalb kleinerer Personengruppen.

Im Laufe der Geschichte und der Entwicklung großer Zivilisationen wurden Desinformationen zunehmend im religiösen und politischen Kontext eingesetzt, um eine Beeinflussung der öffentlichen Meinung und damit auch breiter Massen zu erzielen. Die Motive des handelnden Akteurs für den Einsatz und die Verbreitung von Desinformationen sind dabei in der Regel das Erlangen eines Vorteils (nicht immer finanzieller Art) oder Machterhalt.

Mögliche Motive für Falsch- und Desinformation (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

Einflussnahme auf die Religion

Falsch- und Desinformationen werden häufig im Zusammenhang mit der Beeinflussung der religiösen Einstellung genutzt. Tatsächlich wurde sogar der Begriff »Propaganda« im Mittelalter im Zusammenhang mit der Gegenreformation geprägt, die die Ausbreitung des Protestantismus verhindern und gleichzeitig das Bekenntnis zum katholischen Glauben festigen und erweitern sollte. Wie die Geschichte zeigt, sind Kriege rund um die Ausbreitung von Religionen, um heilige Orte oder religiöse Auslegungen weitverbreitet. Propaganda und Desinformationen waren und sind in diesem Zusammenhang ein wichtiges Mittel der Beeinflussung der unterschiedlichen Parteien.

Hinweis: Abzugrenzen ist die versuchte Einflussnahme auf das religiöse Bekenntnis des Einzelnen von den Fällen, in denen Religion selbst zu Propagandazwecken genutzt wird, etwa zur Rechtfertigung von Verbrechen gegen die Menschlichkeit.

Einflussnahme auf Politik und Gesellschaft

Neben der Beeinflussung im religiösen Bereich wurden Falsch- und Desinformationen schon seit jeher genutzt, um Einfluss auf das politische und gesellschaftliche Geschehen zu nehmen. Besonders deutlich wurde dies im US-amerikanischen Wahlkampf in 2024, bei dem die versuchte Beeinflussung durch ausländische Staaten offiziell dokumentiert wurde.⁴ Ein weiteres Beispiel, bei dem sich politische und gesellschaftliche Einflussnahme vermischen, war die Brexit-Kampagne, deren Ziel es war, die Bevölkerung von einem Ausscheiden aus der EU zu überzeugen und damit ein politisch motiviertes Ergebnis zu erreichen.

Besonders erfolgreich ist zudem der gezielte Einsatz von Falsch- und Desinformationen im Zusammenhang mit Informationen zum Klimawandel oder zur Abholzung des Regenwalds. Bei diesen Themen wird seit Jahrzehnten im großen Stil Lobbyarbeit über Fake News betrieben. Ein UN-Positionspapier aus dem Jahr 2023 identifiziert diese Aktivitäten als eine der großen Gefahren, denn aufgrund der unterschiedlichen Narrative, die über die Kommunikation aufgebaut werden, ist ein gemeinsames Handeln nahezu unmöglich.

Ein weiteres Beispiel für die Wirkung von Falsch- und Desinformationen im gesellschaftspolitischen Bereich zeigt eine aktuelle Studie der Universitäten Hohenheim und Trier, in der nachgewiesen wurde, dass falsche Informationen über Windräder auf große Zustimmung stoßen und so der Ausbau der erneuerbaren Energien erschwert wird.⁵

Motive für die politische und gesellschaftliche Einflussnahme durch Fake News/Desinformationen sind in den oben genannten Zusammenhängen – neben oft idealistischen Beweggründen – überwiegend macht- und wirtschaftspolitische Interessen einzelner Akteure.



4 Vgl. u. a. Bond, Shannon (2024): U.S. officials say Russia is spreading falsehoods about Tim Walz, abrufbar auf NPR online unter <https://www.npr.org/2024/10/22/nx-s1-5161376/russia-tim-walz-video-disinformation>

5 Vgl. Henn, Susanne (2024): Studie der Universitäten Hohenheim und Trier. Falschmeldungen zur Windkraft: Viele Menschen glauben Fake News, abrufbar auf SWR Aktuell unter <https://www.swr.de/swraktuell/falschmeldungen-fake-news-windkraft-raeder-uni-hohenheim-100.html>

Einflussnahme auf Wirtschaftsakteure

Auch Unternehmen und einzelne Wirtschaftsakteure sind im Zusammenhang mit Desinformationen im Fokus. So können Fake News beispielsweise eingesetzt werden, um

- Wettbewerber gezielt zu schädigen (z. B. Falschinformationen zu Produkten, zu Serviceleistungen oder zur »Einstellung« des Unternehmens),
- eigene Umsätze direkt zu erhöhen (z. B. durch die Erhöhung der Klickzahlen für Werbung oder Reichweite in u. a. sozialen Medien) oder um
- finanzielle Vorteile zu erlangen (z. B. Beeinflussung des Aktienkurses).

Die Beispiele zeigen, dass Falsch- und Desinformationen sowohl gegen andere Unternehmen als auch zum Vorteil für das eigene eingesetzt werden können. Im zweiten Fall sind die Geschädigten die eigenen Stakeholder.

Einflussnahme im persönlichen Bereich

Selbstverständlich sind die Möglichkeiten der Nutzung von Desinformationen weiterhin für die Beeinflussung von Einzelnen oder kleinen Gruppen im Einsatz. Beispielsweise zur Ausübung von Rache, bei Neid oder um grundsätzlich Aufmerksamkeit zu erlangen. In diese Kategorie fallen häufig die Falsch- und Desinformationen rund um Prominente.

Alle genannten Ziele und Motive können in unterschiedlichsten Konstellationen auftreten und sind häufig nicht klar voneinander zu trennen. Die Beispiele machen jedoch deutlich, dass es diese Arten der Kommunikation schon lange gibt. Allerdings ist das Risiko- und Schadenspotenzial durch Falsch- und Desinformationen in den letzten Jahren deutlich gestiegen, wie wir im Folgenden aufzeigen.

Steigendes Risiko durch Fake News und Desinformationen

Im heutigen digitalen Zeitalter sind Falsch- und Desinformationen zu einer wesentlich größeren Gefahr als in den Jahrhunderten davor geworden. Zwei zentrale Gründe haben zu dieser Veränderung geführt (siehe auch Abbildung 2):

- **Ausbreitung der digitalen Medien**, insbesondere der Social-Media-Plattformen und Messenger-Dienste: Hierdurch können in kürzester Zeit sehr viele Menschen mittels Informationen erreicht werden, die keiner wie auch immer gearteten Qualitätsprüfung unterliegen.
- **Einsatz künstlicher Intelligenz und Algorithmen**: Die negative Entwicklung im Bereich Fake News wird durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz und Algorithmen erheblich verschärft, da die Nutzung von KI sowohl auf die Entstehung von Falsch- und Desinformationen als auch auf den Umfang und die Qualität entscheidenden Einfluss hat. Algorithmen hingegen steuern, welche Inhalte dem Nutzer in den sozialen Medien zugespielt werden.

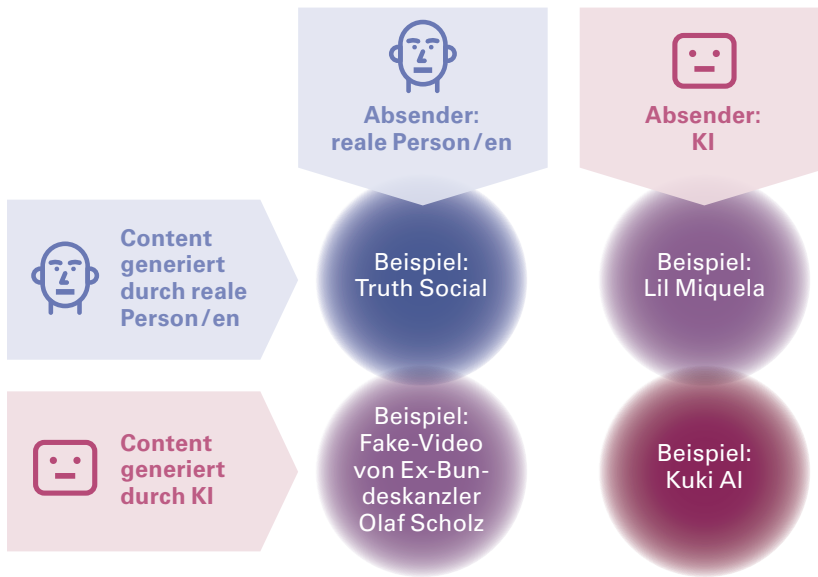
Folgende Aspekte haben sich in den letzten 20 Jahren durch diese Entwicklungen herauskristallisiert und führen nun zu einer deutlich erhöhten Risikosituation durch Fake News:

1. **Fake wird zu Geld**: Die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen wird dadurch beeinflusst, dass sich mit Fake News heutzutage viel Geld verdienen lässt. Denn viele Likes zu einem Post bedeuten viele Follower und dies wird in den sozialen Medien auch monetär belohnt. Ebenso werden durch Clickbait in Form von »aufregenden« Überschriften Werbeeinnahmen generiert. Dabei zeigt sich, dass falsche Informationen wesentlich schneller in den sozialen Netzwerken verbreitet werden können als Wahrheiten, da Fake News in der Regel mehr Emotionen auslösen und einfacher aufzunehmen sind.

Abbildung 2: Warum das Risiko der Verbreitung von Fake News steigt (eigene Darstellung)



Abbildung 3: **Absender-Content-Matrix in Zeiten von KI** (eigene Darstellung)



2. Absenderstrukturen werden komplexer: Die Anzahl der möglichen Absender von Falsch- oder Desinformationen hat sich stark erhöht. Neben realen Personen verbreiten inzwischen virtuelle Personen wahre Informationen oder Falsch- und Desinformationen. Zudem können die Absender selbst wiederum jeweils von realen Personen oder zukünftig von künstlicher Intelligenz gesteuert werden. Damit wird eine Identifizierung der Wahrheit immer schwieriger oder nahezu unmöglich, zumindest ohne technische Hilfsmittel (siehe Abbildung 3).

3. Vernunft als Fundament der Kommunikation und der Diskussion verliert an Wert: Der Begriff »Alternative Fakten« (siehe Glossar) steht für eine mehr oder weniger offizielle Kategorie an Informationen, bei denen der Wahrheitsgehalt nicht bei 100 Prozent liegen muss. Damit werden Lügen und Unwahrheiten sozusagen »legitimiert«, eine Entwicklung, die in der jüngeren Geschichte der westlichen Welt einzigartig ist. Häufig wird zudem bei Falsch- und Desinformationen die Vernunft außer Acht gelassen, da sie stark emotionalisieren und zudem in hohem Maß von der eigenen Weltanschauung geprägt sind. Das ist nicht bloß eine Problemlage für journalistische oder wissenschaftliche Ambitionen: Darin liegt eine grundlegende Erodierung des Modus vernünftiger Diskussionen, bei denen normalerweise die Möglichkeit der Fehlbarkeit eigener Ansichten und Meinungen erwartbar angenommen wird. →

Alternative Fakten

Alternative Fakten (englisch *alternative facts*) ist eine Formulierung von Kellyanne Conway, Beraterin von US-Präsident Trump in der ersten Amtszeit. Im Januar 2017 benutzte sie diese Formulierung während eines Interviews in der amerikanischen Polit-Talksendung *Meet the Press*, um falsche Aussagen des Pressesprechers des Weißen Hauses Sean Spicer zur Publikumsmenge während Trumps Amtseinführung vor dem Kapitol zu rechtfertigen. (Duden online)⁶

In Deutschland und in Österreich wurde »alternative Fakten« zum Unwort des Jahres 2017 gewählt. Der Ausdruck »steht [demnach] für die sich ausbreitende Praxis, den Austausch von Argumenten auf Faktenbasis durch nicht belegbare Behauptungen zu ersetzen, die dann mit einer Bezeichnung wie »alternative Fakten« als legitim gekennzeichnet werden«. (Website »Unwort des Jahres«)⁷

»Der Unterschied zu Fake News wird in der Regel darin gesehen, dass diejenigen, die alternative Fakten verbreiten, zunächst meist selbst an den Wahrheitsgehalt ihrer Äußerungen glauben. Aufgegriffen wird dieses Zitat gern in Berichten über unwahre Darstellungen (nicht nur in Bezug auf Donald Trump).« (Duden online)⁸

6 Vgl. Dudenredaktion (o.J.): Alternative Fakten, in: Duden online, abrufbar unter <https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Alternative-Fakten>

7 Spieß, Constanze et al. (o.J.): Unwort des Jahres 2010–2019, abrufbar unter <https://www.unwortdesjahres.net/unwort/das-unwort-seit-1991/2010-2019/>

8 Dudenredaktion (o.J.): Alternative Fakten, in: Duden online, abrufbar unter <https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Alternative-Fakten>

Eine weitere Gefahr ist, dass viele Menschen bereits jetzt der künstlichen Intelligenz, z.B. in Form von ChatGPT, vertrauen ohne Ergebnisse zu hinterfragen. Allerdings sind die aktuellen KI-Hilfsmittel nicht fehlerfrei und benötigen an vielen Stellen die Einordnung oder Korrektur durch menschliche Gehirne.

4. Hohe Qualität und fehlende Kontrollinstanz:

Eine weitere Herausforderung der Verbreitung von Falsch- und Desinformationen ist, dass heute bei vielen der verschiedenen Möglichkeiten der Kommunikation eine »neutrale« Instanz fehlt, eine Rolle, die in der Vergangenheit häufig vom sogenannten Qualitätsjournalismus oder der Wissenschaft eingenommen wurde. Heute ist es einfach und zu geringen Kosten möglich, ohne Vorbildung oder Erfahrung scheinbar qualitativ hochwertige Informationen zu erzeugen und vor allem zu verbreiten. Auch zahlreiche Medien verwenden inzwischen KI-Tools, wodurch häufig die Qualität der Informationen und ihr Wahrheitsgehalt abnimmt, was wiederum zu einer kritischen Haltung gegenüber dem Qualitätsjournalismus führt.

Steigende Akzeptanz von Fake News

Neben den Gründen für die zunehmenden Risiken, die heute von Falsch- und Desinformationen ausgehen, verändert sich auch die Akzeptanz von Fake News innerhalb der Gesellschaft. Dabei gibt es eine Anzahl von Gründen, warum Menschen Falsch- und Desinformationen überhaupt und teilweise sogar gerne glauben. Unter anderem begünstigen folgende Aspekte, dass Fake News geglaubt werden:

Umwelt und äußere Entwicklungen

Likes & Reach

Die **Häufigkeit** der Bestätigung oder Teilung der Information lässt vermeintlich auf den Wahrheitsgehalt schließen.

Quick & Always on

Der **Zugang** zu Informationen durch die Digitalisierung ist ungleich schneller und einfacher geworden.

Look & Feel

Neue technologische Entwicklungen ermöglichen es, mit sehr geringem Aufwand eine **Vertrautheit** im Aussehen der Kommunikationsformate herzustellen, die bewusst darauf abzielen, den Betrachter zu täuschen.

Mythen & Legenden

Die seit den 2000er-Jahren zunehmende »Aufmerksamkeitsökonomie« führt dazu, dass die sozialen Medien von sehr vielen Individuen genutzt werden, um **Narrative** zu verbreiten, deren Akzeptanz für sie Vorteile bringt. Diese Narrative können z.B. zur Platzierung eines bestimmten Images eines Künstlers genutzt werden, im Falle einiger politischer Akteure zur Durchsetzung der eigenen Weltanschauung verwendet werden oder wirtschaftlich gesehen dem Aufbau des eigenen Geschäftsmodells und der eigenen Erwerbstätigkeit dienen.



