



Ganz unglaublich und dennoch wahr

Russland hatte seine Finger in der US-Wahl, und das Weiße Haus einen Newsletter.

Kommentar

••• Von Gianna Schöneich

VORAHNUNG. Man hätte es ja eigentlich ahnen können, doch dann, ganz unerwartet, wurde vergangenen Mittwoch öffentlich: Russische Drahtzieher hatten nun wohl doch ihre Finger im großen Spiel der US-Präsidentenwahl. Facebook vermutet, dass rund 470 