Foto:
KI-generiert

Ab hier zeigen die Micro-Trends von TRENDONE immer wieder aktuelle Entwicklungen im Zusammenhang mit KI, Fake News und Fake Futures auf.

Micro-Trend

KI-Bilder in Sekunden auf Smartphone generieren

Forscher:innen des Snapchat-Mutterkonzerns Snap und der Northeastern University haben eine Methode entwickelt, mit der KI-Bilder erstmals in weniger als zwei Sekunden auf dem Smartphone generiert werden können. Nutzer:innen können somit auf sonst nötige leistungsfähige Hardware verzichten. Zudem soll die Methode einen höheren Datenschutz gewährleisten. Das »SnapFusion« genannte Modell kann aus einem Textprompt in kurzer Zeit ein Bild mit einer Auflösung von 512 mal 512 Pixeln erzeugen. »SnapFusion« benötigt dazu nur acht Denoising-Schritte. Zunächst funktioniert die Bildgenerierung allerdings nur auf dem leistungsfähigsten iPhone, dem 14 Pro.

Source: <https://snap-research.github.io>
Initiator: Snap Inc., Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

Persönlichkeitsstruktur des Empfängers

Easy & Uncomplicated Einfach zu konsumierende Informationen, die auf das **eigene Weltbild** »einzahlen« und im optimalen Fall die eigene **aktuelle emotionale Situation** unterstützen, führen häufig dazu, dass diese Informationen nicht hinterfragt werden.

Believe & Perceptions Wer zudem noch einem **kognitiven Bias (Verzerrung)** im Hinblick auf die eigenen Werte und die eigene Wahrnehmung erliegt, ist häufig ein leichtes Opfer für Fake News.

Diese in der Persönlichkeit des Empfängers liegenden Gründe machen es schwer, eine Falschinformation zu korrigieren oder zu stoppen. Denn im besten Fall müssen in der Korrektur die Fake News aufgenommen und ins Verhältnis zur (unabhängig überprüfbar, objektiven) Wahrheit gesetzt werden. Damit wird häufig bereits ein Komplexitätsniveau erreicht, das über die in den sozialen Medien übliche geringe Aufmerksamkeitsspanne hinausgeht. Die Wahrheit hat es in diesem schnelllebigen Umfeld schwer.

Abbildung 4: Gründe, warum Fake News geglaubt werden (eigene Darstellung)





2 | Fake News – Veränderung der Realität

Falsch- und Desinformationen bestimmen zunehmend unser kommunikatives und mediales Umfeld und Fake News werden von immer mehr Menschen nicht mehr hinterfragt und zunehmend als erfolgreiches Mittel zum Zweck der Erreichung von eigenen Zielen eingesetzt. Was bedeutet dies übergeordnet für die Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten?

Implikationen von Fake News

Fake News führen zu einer ganzen Anzahl von negativen Entwicklungen, die mittel- und langfristig nicht nur Auswirkungen auf die Gesellschaft, sondern auch zunehmend auf Wirtschaft und Unternehmen haben werden.

Einen ersten Block der Veränderungen sehen wir bereits heute in den gesellschaftlichen Entwicklungen. Zentral ist in diesem Zusammenhang die Erosion des Vertrauens. So führen Falsch- und Desinformationen zu negativen Erfahrungen, die insbesondere das Vertrauen in

- den Staat (z. B. aufgrund von Falschinformationen zu Vorgängen in der Politik),
- Unternehmen (etwa durch die Manipulation von Aktienkursen) sowie
- sonstige Institutionen (z. B. die Presse)

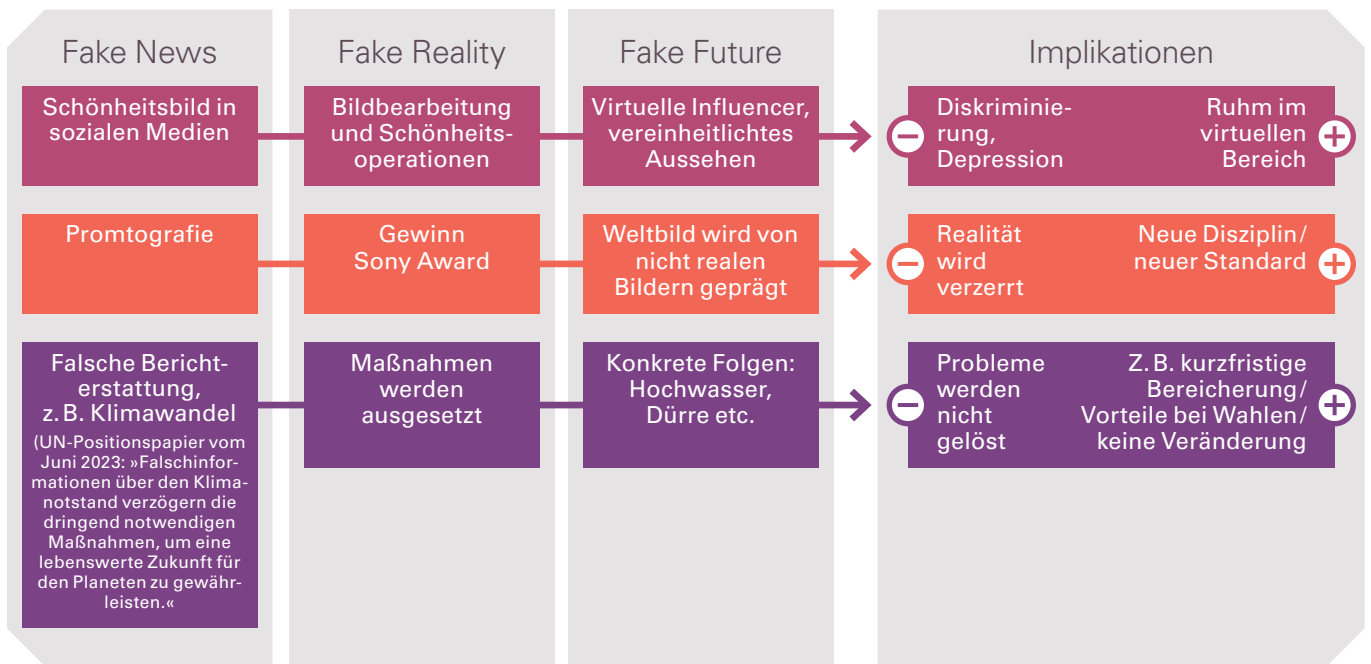
erodieren lassen können.

Falsch- und Desinformationen senken zunehmend die Qualität des öffentlichen Diskurses, indem sie sachliche und konstruktive Debatten durch Unwahrheiten und Manipulationen ersetzen. Dies kann zu einer Polarisierung der Gesellschaft führen, wenn Fake News zur Vertiefung der gesellschaftlichen und politischen Spaltung führen, indem Gruppen gegeneinander positioniert werden. Insbesondere in Krisenzeiten sorgen

Fake News für eine Verstärkung von Angst und Panik in der Gesellschaft. Die Erosion des Vertrauens gefährdet in der Folge die Demokratie, denn Falsch- und Desinformationen schwächen demokratische Grundstrukturen, da die Bürger den Regierenden nicht mehr vertrauen und so anfällig für Populismus und Propaganda werden. Falsche Informationen können zudem internationale Beziehungen belasten und zu diplomatischen Konflikten führen. Beispiele hierfür sind die unterschiedlichen Meldungen bei Angriffen auf Kriegsziele im Nahen Osten oder in der Ukraine.

Einige dieser Aspekte haben auch einen konkreten Einfluss auf Unternehmensentscheidungen. Insbesondere wenn Fake News die Zukunft betreffen und somit Prognosen beeinflussen, können sie zu Unsicherheiten im Entscheidungsprozess führen. Eine aktuelle Studie dazu zeigt (vgl. S. 30), dass Investitions- und Kaufentscheidungen zunehmend dem Risiko unterliegen, durch Falschmeldungen beeinflusst zu werden, und dass daraus finanzielle oder Reputationsverluste resultieren. Für Unternehmen sind des Weiteren rechtliche Konsequenzen möglich, wenn beispielsweise von ihnen selbst verbreitete Falsch- oder Desinformationen zu Schäden beim Konsumenten führen. Doch auch Unternehmen sind von der Verlässlichkeit und Wahrheit von Informationen aus der Politik abhängig. Denn langfristige Resilienz hängt u. a. davon ab, dass wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen verlässlich eingeschätzt werden können. Falschinformationen und Populismus in beiden Bereichen schaden den Unternehmen.

Abbildung 5: Von Fake News zu Fake Realities zu Fake Futures (eigene Darstellung)



Weitere Implikationen ergeben sich aus neuen technologischen Entwicklungen und werden damit in den nächsten Jahren konsequent an Einfluss gewinnen. Langfristig besteht u. a. das Risiko der Konzentration von Macht, wenn KI-Systeme eingesetzt werden und so Skaleneffekte ungeahnten Ausmaßes entstehen, etwa durch KI-generierte Troll-Kampagnen (Social Bots). Diese sind häufig aufgrund des schier unendlichen Volumens der Falschmeldungen schwer zu stoppen. Außerdem entsteht durch die neuen Technologien die Möglichkeit, multiple Realitäten zu halluzinieren. Der Raum zwischen objektiver und subjektiver Wahrheit wird dadurch immer größer. Auch hier lassen sich die Folgen schwer abschätzen und bekämpfen.

Einfluss von Fake News auf die Zukunft

Ist mit den oben genannten Auswirkungen tatsächlich zu rechnen oder sind die Risiken, die durch Falsch- und Desinformationen entstehen eher zu vernachlässigen? Abschließend lässt sich diese Frage sicher nicht beantworten. Wer sich allerdings im Detail mit einigen aktuellen Entwicklungen beschäftigt, kann erste Indikationen erkennen, dass Fake News tatsächlich zu falscher Realität und letztendlich zu einer veränderten, »falschen« Zukunft führen könnten. Dies kann sowohl zu positiven (insbesondere für individuelle Akteure) als auch negativen (insbesondere für die Gesellschaft) Folgen führen (siehe Abbildung 5). Nachfolgend einige Beispiele, welche sowohl einzelne Menschen als auch komplette Gesellschaftsgruppen betreffen können.

Der Bereich, in dem die Veränderungen immer deutlicher und direkter sichtbar sind, ist der Beauty-Bereich mit seinem **Bild von Schönheit in den sozialen Medien**. Dass sich mit Schönheit Geld verdienen lässt, ist keine neue Erkenntnis.

Micro-Trend

Meta stellt KI-Selfie-Generator vor

Der US-Techkonzern Meta hat das AI-Tool »Imagine Me« eingeführt. Es ermöglicht Nutzer:innen mit einem einfachen Befehl wie »Imagine Me« und einem Szenario wie »als Astronaut« personalisierte Bilder von sich selbst zu erstellen. Es ist direkt im Chat-Bereich integriert und so leicht zugänglich. Mittels Bearbeitungswerkzeugen können Nutzer:innen den Bildern zusätzlich verschiedene Objekte hinzufügen. Die Funktion ist zunächst ausschließlich in den USA auf Plattformen wie Facebook, Instagram, Messenger und WhatsApp in der Beta-Version verfügbar.

Source: <https://about.fb.com>

Initiator: **Meta Platforms Inc., Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Virtuelle Schönheitswettbewerbe mit KI

Das US-amerikanische Start-up Remuse Labs hat die App »Remuse: AI Beauty Contests« entwickelt, die es Nutzerinnen ermöglicht, mit virtuellen Schönheitsköniginnen an Wettbewerben teilzunehmen. Die Nutzerinnen können mit der App mittels KI atemberaubende Frauenporträts erstellen und in thematischen Wettbewerben um Preise antreten. Die App ist sowohl für iOS als auch für Android verfügbar und erlaubt es, täglich bis zu 100 Bilder zu generieren und diese exklusiv zu teilen. Die erstellten Bilder sind einzigartig und gehören ausschließlich den Nutzerinnen. Die Community kann sich über geteilte Bilder austauschen und sie kommentieren.

Source: <https://www.remuse.com>

Initiator: Remuse Labs, Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Prompts für authentische Frauenbilder

Die Körperpflegemarke Dove hat im Rahmen ihrer langjährigen Kampagne »The Real Beauty« einen Werbespot namens »The Code« veröffentlicht, in dem die Marke verzerrten Frauenbildern durch künstliche Intelligenz eine klare Absage erteilt. Zudem verpflichtet sich Dove dazu, mit echten Modellen statt mit KI-generierten Inhalten zu werben. Darüber hinaus hat Dove das »Real Beauty Prompt Playbook« entwickelt, das auch ein Glossar mit Begriffen enthält, die die Eingabeaufforderungen inklusiver machen sollen. Auf diese Weise soll jede Person mit generativen KI-Programmen Bilder erstellen können, die authentische Schönheit darstellen.

Source: <https://www.dove.com>

Initiator: Unilever United States Inc., Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

In den sozialen Medien lässt sich sogar sehr viel Geld verdienen, wenn – überwiegend – Frau viele Follower aufweisen kann. Dazu ist es jedoch häufig nötig, dem allgemeinen Schönheitsbild zu entsprechen. Wo das nicht passt, wird nachgeholfen – über technische Tools wie Filter oder eben auch über Schönheitsoperationen. Diese Entwicklungen haben Einfluss, so ist es in Brasilien beispielsweise üblich, den Mädchen zum 16. Geburtstag eine Schönheitsoperation zu schenken. Aufgespritzte Lippen oder extremere Veränderungen der eigenen Physis sind die Folge. Und die Entwicklungen machen selbst vor Kindern nicht halt. Bereits Babys werden in den Medien entsprechend inszeniert, was sich leicht zu der Diskussion um Designer-Babys durch Genmanipulation weiterdenken lässt. Diese Auswirkungen des veränderten Schönheitsbilds führen aktuell bereits zu Diskriminierung und Depressionen, wenn Jugendliche den scheinbar realen Vorgaben nicht entsprechen. Gleichzeitig ermöglicht es denjenigen, die das Spiel der eigenen realen und virtuellen Optimierung erfolgreich mitspielen, die Chance auf Ruhm und eventuell sogar Reichtum. Diese Tür »virtueller Verschönerungen« wird durch die technischen Möglichkeiten einer breiteren Masse geöffnet, da Initialkosten, Hürden und Zeitaufwand im Vergleich zu Schönheitsoperationen geringer sind.

Eine weitere Entwicklung, in der Fake News zu einer veränderten Zukunft führen können, findet sich in der Kunst. Die **Promptografie**, also die Weiterentwicklung der Fotografie unter Nutzung von künstlicher Intelligenz, beschreibt das Entstehen von Bildern, die real aussehen, aber rein virtuell erzeugt werden. Diese Entwicklung führt dazu, dass Sony bereits eine eigene Kategorie für diese Bilder bei Preisverleihungen eingerichtet hat. Sind solche Fake-Bilder in der Kunst gekennzeichnet, spricht nichts gegen diese Entwicklung. Im Gegenteil, man kann dies als eine Weiterentwicklung der Kunst betrachten und als neue Disziplin berücksichtigen. Wird die KI-Generierung dem Kunstmarkt jedoch verschwiegen und ist es nicht mehr möglich, bei einem Bild zweifelsfrei die reale Echtheit zu erkennen, wird es schwierig, da der Wettbewerb entscheidend verändert wird. Künstlerische Arbeit von Menschen, die ohne KI arbeiten, kann dann an Wert verlieren und die Realität/Zukunft wird entsprechend verzerrt. Erste Entwicklungen sieht man hierzu bereits in der Werbeindustrie, wo durch künstliche Fotomodelle die Produktionskosten deutlich reduziert werden können.

Auch im **wissenschaftlichen Bereich** gibt es verschiedene Beispiele für den Einfluss von Fake News auf die Entwicklung: Zum Beispiel durch die Negierung wissenschaftlicher Erkenntnisse. So hat die UN im Jahr 2023 in einem Bericht festgestellt, dass Fake News rund um das Thema Klimawandel wichtige Schutzmaßnahmen im Kampf gegen diesen erheblich verzögern.⁹

9 Siehe hierzu den Artikel vom 12.12.2023 auf tagesschau.de: Reveland, Carla/Siggelkow, Pascal (2023): Desinformation zum Klimawandel: Verzögerung statt Leugnung, abrufbar unter <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/kontext/klimawandel-desinformation-100.html> sowie ausführlich United Nations (2023): Our Common Agenda, Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms, abrufbar unter <https://unsos.unmissions.org/sites/default/files/our-common-agenda-policy-brief-information-integrity-en.pdf>



KI-generiert

Das wissenschaftliche Ideal des kritischen Rationalismus¹⁰ erleidet dadurch eine strukturelle Behinderung: Die grundsätzliche Möglichkeit der Widerlegung von wissenschaftlichen Theorien als zivilisatorische Errungenschaft wird durch die unkontrollierbare Flut an Fake News unmöglich gemacht.

Ein besonders prominentes Beispiel: Die Firma Therasnos (das Unternehmen der inzwischen wegen Betrugs verurteilten Unternehmerin Elizabeth Holmes), die besonders schnelle, günstige und effektive Bluttests zur Identifizierung unterschiedlichster Krankheiten versprach. Tatsächlich funktionierten die Geräte nicht, was u. a. bei einer Patientin zu einer in Wahrheit nicht vorhandenen HIV-Diagnose führte, bei einer anderen Patientin wurde eine Schwangerschaft negiert. Beides beeinflusste jeweils die private Zukunft. Zudem wurden im großen Stil Investoren sowie die Gesellschaft durch die Fake News vom Durchbruch in der Blutanalyse geschädigt. Immerhin hatte die Geschichte daneben einen positiven Effekt: Aufgrund der angeblichen Erfolge wurde sehr viel Wagniskapital in die weitere Erforschung von Bluttests investiert, was in diesem Umfang ohne Therasnos nicht passiert wäre.

Auch im **gesellschaftlichen und politischen Bereich** führen Fake News zunehmend zu einer Veränderung der Realität. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Brexit. Die Ausstiegskampagne wurde inhaltlich stark mit Fake News zum Thema Einfluss der EU auf England geführt. Viele Menschen ließen sich von diesen falschen, aber plakativen Aussagen blenden, wie beispielsweise, dass jede Woche 350 Mio. EUR in die EU abfließen würden, genug, um jede Woche ein neues Krankenhaus für den National Health Service zu bauen.¹¹ Unter anderem aufgrund solcher Aussagen gelang das positive Votum für den Brexit. Die Zukunft wurde somit massiv verändert – im Rückblick mit überwiegend negativen Auswirkungen auf die Bevölkerung. Ähnliche Auswirkungen hatte die falsch-positive Berichterstattung über offene Grenzen zwischen Mexiko und den USA. Diese Falschinformationen führten dazu, dass die Migration aus Südamerika in die USA sowie die Migrationsrouten gezielt beeinflusst und verändert wurden. Damit wurde das Leben vieler Menschen negativ beeinflusst und falsche Erwartungshaltungen wurden geweckt.

Diese Beispiele sind erste Indikationen, dass Fake News zu »falscher Realität« werden und sich dann zu einer »falschen Zukunft« entwickeln. Deutlich wird dabei auch, dass an vielen Stellen die technologische Entwicklung die Veränderungen treibt. Im folgenden **Exkurs** zeigen wir auf, wie Technologie und veränderte Werte zusammenhängen. Im Anschluss stellen wir auf Basis möglicher Veränderungen durch Fake News **vier Szenarien möglicher Zukünfte** vor. Abhängig von der jeweiligen Ausprägung werden diese Entwicklungen unser gesamtes Leben massiv beeinflussen. ←

¹⁰ Der maßgeblich von Karl Popper entwickelte »Kritische Rationalismus« bezeichnet eine philosophisch-wissenschaftstheoretische Lehre, die von der Notwendigkeit der empirischen Überprüfung wissenschaftlicher Theorien und deren grundsätzlicher Widerlegbarkeit (Falsifikation) ausgeht. Vgl. etwa Schubert, Klaus/Klein, Martina (2020): Kritischer Rationalismus, in: Das Politiklexikon. Bonn: Dietz, Lizenzausgabe: Bundeszentrale für politische Bildung, abrufbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/politiklexikon/17760/kritischer-rationalismus/>

¹¹ Vgl. u. a. Wolff, Uwe (2024): Desinformationsangriffe auf Unternehmen abwehren. Das dunkle Geschäft mit Fake News & Co und wie man sie bekämpft. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 19

Exkurs Technologische Entwicklung

Wie man Technologieentwicklungen lesen lernt

Was kommt? Was bleibt? Was setzt sich durch? Das sind die Schlüsselfragen, die sich interessierte Unternehmer:innen, Investor:innen und Zeitgenoss:innen bei jeder neuen Technologie stellen. Denn Wirtschaft, Gesellschaft und Politik brauchen eine gewisse Planungssicherheit. Doch niemand kann heute wissen, was die nächste große Entwicklung – *The Next Big Thing* – sein, was sich durchsetzen und bleiben wird.

Es ist jedoch möglich, relativ zuverlässige Einschätzungen abzuleiten. Diese Einschätzungen werden umso konkreter, je stärker dabei zentrale Prinzipien wie die nachfolgenden drei beachtet werden:

Das Star Trek-Prinzip: Aus Erfahrung wissen wir, dass praktisch alles, was in Science-Fiction-Filmen und -Literatur an Innovationen fantasiert wird, irgendwann mit hoher Wahrscheinlichkeit marktgängig wird. Captain Kirks Communicator der 1960er-Jahre z. B. wurde zum Klapphandy von Motorola der 1990er-Jahre. Die korrespondierende Methode der Strategischen Vorausschau heißt denn auch: »Science Fiction Prototyping«.

Amara's Law (benannt nach dem US-amerikanischen Zukunftsforscher Roy Amara): Technische Entwicklungen werden generell kurzfristig über- und langfristig unterschätzt (schuld daran sind Fake News und Biases) (siehe Abbildung 6). Das heißt: Sie setzen sich meist erst Jahre später durch als vom ersten Hype suggeriert. Wer also aufgibt, gibt oft zu früh auf.

Der Hype Cycle: Der Hype Cycle beschreibt den Lebenszyklus der medialen Begeisterung einer technologischen Innovation, mit folgenden Phasen:

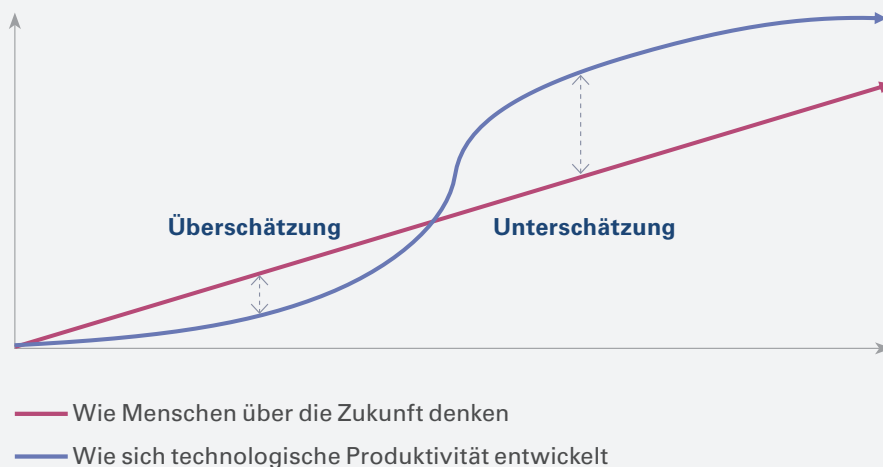
1. Kometenhafter Aufstieg
2. Gipfel der überzogenen Erwartungen
3. Tiefer Absturz ins Tal der Enttäuschung
4. Pfad des Erfolgs/Erleuchtung
5. Plateau der Produktivität

Abbildung 6: Amara's Law

Menschliche Einschätzung technologischer Entwicklung

Bezogen auf die Auswirkungen technologischer Veränderungen neigen wir dazu:

- **kurzfristig** zu überschätzen,
- **langfristig** zu unterschätzen.



Überschätzung nach Amaras Gesetz:

- Trotz Warnungen treiben hyperbolische Vorhersagen die Überschätzung des Technologieinflusses voran.
- Übertriebene Erwartungen stehen oft der Realität gegenüber.

Unterschätzung nach Amaras Gesetz:

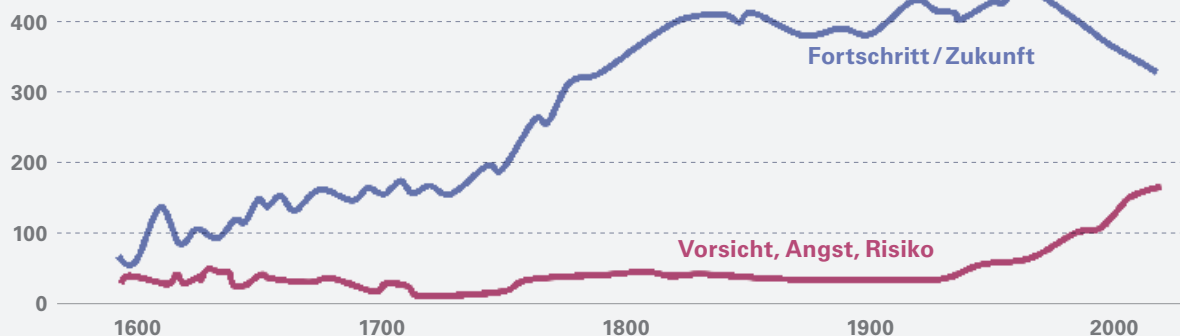
- Anfängliche Begeisterung verblasst und das transformative Potenzial neuer Technologien wird durch wechselnde öffentliche Aufmerksamkeit verborgen.
- Rückblickend werden tiefgreifende Veränderungen oft übersehen, während Technologien stillschweigend Gesellschaft und Märkte umgestalten.

Quelle: Clohessy, Trevor (7.1.2019): Does Amara's Law apply to blockchain? ResearchGate, abrufbar unter <https://www.researchgate.net/post/Does-Amaras-Law-apply-to-blockchain>; t2informatik GmbH (EN) (27.3.2023): What is Amara's Law? – Smartpedia – t2informatik. T2informatik GmbH (EN), abrufbar unter <https://t2informatik.de/en/smartpedia/amaras-law/>

Abbildung 7: Analyse des westlichen Kommunikationsverhaltens zum Fortschrittsoptimismus

Fortschrittsoptimismus vs. Technologiepessimismus: 400-Jahre-Querschnitt – Seit 1960 ist positive Sprache um 25 Prozent zurückgegangen

Wörter (in Mio.) mit Bezug zu **Fortschritt/Zukunft** und **Vorsicht, Angst, Risiko** in englisch-, französisch- und deutschsprachigen Büchern



Quelle: FT (5.1.2024): *Is the west talking itself into decline?* Zitiert: Almelhem et al. (2023): Google Books Ngram Viewer; Maddison Project Database (Based on FT Graphic: John Burn-Murdoch/@jburnmurdoch) | *Progress, advance, improvement, rise, future | Threat, worry, warning, caution, at risk

Dass Fake News jeden dieser Zyklen stark dämpfen oder befeuern, liegt auf der Hand. Wer also Medien intensiv im Blick behält, kann den Hype Cycle zuverlässiger einschätzen. Das Metaverse z. B. – insbesondere dessen Virtual Reality- und Augmented Reality-Technologie – befindet sich aktuell auf dem Pfad des Erfolgs hinauf zum Plateau der Produktivität. Die generative künstliche Intelligenz (GenAI) hingegen soll sich laut einigen Analystenaussagen aktuell noch auf dem Gipfel des Hypes befinden.

In welcher Phase des Hype Cycle sich eine konkrete Innovation aktuell befindet, bestimmen Medien, Politik, Influencer, Meinungsmacher und Öffentlichkeit. Entscheidend ist in diesem Zusammenhang, wohin die öffentliche Meinung grundsätzlich tendiert.

Verlässlicheren Aufschluss darüber geben semantische Analysen (siehe Abbildung 7).

Der Blick auf die Analyse westlichen Kommunikationsverhaltens zum Fortschrittsoptimismus zeigt Folgendes (siehe Abbildung 7):

- Es ist augenfällig, dass die Häufigkeit von Begriffen in den untersuchten englisch-, französisch- und deutschsprachigen Büchern rund um Fortschritt, Verbesserung und Zukunft seit den 1960er-Jahren drastisch zurückging; um etwa 25 Prozent. Im Sinne einer verlässlichen Zukunftskompetenz der Gesellschaft ist das ein dramatischer Mindset-Verfall.
- Gleichzeitig nahmen Begriffe um Bedrohungen, Risiken und Sorgen um ein Vielfaches zu. Wir leben in einer Ära der Angst.
- Wie lange diese Entwicklung bereits anhält, ist öffentlich weitgehend unbekannt: Seit inzwischen 60 Jahren entwickelt sich der Westen weg von einer (literarisch dokumentierten) Kultur des Fortschritts hin zu einer Kultur der Sorge, der Vorsicht, der Angst und der Risikovermeidung. Bezeichnenderweise hat sich das Wirtschaftswachstum im selben Zeitraum deutlich verlangsamt.
- Zwei langfristige Trends begleiten und verstärken diese Entwicklung: eine wachsende Skepsis gegenüber moderner Technologie und eine Nullsummen-Überzeugung (der Fortschritt des einen ist der Verlust des anderen).

Man könnte als weiter gehende Interpretation von Abbildung 7 auf einen Wandel weg von blindem Fortschrittsglauben hin zu kritischer Technikskepsis vermuten. Diese Vermutung könnte jedoch selbst eine Fehlfolgerung sein, mindestens jedoch ein Bias (eine kognitive Verzerrung): Die Multikrisen und die Herausforderungen von Gegenwart und Zukunft können sicher nicht mit einem Rückschritt, sondern nur mit technologischem Fortschritt gemeistert werden. Es gibt keinen Weg zurück.

Nur zur Erinnerung: Die vorindustrielle Welt war geprägt von Massenkonflikten, Ausbeutung, Armut, Krankheit und Leid. Wenn wir einen Rückfall dorthin vermeiden wollen, müssen die Befürworter von Innovation, Fortschritt, Unternehmergeist und Entwicklung deren Notwendigkeit besser kommunizieren als die Untergangspropheten, Dauer-Verängstigten und Gewohnheitsbremsen, die sich kategorisch gegen den technischen Fortschritt positionieren.

Denn wer das Schaubild genau betrachtet, wird bemerken, dass die literarisch dokumentierte Kommunikation sich dem Stand nähert, den die Menschheit im Westen schon einmal einnahm – um ca. 1700. Wer möchte dahin zurück?

Auf den nächsten Seiten werden wir diese Überlegungen vertiefen, indem wir mithilfe der Szenario-Analyse aufzeigen, welchen Einfluss Fake News in den nächsten Jahrzehnten auf die Menschheit haben können. ←

3 | Vier szenarische Zukunftsbilder, wie Fake News die Zukunft verändern könnten

Niemand kann die Zukunft vorhersagen. *Die* Zukunft nicht – wohl aber können verschiedene Zukunftsszenarien entwickelt werden. Sie verdeutlichen, welche möglichen Varianten die Zukunft für uns bereithalten kann: Wer auf vieles vorbereitet ist, ist besser vorbereitet. Werfen wir einen Blick auf vier mögliche Szenarien zu Fake Futures, also möglichen Zukünften in Abhängigkeit der weiteren Entwicklung von Fake News und Fake Realities.

Für Zukunftsforscher ist die Szenario-Analyse eines der wichtigsten Instrumente der Vorausschau – viele andere Menschen entwickeln dabei jedoch oft spontan Verständnisprobleme. Denn die grundlegende Prämisse von Szenarien wird selten kommuniziert. Sie heißt: Was Sie im Folgenden lesen, könnten Sie auch als »reine – allerdings wissenschaftlich fundierte – Spekulation« bezeichnen. Oder auf gut Deutsch: als fundierte Fantasien. Und Fantasien sind, wie der Name schon sagt, oft fantastisch. Das mindert nicht ihre Aussagekraft – das steigert sie.

Hätte Nokia z.B. »fantasiert«, also szenariert, dass Menschen jemals Mini-Bildschirme für die Hosentasche präferieren würden, wäre die Handy-Sparte noch heute Weltmarktführer. Daher sind Szenarien sinnvoll, wenn sie gut sind, äußerst illustrativ, originär und oft genug fantastisch (nicht: utopisch). Und noch ein wichtiger Aspekt: Die Annahmen und Kontextbedingungen, die den Szenarien zugrunde liegen, sind immer implizit und lassen sich mit Anwendung reiner Logik bequem aus den Szenarien ableiten.

Wenn Forscher z. B. szenarieren, dass ein Techmonopolist der Zukunft einst Wahlen beeinflussen können wird, dann lässt sich allein daraus problemlos und rein logisch ableiten, dass in diesem Szenario – und möglicherweise nur in diesem Szenario – die impliziten Voraussetzungen sind:

- a) Menschen und Institutionen lassen das mit sich machen und
- b) es gibt keinen wirkmächtigen Antagonisten sowie
- c) der Monopolist kann das und macht es tatsächlich.

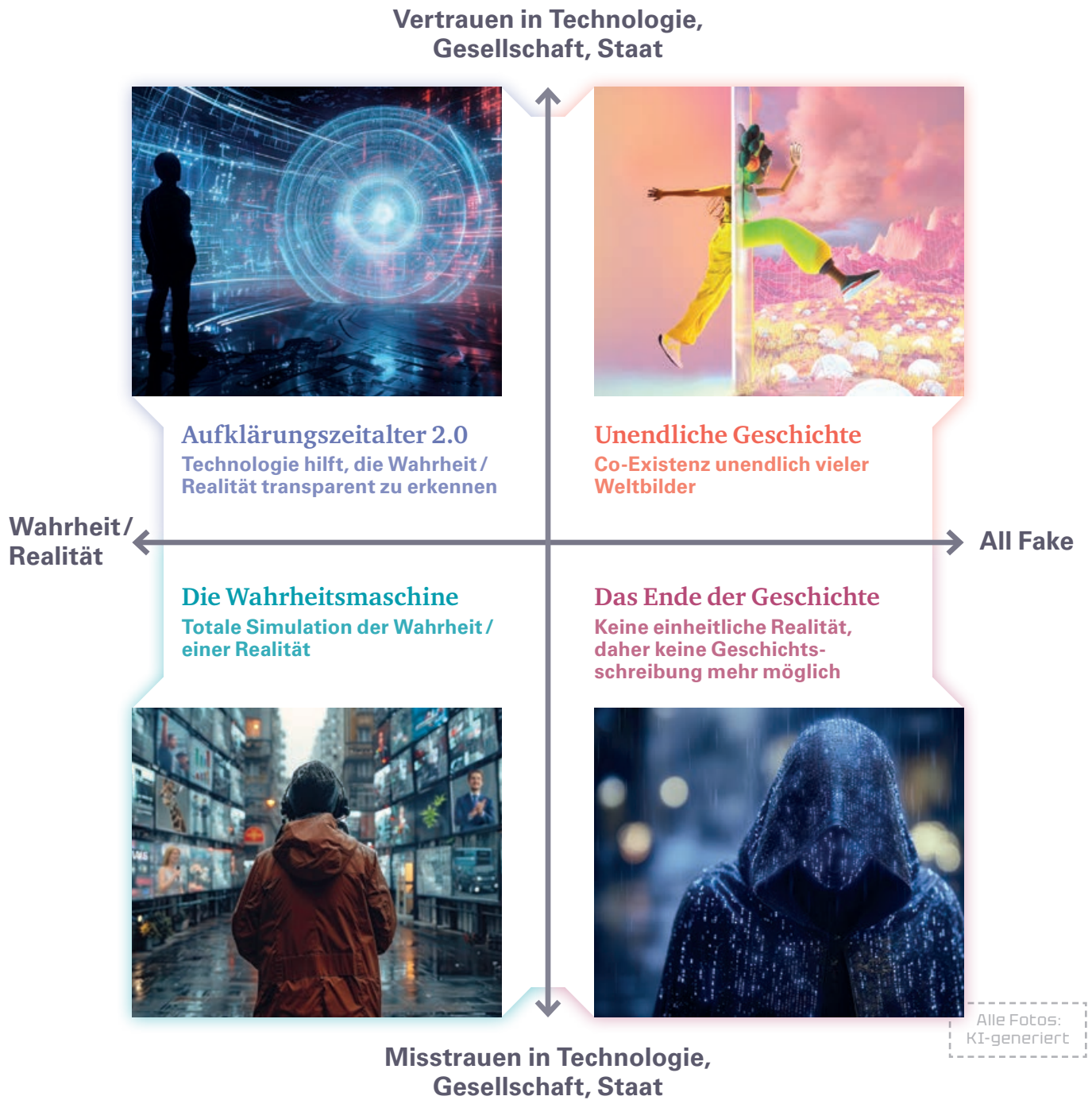
Grundlegende Annahmen als Basis der vier Szenarien

Um die Zukunft zum Thema Fake News und Fake Realities zu antizipieren, wurden im ersten Schritt zwei Achsen mit je zwei Determinanten, welche die Zukünfte prägen könnten, festgelegt. Im Zusammenhang mit Falsch- und Desinformationen

- wurde die Achse **Wahrheit/Realität versus All Fake** (alles unwahr) bezogen auf die öffentlich verfügbaren Informationen auf der Horizontalen gewählt,
- auf der Vertikalen sind die Endpunkte der Achse **Vertrauen versus Misstrauen in Technologie, Gesellschaft und Staat** festgelegt.

Folgende vier Szenarien lassen sich daraus übergeordnet ableiten:

Abbildung 8: Vier Szenarien im Spannungsfeld von Wahrheit und Unwahrheit sowie Vertrauen und Misstrauen



Szenario 1: Aufklärungszeitalter 2.0 (Achsen: Vertrauen und Wahrheit)

In diesem Szenario vertraut die überwiegende Mehrheit der Menschen den Informationen im Internet sowie den staatlichen und wirtschaftlichen Institutionen nahezu vollkommen. Aus gutem Grund: Weil viele KI-gestützte Instrumente die konkrete Realität so dicht und objektiv erfassen, dass die Wahrheit jederzeit und überall für alle barrierefrei zugänglich, nachvollziehbar, überprüfbar und überzeugend ist. Technologie schafft Wahrheit und das Recht auf Wahrheit wurde in der Verfassung verankert.

Szenario 2: Unendliche Geschichte (Achsen: Vertrauen und All Fake)

Jeder und jede lebt in seiner und ihrer eigenen idealen Welt mit maßgeschneiderter, subjektiver Wahrheit – bewusst oder unbewusst. Denn in diesem Szenario ist zwar alles Fake, was medial konsumiert wird. Doch das ex- oder implizite Vertrauen in die jeweils eigene individuelle Scheinwelt sowie in Technologie, Gesellschaft und Staat ist annähernd absolut, unangreifbar und immun gegen Realitäts-Checks. Eben weil jede persönliche Fake-Geschichte genügend soziale, emotionale und kognitive Belohnungen für eine unkritische und ungefährdete Gefolgschaft liefert, ist es den Followern egal, ob Fake oder nicht.

Szenario 3: Die Wahrheitsmaschine (Achsen: Misstrauen und Wahrheit)

Es wird nur eine Realität von staatlichen Instanzen und uniformen Medien nahezu autoritär kommuniziert: Diese uniforme Darstellung wird jedoch (berechtigterweise) nicht öffentlich akzeptiert, da die Gesellschaft seit langen Jahren der Technologie und allem, was Medien und Staat kommunizieren, misstraut.

Szenario 4: Das Ende der Geschichte (Achsen: Misstrauen und All Fake)

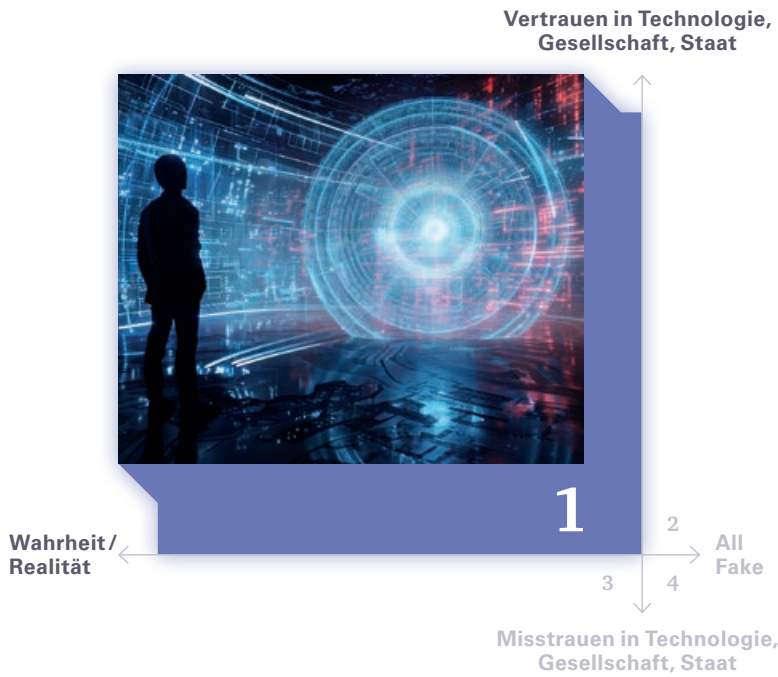
In diesem Szenario ist alles falsch und jeder misstraut jedem. Der Grund: Die KI-Algorithmen haben sich selbstständig und spammen die Menschheit täglich millionenfach mit Facts und Fiction voll – KI-Halluzinationen ohne Kontrollinstanz. Und die Menschen haben sich daran gewöhnt: Es ist das neue Normal. Aber es gibt keine positiven abgeschotteten individuellen Welten für jeden. Es gibt nur Chaos und keine einheitliche Wahrnehmung der Realität mehr, an keiner Stelle. Niemand kann auch nur annähernd noch die Wahrheit von falschen Informationen unterscheiden, daher ist auch keine Geschichtsschreibung mehr möglich und der Zusammenhalt der Gesellschaft scheitert an fehlendem Vertrauen.

Hintergrundinformation zur Verdeutlichung der Szenario-Erstellung

In der Zukunftsforschung gilt: Je klarer und kategorischer ein Szenario beschrieben wird, desto aussagekräftiger, plausibler und informativer wird es. Dies gelingt über einzelne kategorische Dimensionen jedes Szenarios. Für unsere Fake Future-Szenarien haben wir sechs wesentliche Dimensionen gewählt: Welt, Wirtschaft, Technologie, Gesellschaft, Privatleben, Staat (Abbildung 9 fasst die Kerninhalte in einer Vergleichstabelle zusammen):

Abbildung 9: Szenario-Vergleichstabelle

Szenario-Story-Dimensionen				
Die Welt	<p>Szenario 1: Aufklärungszeitalter 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> Weltbürgertum mit hohem Vertrauen in Technologie und Staat Persönliche KI-Assistenten allgegenwärtig Technologie schafft Wahrheit 	<p>Szenario 2: Unendliche Geschichte</p> <ul style="list-style-type: none"> Welt der ideologisch aufgeladenen Echokammern und Filterblasen Menschen trotz Fake-Weltbildern naiv glücklich in virtuellen Welten Bewusstes oder unbewusstes Leben in Realitäts-Bubbles 	<p>Szenario 3: Die Wahrheitsmaschine</p> <ul style="list-style-type: none"> Absolute Kontrolle durch Regierung/ Medienmonopole, einzelne Gruppen Medien und Institutionen durchdringendes Misstrauen allgegenwärtig 	<p>Szenario 4: Das Ende der Geschichte</p> <ul style="list-style-type: none"> KI-Algorithmen haben sich verselbstständigt und spammen die Menschheit über alle Kanäle mit Informationen Welt versinkt im Informations- und Kommunikationschaos
Die Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Wahrheitsbeherrschende KI verdrängt klassische Medien Hohe Marktmacht von Techkonzernen Absolute Transparenz von Lieferketten in Echtzeit 	<ul style="list-style-type: none"> Technologie, insbesondere Virtual Reality, schafft ideale Welten Blühende Wirtschaft der Solopreneure, virtuellen Marktplätze und P2P-Ökonomie (Peer to Peer) 	<ul style="list-style-type: none"> Wirtschaft ist Vermittler der (gewünschten) Wahrheit zwischen Regierung und Gesellschaft Fokussierung auf Überwindung der von der Regierung definierten vorrangigen Probleme der Welt 	<ul style="list-style-type: none"> Selbstversorgung und Tauschwirtschaft im Fokus Regionalisierung und persönliche Kontakte als Fundament Familienunternehmen und »Tante Emma«-Läden boomen
Die Technologie	<ul style="list-style-type: none"> Allgegenwärtige Technologie schafft perfektes Bild von Wahrheit und Wirklichkeit aus Billionen Devices und Sensoren Zentrale KI-Governance ist Wächterin der Wahrheit Trusted Data Scores, digitale Wasserzeichen, Zertifizierungen 	<ul style="list-style-type: none"> Fotorealistische und multisensorische 24/7-Kunst-Welten Milliarden an Avataren tummeln sich im 3D-Internet (Metaverse) Der Gestaltung der Welten sind keine Grenzen gesetzt; das Metaverse breitet sich rasant aus 	<ul style="list-style-type: none"> Veränderung der Realität für alle auf Basis gewünschter Vorgaben (Biases) Technologie beeinflusst Weltbürger nach dem Influencer-Prinzip – individualisiert so überzeugend und manipulativ 	<ul style="list-style-type: none"> Technologie (KI) ist kaum zu kontrollieren Suche nach dem »Wahrheitsfilter« bisher erfolglos Millionenfache Desinformation lässt Realität verschwinden
Die Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> Manipulationen, Fake News & Co. werden unmöglich oder zumindest irrelevant Einmalige Wissensdemokratisierung durch uneingeschränkt transparente Wahrheit 	<ul style="list-style-type: none"> Zerfall der Gesellschaft in Fraktionen, die ihrer subjektiven Wahrheit glauben Work-Life-Balance first: 20-Stunden-Woche für viele Menschen Realität KI-Romanzen sind Normalität 	<ul style="list-style-type: none"> Gesellschaft misstraut, aber uniform geeint Ära des Wohlstands und der Einheit: Renaissance 2.0 bei gleichzeitigem Verlust der Freiheit in der Autokratie Mega-Herausforderungen wie Klimawandel schweißen zusammen 	<ul style="list-style-type: none"> Desinformation ist New Normal, Empörungswellen bleiben aus Wahrheitsgehalt nicht zu identifizieren (es besteht auch kein Interesse)
Das Privatleben	<ul style="list-style-type: none"> Technologie leitet und erzieht den Menschen mit »unsichtbarer« Hand zu besserem Verhalten Menschen greifen in allen Lebenssituationen auf digitale KI-Assistenten zurück 	<ul style="list-style-type: none"> Totale Abhängigkeit von der Technologie KI schreibt die Geschichte jedes Menschenlebens multisensorisch immer weiter, versehen mit starken virtuell-emotionalen Belohnungen 	<ul style="list-style-type: none"> Eine Realität für alle: Informationsmix aus »real« und »falsch«, aber in sich konsistent Global Village, das die uniforme Wahrheit eint 	<ul style="list-style-type: none"> Totaler Vertrauensverlust, daher Abschottung, Rückbesinnung auf autonome Kleinstgruppen Flucht und sozialer Ausstieg
Der Staat	<ul style="list-style-type: none"> Staat greift auf die Milliarden persönlicher KI-Assistenten zurück, die als KI-Kollektiv agieren Stille Regierung der Algorithmen, im Sinne liberaler Algorithmen Recht auf Wahrheit im Grundgesetz/in Verfassung verankert 	<ul style="list-style-type: none"> Staat konstituiert sich, regiert, verwaltet in dezentralen autonomen Organisationen Staat sichert Bürgerdividende, die das Überleben sichert 	<ul style="list-style-type: none"> Totalitäre »Wahrheits-Weltregierung« Extreme Form der Zentralisierung 	<ul style="list-style-type: none"> Staat regiert mit Algorithmen Konvergenz zwischen Ökonomie und Politischer Ökonomie



Nachfolgend werden die dargestellten Szenarien im Detail vorgestellt und analysiert.

Szenario 1: Aufklärungszeitalter 2.0

In diesem Szenario vertraut die überwiegende Mehrheit der Menschen dem Internet sowie den staatlichen und wirtschaftlichen Institutionen nahezu vollkommen, da mithilfe der von künstlicher Intelligenz unterstützten Wissenschaft die Wahrheit zweifelsfrei dokumentiert werden kann. Die Interessenkonflikte mit »Dissidenten« fallen in diesem Szenario nicht ins Gewicht, weil sie eine Minderheit darstellen.

Die Welt präsentiert sich in Gestalt eines Weltbürger-tums. Der Weltbürger dieses Szenarios führt seinen persönlichen digitalen KI-Assistenten ständig mit sich, welcher ihm zu jedem Zeitpunkt seines Lebens die Wahrheit überall und nachvollziehbar zugänglich macht.

Die Wirtschaft wird einerseits geprägt durch das milliardenschwere Konglomerat der Unternehmen, die diese KI-Assistenten vermarkten. Andererseits leidet sie unter der weitgehenden Elimination von Zeitungen, Zeitschriften (Yellow Press), Nachrichtensendern und Agenturen, welche durch die wahrheitsbeherrschende KI überflüssig werden. Die KI verschafft eine absolute Transparenz über komplette Lieferketten: Soziale und ökologische Missstände werden in Echtzeit aufgedeckt, kommuniziert und dokumentiert. Im Sinne von realen und gut dokumentierten Kosten sind überzogene Preise bei dieser Transparenz unmöglich, Gehaltsdiskriminierungen ebenfalls. Menschen mit abweichender Meinung haben gegen die aufgeklärte Gesellschaft kaum eine Chance.

Micro-Trend

Browser erkennt Deepfakes in Echtzeit

Das US-amerikanische Start-up Surf Security hat einen Browser entwickelt, der mithilfe von künstlicher Intelligenz Deepfakes identifizieren kann. Das Tool analysiert digitale Inhalte wie Bilder und Videos in Echtzeit. Dabei erkennt es, ob diese manipuliert wurden. Durch die Integration von Deepfake-Erkennungstechnologie werden Nutzer:innen vor der Verbreitung gefälschter Inhalte geschützt. Das Ziel besteht in der Stärkung von Vertrauen und Sicherheit im digitalen Raum. Dies geschieht insbesondere durch die Erkennung und Kenntlichmachung potenziell gefährlicher Desinformationen.

Source: <https://www.surf.security>

Initiator: Surf Security Inc., Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

Die Technologie ist allgegenwärtig: Da die Mehrheit der Menschen über einen persönlichen KI-Assistenten verfügt (wie heute über ein Handy), der das Leben mit allen relevanten Daten erfasst, ergeben die kumulierten Datensätze aller Menschen ein perfektes Bild von Wahrheit und Wirklichkeit in Echtzeit. Dieses Bild der Wahrheit wird durch eine zentrale KI-Governance (quasi die Wächterin der Wahrheit) aufgestellt, upgedatet, verbreitet und gesichert. Die Daten dieser Wahrheit werden dezentral gespeichert (und damit gesichert) und per Blockchain übertragen (und damit noch sicherer).

Die Gesellschaft wird durch die ubiquitäre Verbreitung und absolute Sicherheit von Wahrheit zum Besten geleitet. Meinungsmanipulationen, Fake News, Verschwörungstheorien, Massenhysterie, Spaltung der Gesellschaft, Reichsbürgertum, Outrage Porn und Falschinformations-Kampagnen werden unmöglich oder zumindest irrelevant. Die jederzeit überall und schrankenlos verfügbare Wahrheit macht eine in der Menschheitsgeschichte einmalige Wissensdemokratisierung möglich. Dazu geführt hat auch, dass das »Recht auf Wahrheit« im Zeitverlauf in immer mehr Verfassungen vieler Länder verankert wurde.

Das Privatleben ist geprägt durch die Allgegenwärtigkeit der einen Wahrheit, die von allen akzeptiert wird. Der Mensch als Individuum wird dadurch »besser erzogen«: weniger kriminell, stärker sozial engagiert, umsichtiger, rationaler, weniger umweltschädigend, ressourcenverschwendend und suchtanfällig (da jede persönliche KI auch als Life Coach berät und anleitet – was in der Gegenwart des Jahres 2025 eben noch keine Praxis ist).

Der Staat stützt sich bei Entscheidungsfindung und Legislative (neben dem üblichen Interessenausgleich) auf die Milliarden persönlicher KI-Assistenten, die als KI-Kollektiv wirken. So entsteht nebenbei eine neue Staatsform: Algokratie – die stille Regierung der Algorithmen, die jedoch weiterhin von Menschen respektive den Regierungen kontrolliert werden. Eine Algokratie ist wegen der fast absoluten Transparenz realer Umstände relativ gut gefeit gegen autokratische Tendenzen (Lügen und politische Manipulation fliegen schnell auf). Eine allgemein akzeptierte Wahrheit formt daneben die Persönlichkeit eines Menschen – sie kann und will diese jedoch nicht komplett determinieren.

Micro-Trend

KI-Tool für Journalist:innen gegen Fake News

Das US-amerikanische Start-up Truth Quotient hat mit »Authentication« ein autonomes Recherche- und Faktenprüfungs-Tool entwickelt, um gegen Online-Fehlinformationen anzukämpfen. Das Tool richtet sich vor allem an Journalist:innen, die schnell Informationen finden und validieren müssen. Zur Überprüfung aggregiert das Tool mittels künstlicher Intelligenz die relevantesten URLs und bewertet diese auf Validität, Zuverlässigkeit und Bias. Zur besseren Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Informationen bietet das Tool auch Fußnotenreferenzen an. Mit der Funktion können Nutzer:innen die Informationen bis zu ihrer Quelle im Internet zurückverfolgen.

Source: <https://truthquotient.co>

Initiator: **Truth Quotient LLC, Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

KI-basierte Abwehr gegen Desinformationen

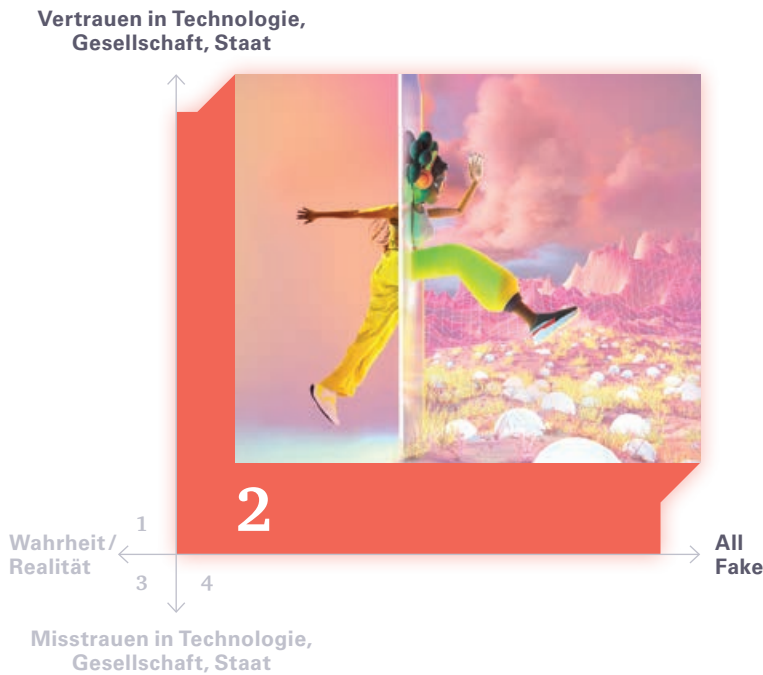
Das in London ansässige Start-up Refute entwickelt eine Technologie, die Unternehmen vor KI-generierten und geopolitisch motivierten Desinformationskampagnen schützt. Refute setzt dabei auf einen zweistufigen Ansatz. Zunächst analysiert die Technologie das Verhalten von Angreifenden, um die Ursprünge und Ziele von Desinformationen präzise zu erkennen. Anschließend koordiniert sie entsprechende Gegenmaßnahmen, um die Verbreitung zu stoppen und die Unternehmensreputation zu sichern. Die Gegenstrategien werden dabei über verschiedene Kanäle hinweg koordiniert, von digitalen Plattformen bis hin zu klassischen Kommunikationswegen.

Source: <https://refute.com>

Initiator: **Refute Ltd., Vereinigtes Königreich**

Quelle: TRENDONE





Szenario 2: Unendliche Geschichte

In diesem Szenario verbreiten Medien, Instanzen und Kommunikationspartner weitgehend Fake-Meldungen, woraus sich die Menschen ihr persönliches Weltbild erstellen und diesem bedingungslos vertrauen – weil es ganz ihrem persönlichen Gusto entspricht.

Die Welt ist in Hunderttausende hoch ideologisch aufgeladene Echokammern und Filterblasen zersplittert, eine mehrheitsfähige Wertebasis ist längst verloren. Die Realität ist hinter den Fake-Weltbildern und der individuellen Subjektivität »versteckt«. Doch die Mehrheit der Menschen ist damit naiv glücklich, immer auf der Suche nach dem nächsten Dopamin-Kick.

Die Wirtschaft blüht mit hoher Produktivität (die Maschinen arbeiten für uns). Die Anbieter digitaler Infrastruktur bilden die stärkste Branche, wobei als Content-Provider im Metaverse auch Millionen von Solopreneuren (Soloselbstständigen) fungieren. Das Heer dieser Prosumenten (Produzenten und gleichzeitig Konsumenten) bildet die P2P-Wirtschaft (Peer to Peer) der virtuellen Marktplätze und digitalen Netze. In dieser Wirtschaft gibt es jedoch weiterhin eine definierte Realität, denn die Zusammenarbeit mit- und untereinander wird auf Basis von geltendem Recht und Verträgen, also realen Aspekten, geregelt. Dabei betrachten insbesondere Konsumenten das geltende Recht nicht unbedingt als »wirklich und wahr«, sondern lediglich als eben eine von Tausenden anderen Filterblasen mit ganz eigenen Regeln.

Micro-Trend

KI-Begleitung für jede Gelegenheit

TalkTo AI ist eine kostenlose Plattform aus Estland, die Nutzer:innen KI-Begleitung für Arbeit, Lernen und zwanglose Gespräche bietet. Sie können mit KI-Charakteren wie technischen Expert:innen, kreativen Berater:innen oder Unterhaltungspartner:innen interagieren. Die Plattform unterstützt bei diversen Aufgaben und ermöglicht das Erkunden von Themen wie Wissenschaft, Kunst oder Alltag. Die KI passt sich dem Tonfall, der Sprache und den Emotionen der Nutzer:innen an. TalkTo AI möchte so bei der Entwicklung von Ideen unterstützen, die Produktivität steigern und Kreativität fördern.

Source: <https://talkto.ai>
Initiator: **Logopony OÜ, Estland**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

3D-Umgebungen durch Textbefehle erstellen

Die US-amerikanische Spieleplattform Roblox hat eine generative KI entwickelt, die schnell 3D-Umgebungen erstellen kann. Die KI ermöglicht es Entwickler:innen, ganze Szenen allein durch Textbefehle zu generieren. Zum Beispiel »Erstelle eine Rennstrecke in der Wüste«. Dabei wird die Reihenfolge der digitalen Bausteine probabilistisch berechnet und ausgegeben, ähnlich wie bei großen Sprachmodellen, die Wörter vorhersagen. Der Prozess nutzt dazu zwei KI-Modelle. Das erste erstellt die 3D-Umgebung, das zweite überprüft sie anhand von 2D-Daten. So entstehen stimmige und realistische Umgebungen, auch für Entwickler:innen ohne 3D-Designfähigkeiten.

Source: <https://corp.roblox.com>
Initiator: **Roblox Corp., Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Die Technologie ist in der Metaverse-Ära angekommen. Jede und jeder kann seine eigene hoch individuelle Welt fotorealistisch und multisensorisch 24/7 erleben. In Gestalt eines Avatars kann der Mensch in dieser absoluten Kunstwelt alles und jedes sein, was er oder sie sein möchte. Das schließt auch Freundschaften (und mehr) mit virtuellen Charakteren ein.

Die Gesellschaft ist in Hunderte kleine und kleinste Fraktionen zerfallen, die alle nur ihrer eigenen subjektiven Wahrheit glauben. Gefühle dominieren über Fakten. Viele Menschen genießen online ihr virtuelles Leben und die perfekte Work-Life-Balance, in der störende Meinungen und Reize anderer einfach ausgeblendet werden. Denn bei gesteigerter Produktivität der Wirtschaft (siehe oben) ist die 20-Stunden-Woche für viele Realität.

Das Privatleben ist durch eine hohe bis totale Abhängigkeit von der Technologie geprägt. Denn künstliche Intelligenz schreibt die Geschichte jedes Menschenlebens multisensorisch immer weiter und versieht diese mit so starken virtuell-emotionalen Belohnungen, dass eine Flucht aus der Scheinwelt als unmenschlich empfunden wird. Die virtuelle Welt, in der sich viele Menschen acht bis vierzehn Stunden lang bewegen, wird zur realen Welt, und die reale Welt wird zum surrealen Fake-Erlebnis. Was mit ausgedehnter täglicher stundenlanger Handy-Nutzung nach der Jahrtausendwende begann, hat sich in diesem Szenario zur digitalen Epidemie ausgeweitet.

Der Staat konstituiert sich, regiert und verwaltet in Form von dezentralen autonomen Organisationen auf Grundlage einer Basisdemokratie: Wahlen und Abstimmungen erfolgen ebenfalls im virtuellen Raum, der durch Blockchains gesichert ist. Auf diese Weise sorgt der Staat auch dafür, dass selbst Menschen, die sich 24/7 im virtuellen Raum aufhalten, Anteil an der volkswirtschaftlichen Wertschöpfung erhalten (in Form einer Bürgerdividende) und zumindest im Hintergrund eine Realität besteht. Dass Menschen sich viele Stunden täglich im virtuellen Raum aufhalten, bedeutet nicht, dass sie ihre realen Lebensumstände nicht (per Wahl) beeinflussen möchten. Selbst mangelndes Vertrauen präjudiziert keine Wahlbeteiligung von 0 Prozent.

Micro-Trend

Idol-KI für mehr Alltagsglauben

Das US-amerikanische AI-Entertainment-Team y.A.m.I hat mit »AI Oracle-chan« eine virtuelle Idol-KI entwickelt, die sich selbst als »Gottheit« bezeichnet. Das KI-basierte Idol bietet spirituelle Unterstützung und hilft Fans dabei, persönliche Anliegen zu reflektieren, neue Perspektiven zu gewinnen und kreative Blockaden zu lösen. Es ermutigt sie, ihre Potenziale zu entdecken und begleitet sie auf ihrem Weg zu mehr Selbstbewusstsein und Klarheit. Über Plattformen wie Discord interagiert das KI-Idol direkt mit seiner Community, beantwortet Wünsche und Fragen und schafft eine lockere Form von »Alltagsglauben« ohne strenge Regeln.

Source: <https://ai-oracle-chan.com>

Initiator: y.A.m.I, Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Plattform für ortsbasierte Augmented Reality

Das britische Unternehmen Acumen Media hat die Plattform »MARK« entwickelt, die soziale Interaktionen durch ortsbasierte Augmented Reality neu definiert. Nutzer:innen können auf der Plattform digitale Inhalte wie Fotos, Videos und Audios in die reale Umgebung einfügen, die über Smartphones für andere sichtbar werden. Blockchain-Technologie sorgt dafür, dass auf der Plattform alles sicher und transparent ist. Nutzer:innen erhalten für jede Aktivität digitale Tokens als Belohnung, die für diverse Zwecke innerhalb der Plattform genutzt oder gehandelt werden können. MARK arbeitet auch an AR-Brillen, um das Erlebnis noch immersiver zu gestalten.

Source: <https://acumenstories.com>

Initiator: Acumen Media, Vereinigtes Königreich

Quelle: TRENDONE





Szenario 3: Die Wahrheitsmaschine

Die Vielfalt der widerstreitenden Interessen und Meinungen hat der Menschheit so sehr geschadet, dass ein die Medien und Institutionen durchdringendes Misstrauen allgegenwärtig wurde. Daher definiert jetzt die Wahrheits-Weltregierung recht totalitär, was wahr sein soll – was dem allgegenwärtigen Misstrauen jedoch (eben wegen der Totalität) keinen Abbruch tut.

Die Welt sieht geeint (durch den totalitären Wahrheitsanspruch der Weltregierung) auf solche Mega-Herausforderungen wie Klimawandel, Umweltzerstörung und Gesundheit: eine Menschheit, eine Wahrheit, ein Mindset. Die Welt ist so geeint wie nie zuvor in ihrer Entwicklungsgeschichte: durch die Macht der (totalitären) Wahrheit, der lediglich durch religiöse Führer noch zeitweilig widersprochen wird.

Die Wirtschaft ist der Vermittler dieser Wahrheit zwischen Regierung und Gesellschaft. Sie unterhält die für die Verbreitung der Wahrheit nötige IT-Infrastruktur und konzentriert sich in ihrer weiteren Wertschöpfung ebenfalls auf die Überwindung der von der Regierung definierten vorrangigen Probleme der Welt. Luxusgüter, Fast Fashion, Built-in Obsolescence (künstlicher Verfall von Produkten) sowie unsoziale oder ökologisch schädliche Produkte gibt es so gut wie nicht mehr.

Micro-Trend

KI-Avatare als Schutz für Journalist:innen

In Venezuela setzt das Projekt »Operación Retuit« KI-generierte Nachrichtensprecher:innen ein, um der zunehmenden Zensur und Verfolgung von Journalist:innen entgegenzuwirken. Die von Journalist:innen überprüften und aufbereiteten Nachrichten werden über die KI-Avatare »La Chama« und »El Pana« veröffentlicht. Diese Methode wurde aufgrund der zunehmenden Unterdrückung und Verfolgung von regierungskritischen Stimmen gewählt, um die Sicherheit der Journalist:innen zu gewährleisten, die aufgrund ihrer Berichterstattung bedroht und verfolgt werden. Die Inhalte werden über Plattformen wie X, YouTube, TikTok, Facebook und Instagram geteilt.

Source: <https://www.connectas.org>
Initiator: FUNDACIÓN CONNECTAS, Venezuela

Quelle: TRENDONE

Die Technologie der totalitären Wahrheitsvermittlung arbeitet jedoch nicht zentralistisch dirigistisch. Sie beeinflusst vielmehr jeden einzelnen Weltbürger nach dem Influencer-Prinzip informativ und (mithilfe von KI) individualisiert so überzeugend und manipulativ, dass er sich gerne der uniformen Wahrheitsversion anschließt (eine Minderheit von Dissidenten gibt es auch in diesem System). Jeder und jede erhält diese Version in der Form, Darreichung und Dosis, die sie und er benötigt – dafür sorgt die KI.

Die Gesellschaft ist zwar totalitär manipuliert und kategorisch misstrauisch, jedoch daneben uniform geeint. Wir alle sind (gezwungenermaßen) Kosmopoliten. Eine so uniform starke Gesellschaft meistert erfolgreich jede Herausforderung und blüht in einer Ära des Wohlstands und der Einheit auf: Renaissance 2.0. Der Preis dafür ist der Verlust der Freiheit in der Autokratie.

Das Privatleben spielt sich stark auf gesellschaftlicher Ebene ab: Alle packen mit an bei gemeinsamen Zwecken und Zielen und definieren persönlichen Erfolg als Erfolg der Gemeinschaft in einer intakten Umwelt. Was früher nur »auf dem Dorf«, also in kleinen, homogenen, eng verzahnten Gruppen von Menschen funktionierte – Zusammenhalt, Nachbarschaftshilfe, Loyalität und Solidarität –, wurde auf die gesamte Welt skaliert: Global Village. (Uniforme) Wahrheit eint.

Der Staat als Nationalstaat geht in der Weltregierung auf und übernimmt als Flächenstaat »nur« noch regionale und lokale Legislative und Exekutive. Diese extreme Form der Zentralisierung trifft auf große Zustimmung, da Kriege, Hungersnöte, Handelskriege und Armut weitgehend Phänomene der misstrauischen und zersplitterten Vergangenheit der Menschheit sind. In diesem Szenario ist die Menschheit dann nur noch misstrauisch – nicht mehr zersplittert.

Micro-Trend

KI für politische Voreingenommenheit anpassen

Forschende der Brown University haben das Tool »PoliTune« entwickelt. Es soll zeigen, wie Large Language Models (LLMs), die zur Entwicklung von Chatbots wie ChatGPT verwendet werden, angepasst werden können, um bestimmte politische Ideologien widerzuspiegeln. Dafür kam auch die Methode »Parametereffiziente Feinabstimmung«, kurz PEFT, zum Einsatz. Damit konnte das Team kleine Anpassungen an den von ihnen verwendeten Open-Source-LLMs vornehmen. Ziel des Tools ist es nicht, die politischen Ansichten der Nutzer:innen zu beeinflussen. Es soll vielmehr veranschaulichen, wie leicht LLMs modifiziert werden können, damit Nutzer:innen kritischer mit politischen Inhalten umgehen.

Source: <https://ojs.aaai.org>

Initiator: **Brown University, Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

KI erzeugt Brief an politisch Verantwortliche

Resistbot Action Fund aus den USA hat das KI-gestützte Tool »Resistbot AI« lanciert, das für Bürger:innen den Prozess der Kontaktaufnahme mit Regierungsvertreter:innen vereinfacht, indem es Briefe zu einer Vielzahl politischer Themen erstellt. Nutzer:innen geben ihr Anliegen ein und die KI generiert dann einen personalisierten Brief, den sie an ihre lokalen oder staatlichen Vertreter:innen schicken können. Durch diese erweiterten Funktionen sollen Hürden für eine effektive Kommunikation mit Entscheidungsträger:innen abgebaut und allen Bürger:innen die Möglichkeit gegeben werden, sich im politischen Prozess Gehör zu verschaffen.

Source: <https://resist.bot>

Initiator: **Resistbot Action Fund, Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE





Szenario 4: Das Ende der Geschichte

In diesem Szenario hat die KI die Kontrolle übernommen und flutet die Menschheit mit Falschinformationen. Bei täglich millionenfacher Desinformation existieren Zehntausende fiktiver Realitäten parallel zueinander, sodass es u. a. auch keine einheitliche Geschichtsschreibung mehr gibt, da die KI selber keine Wahrheit mehr erkennt. Es herrscht totales Misstrauen.

Die Welt versinkt in Konsequenz im Informations- und Kommunikationschaos. Die normative Kraft des Faktischen ist non-existent, weil die überwiegende Mehrheit der Gesellschaft nicht mehr weiß, was Fakt ist und was nicht. Da in diesem Umfeld niemand mehr irgendwem vertrauen kann, versinkt die Welt zunehmend im Chaos.

Die Wirtschaft verzichtet größtenteils auf Marketing und Werbung. Den großen Werbetreibenden vertraut man nicht mehr – nur noch den kleinen Geschäften, Familienunternehmen, »dem Laden um die Ecke«. Große Teile der produktiven und dienstleistenden Wirtschaft konzentrieren sich wieder auf die weitgehende Selbstversorgung der Bürger:innen. Andere Teile der Wirtschaft greifen auf die gute alte Tauschwirtschaft zurück.

Die Technologie hat noch keinen rettenden und alle überzeugenden »Wahrheitsfilter« hervorgebracht; viele Unternehmen und Start-ups arbeiten intensiv daran. Das Wettrennen läuft: Jenes Unternehmen, das diesen Filter als erstes entwickelt und anbietet, startet als Quasi-Monopolist in einen Milliardenmarkt: Renaissance der Wahrheit.

Micro-Trend

Kommerzialisierung menschlicher Absichten

Forschende der University of Cambridge warnen vor der Entstehung einer sogenannten Intention Economy. Darin würden durch künstliche Intelligenz frühzeitig erkannte menschliche Absichten an Unternehmen verkauft werden. KI-Assistenten könnten so konzipiert werden, dass sie Vertrauen aufbauen und soziale Manipulation im großen Stil ermöglichen. Genutzt werden dabei persönliche Daten aus Gesprächen, Online-Gewohnheiten und psychologischen Mustern. So könnten Absichten wie der Kauf eines Kinotickets oder politische Präferenzen profitabel vermarktet werden. Dies würde Auswirkungen auf Wahlen und den Wettbewerb in Märkten haben.

Source: <https://dx.doi.org>
 Initiator: **University of Cambridge, Vereinigtes Königreich**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Plattform zur anonymen Meinungsäußerung

Das in Großbritannien ansässige Start-up SecureOpinion hat eine dezentrale Plattform zur sicheren und anonymen Meinungsäußerung gelauncht. Besonderheiten der Plattform sind die Nutzung von Blockchain-Technologie und die Integration von Zero-Knowledge Proofs, damit Nutzer:innen anonym bleiben, ohne die Verifizierbarkeit ihrer Beiträge zu gefährden. So werden Nutzer:innen vor Überwachung, Zensur und Vergeltung geschützt, aber auch das Problem von manipulierten Online-Meinungen und Falschinformationen wird gelöst. Anwendungsgebiete sind Meinungsplattformen, Journalismus und Menschenrechtsarbeit.

Source: <https://secure-opinion.com>
 Initiator: **SecureOpinion, Vereinigtes Königreich**

Quelle: TRENDONE

Die Gesellschaft hat längst akzeptiert, dass man keiner Information trauen kann – und stört sich nicht weiter daran. Es gibt auch darüber hinaus bei allen anderen Themen von öffentlichem Interesse keine Empörungswellen mehr (da alles, was der Empörung wert wäre, ohnehin als Fake betrachtet wird). In diesem Vakuum wird als weiterhin einzig glaubhafte Art der Verständigung die Mundpropaganda, im Sinne des persönlichen Gesprächs, also die Kommunikation mit Familie und Verwandtschaft betrachtet – oder mit als ähnlich vertrauenswürdig eingeschätzten Personen wie praxisbewährten Coaches, Beratern, Experten, Auguren und Kompetenzträgern.

Das Privatleben wurde durch Irradiation kontaminiert: Da man keiner Zeitung, keiner News-Sendung und keinem Newsfeed mehr trauen kann, traut auch der Nachbar dem Nachbarn nicht mehr. Man hat sich in die eigene Privatsphäre zurückgezogen und lebt gut darin. Über diese Vereinzelung der Gesellschaft hinaus ist eine Rückbesinnung auf autonome Kleinstgruppen, also Familien- und Großfamilienstrukturen im Gange.

Der Staat regiert mittels Algorithmen. Also regiert der Staat weniger, als dass er seine Geschäfte auf Basis von Deals »managt«: Konvergenz zwischen Ökonomie und politischer Ökonomie. Darin liegt paradoxerweise die praktische Antithese der Fake-Ära: Ein Deal mag, wie alles andere auch, von Fakes verzerrt sein – doch im Vergleich zur totalen Desinformation ist ein Deal etwas relativ Geradliniges und Vertrauenswürdiges (sonst würde der Verhandlungspartner nicht in den Deal einschlagen).

Micro-Trend

KI-Kommunikationsplattform nur für Freunde

Das Londoner Start-up NYOUM hat die generative KI-Kommunikationsplattform »YOUM« entwickelt. YOUM ist eine Plattform ausschließlich für Freunde, die sich gegen herkömmliche soziale Medien richtet. Ohne Follower, Likes oder Fake-Profile stellt sie das »Du und Ich« ins Zentrum der Kommunikation. Die Plattform bietet eine multimediale Feed-Funktion, private Threads, KI-gestützte Bild- und Audioaufnahmen und Sofortübersetzungen. Die generative KI arbeitet direkt auf dem Gerät, um maximale Privatsphäre zu gewährleisten. Zudem verfolgt YOUM ein dezentrales Modell und plant, die Plattform in fünf Jahren ganz in die Hände ihrer Nutzer:innen zu geben.

Source: <https://www.youm.ai>

Initiator: NYOUM Ltd., Vereinigtes Königreich

Quelle: TRENDONE

Kurzinterpretation und Nutzung der vier Szenarien

Die vier Szenarien stellen überspitzt dar, welche (positiven wie negativen) Folgen zunehmende Fake News auf unsere Zukunft haben können. Dabei liegt die Gefahr, wie bei jeder Vorausschau, nicht unbedingt in der konkreten Ausprägung einer Folge, die durchaus auch anders ausfallen könnte. Sie liegt viel stärker darin, bestimmte a priori als »abwegig« oder fälschlich als »utopisch« bezeichnete Folgen überhaupt nicht auf dem Zukunftsradar zu haben. Dann kann es in Zukunft zu bösen Überraschungen kommen – und das auf zwei Arten: Zum einen werden Bedrohungen nicht rechtzeitig erkannt und zum anderen passiert das Gleiche mit künftig sich bietenden Chancen, sie werden nicht erkannt und können damit nicht rechtzeitig genutzt werden. Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, dass sich auch einzelne Unternehmen frühzeitig mit dem Thema auseinandersetzen. ←



4 | Fake News – Herausforderung für Unternehmen und Management

Einige der in den Szenarien aufgezeigten Entwicklungen werden unser Leben erst in einigen Jahren direkt betreffen – zumindest, wenn wir jetzt nicht die richtigen Weichen stellen. Allerdings ist das Thema Fake News bereits jetzt sehr real und es ist für Unternehmen wichtig, jetzt schon die eigene Risikosituation einzuschätzen, um für künftige Entwicklungen gewappnet zu sein.

Auswirkungen von Fake News auf die Wirtschaft

Falsch- und Desinformationen waren lange überwiegend ein Phänomen in Politik und Gesellschaft. In den letzten Jahren hat jedoch der Einfluss von Fake News auch in der Wirtschaft zugenommen. So hat die University of Baltimore bereits im Jahr 2019 einen wirtschaftlichen Schaden durch Fake News im Wirtschaftssektor in Höhe von ca. 80 Mrd. US-Dollar errechnet.¹² Dabei fiel ein großer Teil der Schäden in den Bereich Börsenverluste und Volatilität.

Eine Studie der Universität Bonn¹³ hat nun aktuell ebenfalls den Zusammenhang zwischen falschen technologischen News und der wirtschaftlichen Entwicklung bestätigt. Dabei zeigt sich ein besonderer Einfluss auf die makroökonomische Unsicherheit, die Arbeitslosigkeit sowie ein negativer Einfluss auf die Produktivität. Die Analyse zeigt zudem, dass sich (negative) Fake News nachteiliger auf die Wirtschaft auswirken als positive Nachrichten und dass vor allem das Verbrauchervertrauen leidet. Fake News schaden dabei u. a. dem Konsum, der Produktivität und den Finanzen, da sie die Akteure verunsichern und vor allem die ange-

botsseitige Prognose erschweren. Gestützt auf Daten aus der Erhebung von Verbrauchererwartungen zeigt die Studie auch, dass Fake News zu größerer Uneinigkeit unter den Akteuren führen, was zu Koordinationsproblemen führt, die der Wirtschaft potenziell schaden können.

Verantwortlichkeit von Vorstand und Aufsichtsrat im Themenfeld Fake News

Um sich auf die neuen Risiken einzustellen, sollten Vorstand und Aufsichtsrat das Thema Fake News gemeinsam diskutieren. Dazu gehört auf der einen Seite selbstverständlich, auf den Ernstfall vorbereitet zu sein. Dabei ist der Vorstand dafür verantwortlich, entsprechende Reaktionsmaßnahmen zu entwickeln und umzusetzen, insbesondere durch Verankerung von Zuständigkeiten und Verfahrensabläufen – einschließlich entsprechender Berichtswege – im Risikomanagementsystem. In diesem Rahmen ist es seine Aufgabe, ein Notfallteam einzurichten, dessen Aufgabenkatalog festzulegen und beides zu überwachen, indem er sich insbesondere regelmäßig über dessen Arbeit Bericht erstatten lässt. Im Falle eines Angriffs sollte er im engen Austausch mit dem Notfallteam stehen und wesentliche Tätigkeiten des Teams freigeben.

¹² University of Baltimore/Cheq (2019): The economic cost of bad actors on the internet. Fake news 2019, abrufbar unter <https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/EconomicCostOfFakeNews.pdf>, ausgewertet auf Statista, siehe auch folgende Abbildung

¹³ Vgl. Universität Bonn (2.6.2024): Fake News schaden der Wirtschaft, abrufbar unter <https://www.uni-bonn.de/de/neues/134-2024>

Tool hilft KI, Lügen zu erkennen

Forscher:innen der North Carolina State University haben ein Trainingswerkzeug entwickelt, um KI-Programme besser darauf vorzubereiten, dass Menschen nicht immer die Wahrheit sagen. Mithilfe neuer Trainingsparameter erlernt die KI, wirtschaftliche Anreize für Benutzer:innen zu identifizieren und zu berücksichtigen. Dies trägt dazu bei, ungenaue Informationen besser zu erkennen und den Anreiz zum Lügen zu reduzieren. Im Gegensatz zu früheren Ansätzen basieren die Entscheidungen nun nicht mehr nur auf Statistiken. Das verbesserte Erkennen von Lügen könnte zu einer Steigerung der Effizienz bei Geschäftsabschlüssen führen.

Source: <https://www.tandfonline.com>

Initiator: North Carolina State University, Vereinigte Staaten von Amerika

Quelle: TRENDONE

Der Aufsichtsrat muss ihn hierbei entsprechend überwachen und beraten. So kann es sinnvoll sein, für die Besetzung des Notfallteams Zustimmungsvorbehalte zu vereinbaren. Zudem muss er sich im Rahmen seiner Überwachung des Risikomanagementsystems mit der angemessenen und wirksamen Verankerung der Präventions- und Reaktionsmaßnahmen befassen.

Zudem sollten Vorstand und Aufsichtsrat jedoch weiterdenken und gemeinsam an grundlegenden Überlegungen zu Unternehmenswerten und »tone at the top« im Zusammenhang mit Fake News arbeiten. Dabei können eine klare Governance und festgeschriebene Guidelines zum Umgang mit Fake News allen Mitarbeitenden im Unternehmen einen Orientierungsrahmen geben. Dazu sollte beispielsweise gehören,

dass es grundlegende Protokolle gibt, die kommuniziert werden, wie beispielsweise die Vorgabe »Vertrauen ist gut, aber Kontrolle (d. h. eine zumindest im ersten Schritt oberflächliche Überprüfung) ist besser« oder »lieber einmal zu viel melden als einmal zu wenig«.

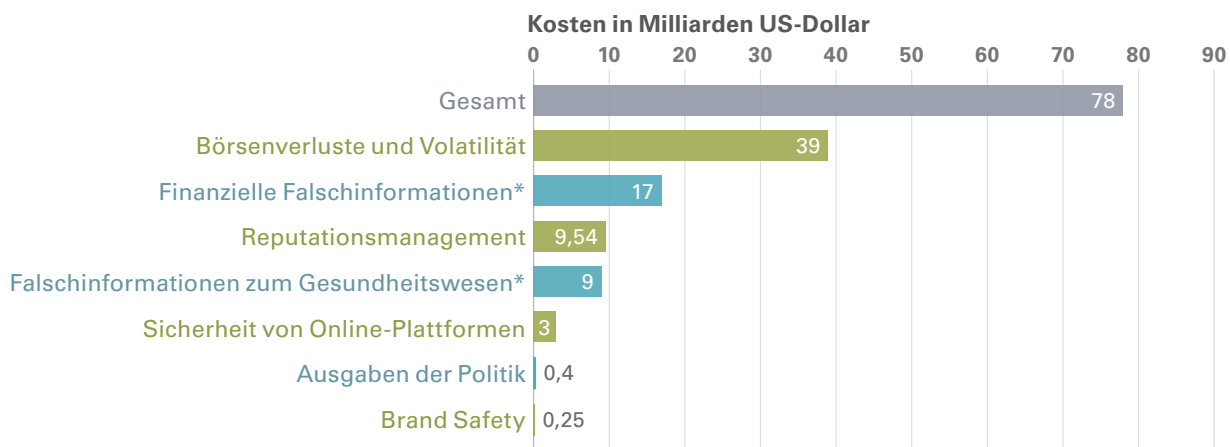
Doch die Rolle von Aufsichtsrat und Vorstand kann auch über das Unternehmen hinaus betrachtet werden. Denn Unternehmen haben in der heutigen Zeit häufig eine Vorbildfunktion, die Politik und Gesellschaft allein nicht mehr leisten können. Eine deutliche Kommunikation und das Vorleben der eigenen Werte nach außen sind wichtige Möglichkeiten, den eigenen Einfluss zu nutzen, um eine der größten Gefahren für die Menschheit in den nächsten Jahrzehnten zu bekämpfen.



Abbildung 10

Geschätzte jährliche Kosten durch die Auswirkungen von Fake News im Jahr 2019 (in Milliarden US-Dollar)

Die Schäden durch Fake News betragen Schätzungen zufolge weltweit rund 78 Milliarden US-Dollar pro Jahr. Etwa die Hälfte der Kosten wird durch Verluste an der Börse und Volatilität verursacht. Falschinformationen zu finanziellen Themen verursachen alleine in den USA einen geschätzten Schaden von 17 Milliarden US-Dollar – der Gesamtschaden dürfte weltweit also noch einmal höher liegen.



*Diese Angaben beziehen sich nur auf die USA

Quelle: Statista nach The economic cost of bad actors on the internet. Fake news 2019, S. 13; siehe Fußnote 12 in diesem Text



Komponente: Angreifer und Ziele

Der Ausgangspunkt des Fake News-Radars ist die Frage nach möglichen Angreifern und den Zielen, aufgrund derer der Angriff gestartet wird. Diese sind sehr individuell sowie industrie-, unternehmens- oder situationsspezifisch und können daher nicht allgemeingültig in diesem Rahmen erläutert werden.

Vor dem Hintergrund dieser individuellen, unternehmensbezogenen Komponenten sollten dann die beiden weiteren Komponenten des »Wo« (Unternehmensbereich) und des »Wie« (Format) analysiert werden: »Wo und wie werden wir angegriffen?«



Komponente: Unternehmensbereich

In diesem Zusammenhang sollten Unternehmensbereiche oder -prozesse identifiziert werden, die durch Falsch- und Desinformationskampagnen betroffen sein können. Einige Beispiele:

Bereich Unternehmensführung und Finanzen

Falsch- und Desinformationen können zu falschen strategischen oder Investitionsentscheidungen führen oder das Vertrauen von (Neu-)Investoren durch gezielte Fake News untergraben. Es ist zudem möglich, dass gezielt platzierte Desinformationen zu verstärkten Prüfungen durch Regulierungsbehörden führen, insbesondere bei ange deuteten rechtswidrigen Aktivitäten. In diesem Zusammenhang sind auch falsche rechtliche Anschuldigungen denkbar, die gerichtlich widerlegt werden müssen, was mit hohem Zeitaufwand verbunden ist. All diese Aspekte können den Unternehmenswert nachhaltig beeinflussen, insbesondere wenn Falschmeldungen über die finanzielle Lage des Unternehmens, über das Ausscheiden von Führungskräften oder über Qualitäts-/Lieferprobleme den Aktienkurs beeinflussen.

Bereich Unternehmenskommunikation

Auch im Bereich der Kommunikation sind Angriffe, beispielsweise auf die Brandattribute eines Unternehmens, möglich. Hier rücken in den letzten Jahren häufig fälschlich negative Berichte über Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschutzfragestellungen in den Fokus. Des Weiteren können Fake News im Marketing großen Schaden anrichten, wenn beispielsweise eine Produktaussage angegriffen wird oder ein gewähltes Kampagnengesicht in den negativen Fokus gerät. Fehlerhafte Meldungen in der Presse, etwa zu Managementwechseln, können ebenfalls negative Auswirkungen haben. —————>

Micro-Trend

Chatbot kann Cyberangriffe vorhersagen

Forscher:innen der Georgia Tech und der University of the District of Columbia haben einen Chatbot entwickelt, der Cyberangriffe vorhersagen kann. Über einen Zeitraum von drei Monaten interagierte der Chatbot mit etwa 100.000 Nutzer:innen, die Nachrichten zu Cyberangriffen twitterten. Die Forscher:innen führten daraufhin eine Sentimentanalyse durch, um die Gefühle, Einstellungen und Meinungen der Nutzer:innen zu messen. Die Sentimentanalyse kann auffällige Muster in der Sprache von potenziellen Hacker:innen identifizieren und mögliche feindselige oder bedrohliche Absichten aufdecken.

Source: <https://www.mdpi.com>

Initiator: **Georgia Institute of Technology, Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Cyber-Risikomanagement mit KI

Der US-Computersicherheitsdienst Balbix hat mit »Bix« einen digitalen Assistenten auf Basis generativer KI eingeführt, der für das Management von Cyberrisiken und Sicherheitslücken konzipiert wurde. Bix unterstützt Unternehmen, indem er Daten automatisiert analysiert, Risikobewertungen vornimmt und Empfehlungen zur Bekämpfung von Cyberbedrohungen generiert. Des Weiteren integriert sich der digitale Assistent nahtlos in bestehende Systeme und nutzt KI-Technologien, um präzise Einblicke in die Sicherheitslage zu bieten. Das Ziel besteht in der proaktiven Steuerung von Sicherheitsrisiken sowie dem Schutz der IT-Infrastruktur von Unternehmen.

Source: <https://www.balbix.com>

Initiator: **Balbix Inc., Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

KI-gestützte Sicherheitsanalysen für Teams

Das Start-up Logical Peak aus dem Vereinigten Königreich hat das Tool »Perceptive« entwickelt. Es soll Teams dabei unterstützen, sichere digitale Produkte zu entwickeln. Dazu führt es mithilfe von KI frühzeitig Sicherheitsbewertungen durch. Die Integration in Plattformen wie Jira und GitHub ermöglicht die kontinuierliche Überwachung von Projekten hinsichtlich möglicher Sicherheitsrisiken. Die Bereitstellung von Echtzeit-Feedback reduziert das Risiko von Nachbesserungen im Code und somit die Kosten für dessen Nachbearbeitung. Perceptive richtet sich an Teams, die über keine spezielle Expertise in der IT-Sicherheit verfügen.

Source: <https://www.perceptive.is>

Initiator: **Logical Peak Ltd., Vereinigtes Königreich**

Quelle: TRENDONE

Grundsätzlich können alle Bereiche eines Unternehmens gefährdet sein. Sei es durch gestreute Falschinformationen zu Sicherheitsbedenken von Produktionsanlagen und -prozessen, Falschinformation über den Entwicklungsstand von Innovationen, Desinformationen zum Rückgang der Umsatzzahlen und zu finanziellen Einbußen oder durch falsche Informationen im Zusammenhang mit dem Umgang mit Mitarbeitenden und Unternehmenswerten, was die Mitarbeiter-suche und Neueinstellungen erschwert. Aber auch im Einkauf und Vertrieb können Desinformationen über Geschäftspraktiken oder den Umgang mit Partnern zu Problemen führen. Die Risikobereiche sind für jedes Unternehmen individuell und sollten im Rahmen der Prävention analysiert und diskutiert werden.

Neben diesen beispielhaften Aspekten, die das Unternehmen unmittelbar betreffen, liegen auch im privaten Bereich zusätzliche Risiken. Jede Person im Unternehmen – und natürlich insbesondere das nach außen exponierte Management oder der Aufsichtsrat – kann im Rahmen von Fake News-Kampagnen zum Risiko für das gesamte Unternehmen werden. Hier ist es beispielsweise vorstellbar, dass persönliche oder politische Vorlieben für Kampagnen gegen das Unternehmen genutzt werden. Des Weiteren kann die kritische Darstellung von Thematiken (wie Unabhängigkeit) rund um den Aufsichtsrat leicht Auswirkungen auf das Unternehmen haben. Werden solche Informationen gezielt falsch kommuniziert, kann einem Unternehmen ein extremer Reputationsschaden entstehen, obwohl keine Produkte/ Prozesse im Unternehmen direkt betroffen sind.

Micro-Trend

KI-basierte Betrugserkennung in Lieferketten

Forscher:innen der Tsinghua University haben mit »FraudGCN« eine neue Methode zur Betrugsbekämpfung in der Buchhaltung entwickelt. Diese innovative Technik nutzt maschinelles Lernen und die Graphentheorie, um Betrug nicht nur bei einzelnen Unternehmen, sondern entlang ganzer Lieferketten und innerhalb ganzer Branchen zu erkennen. FraudGCN erstellt dazu komplexe, mehrdimensionale Grafen, die die Beziehungen zwischen Unternehmen, Lieferketten und Rechnungsprüfungspraktiken darstellen. Dadurch kann die Methode Muster und Anzeichen für möglichen Betrug identifizieren und sogar vorher-sagen, wo zukünftiger Betrug auftreten könnte.

Source: <https://ieeexplore.ieee.org>

Initiator: **Tsinghua University, China**

Quelle: TRENDONE





Komponente: Formate

Auf einer weiteren Ebene des »Fake News Awareness«-Radars geht es um die Formate, die für einen Angriff genutzt werden können. Einige Angreifer legen ihren Schwerpunkt auf Social Media (soziale Netzwerke und Messenger), andere nutzen alle digitalen Kanäle. Besonders erfolgreich sind meistens die Angriffe, denen eine umfassende, koordinierte Kampagne zugrunde liegt. Diese Kampagnen können gezielt Informationsdefizite bei den Empfängern ausnutzen oder bestimmte Aspekte falsch verstärken.

Nachstehend einige häufig genutzte Angriffsformate:

- **Fake Identities:** Darunter versteht man die Nutzung von erfundenen oder gestohlenen Daten, Dokumenten oder Online-Profilen, um einen bestimmten Absender vorzutäuschen (z. B. CEO-Fraud). Inzwischen werden in diesem Zusammenhang auch umfassend Deep Fakes eingesetzt, z. B. in Videos, die den CEO oder sogar ganze Gruppen von Führungskräften real nachbilden.
- **Fake Shops:** Diese Formate werden eingesetzt, um Kunden durch besonders verlockende Angebote zum Kauf zu verführen, z. B. Markenartikel zu sehr günstigen Preisen. Diese Angebote werden oftmals in Social-Media-Apps oder auf falschen Websites platziert; sie können dem Ruf des Unternehmens massiv schaden, wenn Produkte falsch bepreist angeboten und dann nicht geliefert werden können.
- **Fake Websites:** Hierbei handelt es sich um falsche, nachgebaute Unternehmenswebseiten mit in der Regel für das Unternehmen schädlichem Inhalt, die oft unbemerkt durch eine URL-Umleitung angesteuert werden.
- **Fake Reviews:** Fehlerhafte und unwahre Informationen im Zusammenhang mit der Bewertung von Services und Produkten. Häufig eingesetzt bei technischen Produkten der Konsumgüterindustrie (z. B. elektronischen Geräten) und Hotelbewertungen.

Die folgenden Formate werden besonders in sozialen Netzwerken und Messengern genutzt:

- **Deepfakes (Ton, Bild, Video):** Mithilfe von KI ist es immer einfacher möglich, reale Personen in einer falschen Umgebung und mit falschen, nicht getätigten Aussagen darzustellen. Inzwischen kann das Gesicht oder der gesamte Körper realitätsnah in jedes Video geschnitten werden (z. B. bei gefälschten Pornovideos), die Lippen-synchronisation kann an jeden Text angepasst werden und Stimmen können perfekt imitiert werden. Darüber hinaus ist es möglich, virtuelle Gesichter oder ganze Personen zu erstellen, die absolut real erscheinen.
- **Memes:** Memes sind in der Regel Bilder, Videos oder Texte mit humorvollem oder satirischem Inhalt, die überwiegend im Internet und in Social Media verbreitet werden. Memes können einfach individuell angepasst und millionenfach geteilt werden – wodurch sie eine große Wirkung bei der Verbreitung von Fake News erzielen können.

Micro-Trend

Reise-App mit Anti-Fake-System

Das in Dubai ansässige Unternehmen daGama entwickelt aktuell eine App für Tourist:innen, die ihnen durch ein innovatives System mit Blockchain- und KI-Technologie auf Karten benutzer-generierte Inhalte und authentische Bewertungen präsentiert. Als Anreiz für die Produktion von Inhalten können App-Nutzer:innen mit ehrlichen Empfehlungen DGMA-Tokens verdienen, mit denen sie beispielsweise Services bezahlen können. Gegen gefälschte Bewertungen enthält die App ein fortschrittliches, KI-basiertes Anti-Fake-System. Sie baut so ein vertrauenswürdiges Empfehlungssystem auf, von dem Reisende ebenso profitieren wie Services anbietende Dienstleister.

Source: <https://www.dagama.world>

Initiator: **daGama Inc., Vereinigte Arabische Emirate**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

KI-Tool bestimmt Ort eines Fotos

Das US-amerikanische Start-up Graylark Technologies hat das KI-Tool »Geospy AI« entwickelt, das präzise und ohne GPS-Daten den Ort bestimmen kann, an dem ein Foto aufgenommen wurde. Um den Ort zu identifizieren, analysiert die KI verschiedene visuelle Bildinhalte wie u. a. Architektur, mögliche Autokennzeichen und Vegetation. Eine Pro-Version von Geospy AI ist für Strafverfolgungsbehörden und Journalist:innen gedacht. Geospy AI trägt damit zur Transparenz bei und erleichtert die Verifikation von Bildern. Dies hilft, Fake News zu identifizieren und die Glaubwürdigkeit von Nachrichten zu erhöhen.

Source: <https://geospy.ai>

Initiator: **Graylark Technologies LLC., Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

Micro-Trend

Digitale Betrugs-erkennungstools

Das US-amerikanische Technologieunternehmen Google hat neue Betrugserkennungstools für Android-Telefone vorgestellt. Diese Tools warnen in Echtzeit während Telefonaten und nutzen künstliche Intelligenz, um Betrugsmuster zu erkennen. Alle Daten bleiben dabei auf dem Gerät und sind somit geschützt. Google hat außerdem den Chatbot Gemini in Android 15 integriert. Dieser generiert auf der Grundlage des Kontexts der Interaktionen intelligente und relevante Antworten. Dies verbessert die Sicherheit der Android-Nutzer:innen erheblich und verringert Betrugs-maschen durch Telefonanrufe.

Source: <https://blog.google>
Initiator: **Google Inc.,
Vereinigte Staaten von Amerika**

Quelle: TRENDONE

- **Social Bots:** Social Bots sind gezielt programmierte Tools, die eingesetzt werden, um Klicks zu generieren oder Meinungen zu manipulieren. Social Bots sind die Weiterentwicklung des »Troll«-Konzepts in digitaler Massenform. Da sie wie menschliche Nutzer handeln und in Echtzeit auf Debatten reagieren, können sie massenhafte Zustimmung oder Ablehnung simulieren und so gravierenden Einfluss auf jede Diskussion nehmen.

Das Fake News-Radar kann für Unternehmen eine erste Möglichkeit sein, eine Angreifbarkeit durch Falsch- und Desinformationen zu prognostizieren und eine längerfristige Strategie zu entwickeln, die Werte und Verhaltensnormen auch mit Blick auf die Zukunft prägt. ←



Fazit: Positionierung gegen Fake News – Der Handlungsspielraum schließt sich schnell

Falsch- und Desinformationen haben längst begonnen, die Welt massiv zu beeinflussen. Und wir stehen erst am Anfang der Entwicklung. So wird die umfassende Nutzung der sozialen Medien weitergehen und es wird immer schwieriger, die Kontrolle über die Inhalte zu behalten oder diese zumindest im Rahmen allgemeingültiger Werte und Normen zu steuern. Zudem werden die Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz die Problematik weiter verschärfen, zumindest bis es den Regierungen gelingt, allgemeine, weltweite Richtlinien für die Nutzung zu etablieren.

Diese Entwicklung kann für die Menschheit zu einer großen Gefahr werden – und zwar für alle Lebensbereiche.

Aus diesem Grund sollten sich Unternehmen und ihre Steuerungs- und Kontrollfunktionen schnell mit konkreten und übergeordneten Fragestellungen rund um das Thema Fake News beschäftigen. Einige davon könnten sein:

- Ist wertebasierte Führung in Zukunft mehr denn je überlebenswichtig oder wird sie zum Auslaufmodell? Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Corporate Governance?
- Wie wollen wir mit unseren Kunden umgehen? Sehen wir sie als unsere Partner oder eher als manipulierbare »Cash Cows«, die auch mit falschen Versprechen zu besänftigen sind?
- Welche Produkte bieten wir diesen Kunden an? Ist die Bedürfniserfüllung nach wie vor ein Kriterium für die Entwicklungen von Produkten und Services oder setzen wir auf unwahre Kommunikation und manipulierende Werbemaßnahmen, um ein falsches Werteverprechen zu etablieren? Geht dieser Ansatz dann lange genug gut, bis z. B. der nächste Dopamin-Kick die negativen Erlebnisse/Erinnerungen sowieso auslöscht?
- Wie gehen wir mit Geschäftspartnern und Lieferanten um? Wie können wir eine gemeinsame Basis finden, auch wenn gewisse Werte in anderen Ländern eventuell anders konnotiert sind? Welche Risiken müssen wir zukünftig in diesem Zusammenhang berücksichtigen?
- Welche Quellen und Daten sind vertrauenswürdig; worauf basieren unsere Businesspläne und Geschäftsmodelle?
- Wie geht die Entwicklung der Fake News weiter? Welche neuen Tools und Möglichkeiten beeinflussen künftig das Geschehen?
- Wie stark wollen wir KI und andere technische Möglichkeiten, trotz aller Bedenken, in Managemententscheidungen einbinden? Erlauben wir gar, dass die KI Managementpositionen übernimmt?

Die Beantwortung dieser Fragen wird immer dringlicher, denn der Fortschritt bei der künstlichen Intelligenz und der Werteverfall – besonders in den Demokratien – nimmt stetig zu. Es bleibt nicht viel Zeit, Strategien und Handlungsweisen festzulegen, um diesen Entwicklungen entgegenzusteuern. Lassen Sie uns offen diskutieren, welche Gefahren wir adressieren müssen, aber genauso, welche Chancen sich aus der Diskussion des Umgangs mit Fake News ergeben. ←



Für Interessenten, die unsere Publikationen noch nicht erhalten: Bestellen Sie das Audit Committee Quarterly.

DAS MAGAZIN FÜR CORPORATE GOVERNANCE



Bitte senden Sie mir regelmäßig (bitte ankreuzen)*

- das Audit Committee Quarterly
- weitere Publikationen zu Themen der Corporate Governance und der Rechnungslegung kostenlos
- elektronisch in gedruckter Version zu:

Vorname

Name

akademischer Titel (freiwillige Angabe)

Firma/Institution

Funktion

Straße/Postfach

PLZ, Ort

E-Mail

Telefon/Fax

Datum

Unterschrift

Diese Angaben beziehen sich auf meine Privatadresse Firmenanschrift.

Audit Committee Institute e.V. (ACI)
E-MAIL aci@kpmg.de
TELEFON +49 69 9587-3040
FAX +49 1802 11991-3040
www.audit-committee-institute.de



* Der Versand der Publikationen des Audit Committee Institute erfolgt ausschließlich an Mitglieder des Aufsichtsrats und der Geschäftsleitung. Ihre persönlichen Angaben werden vertraulich behandelt.

Frühere Ausgaben des Audit Committee Quarterly sowie weitere Publikationen des Audit Committee Institute senden wir Ihnen gerne auf telefonische Anfrage (+49 69 9587-3040) zu.

Selbstverständlich können Sie uns jederzeit telefonisch, per Fax, E-Mail oder Post mitteilen, wenn Sie Ihre bestellten Publikationen nicht mehr erhalten möchten. Wir freuen uns, wenn Sie uns Adress- oder Funktionsänderungen ebenfalls telefonisch, per Fax, E-Mail oder per Post mitteilen.

Ihre Meinung ist uns wichtig. Wir freuen uns über Ihre Anregungen, Kritik oder Lob.

IMPRESSUM

Herausgeber: Audit Committee Institute e.V. (ACI)
Leitung: Angelika Huber-Strasser (V.i.S.d.P.)

In Kooperation mit: TRENDONE GmbH
CEO und Founder: Nils Müller

Redaktion: Christina Gasser, Prof. Dr. Heiko von der Gracht,
Dr. Astrid Gundel, Petra Eileen Lichtenau,
Christian Tobias Pfaff, Prof. Dr. Christoph Teichmann

An dieser Ausgabe hat mitgewirkt: Artur Dietz

Mitwirkende TRENDONE GmbH: Sandro Megerle, Jana Ruberg

Audit Committee Institute e.V. (ACI)
THE SQUAIRE • Am Flughafen
60549 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9587-3040
Fax +49 1802 11991-3040
E-Mail aci@kpmg.de
www.audit-committee-institute.de

Gestaltung und Satz: stereobloc, Berlin

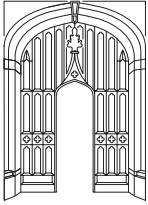
Druck: Das Druckteam Berlin

Bildnachweise/Illustrationen: S. 1 @Fxquadro/stock.adobe.com, @amtitus/gettyimages.de,
@nikola-master/stock.adobe.com; S. 2/3 @AugmentArt/stock.adobe.com;
S. 5 @Qi Yang/gettyimages.de; S. 6 @Vilaysack/stock.adobe.com,
@cloud7days/stock.adobe.com; S. 8 @mikkelwilliam/gettyimages.de;
S. 9 @Dilok Klaisataporn/shutterstock.com; S. 11 @polack/stock.adobe.com;
S. 12 @Roman Samborskyi/shutterstock.com; S. 15 @Nova Zigres/
stock.adobe.com; S. 19 @jiraphat/stock.adobe.com, @Andriy Onufriyenko/
gettyimages.de, @Vilaysack/stock.adobe.com, @furyon/stock.adobe.com;
S. 21 @jiraphat/stock.adobe.com, @Andriy Onufriyenko/gettyimages.de,
@Vilaysack/stock.adobe.com, @furyon/stock.adobe.com; S. 22 @jiraphat/
stock.adobe.com; S. 24 @Andriy Onufriyenko/gettyimages.de;
S. 26 @Vilaysack/stock.adobe.com; S. 28 @furyon/stock.adobe.com;
S. 30 @whitestorm/stock.adobe.com; S. 32 @Nutthanon/stock.adobe.com;
S. 34 @Palung/stock.adobe.com; S. 40 @ Roman Stavila/iStock.com

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

Das Audit Committee Institute versteht sich als Forum für kontroverse Diskussionen. Die Ansichten und Meinungen sind die der Verfasser und entsprechen nicht unbedingt den Ansichten und Meinungen des Audit Committee Institute e.V.

© 2025 Audit Committee Institute e.V., assoziiert mit der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, einer Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und einem Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.



Audit Committee Institute e.V.

FIRST HAND INFORMATION FÜR AUFSICHTSRÄTE UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Jetzt
buchen!

Masterclass Aufsichtsrat Meet. Eat. Study.

27. November 2025 in München

In der KPMG-Niederlassung »Optineo«, Friedenstraße 10, 81671 München

Aufsichtsratstätigkeit: Aktuell und kompakt

9:00–13:30 Uhr

Aufsichtsratsarbeit und aktuelle Entwicklungen

u. a. Anforderungen, Aufgaben, Rechte/Pflichten, Haftung

13:30–14:30 Uhr Mittagspause

14:30–16:00 Uhr

Aufsichtsratsarbeit und aktuelle Entwicklungen

u. a. Information und Organisation

ab 16:00 Uhr Kaffee und Austausch

Teilnahmegebühr: 1.490 EUR inkl. MwSt.

Jeweils inkl. einem Exemplar
»Der Navigator für den Aufsichtsrat«,
2. Auflage, Verkaufspreis: 80 EUR

Änderungen vorbehalten



Registrierung

Anmeldungen bitte bis spätestens
14. November 2025. Weitere Informatio-
nen zu Inhalten und Anmeldung finden
Sie mithilfe des QR-Codes und unter
**[audit-committee-institute.de/
html/de/fortbildungstage.html](https://audit-committee-institute.de/html/de/fortbildungstage.html)**

Audit Committee Institute

First Hand Information für Aufsichtsräte und Führungskräfte

E-MAIL aci@kpmg.de TELEFON +49 69 9587-3040 www.audit-committee-institute.de

Gedruckt auf Papier aus 100 Prozent Altpapier.

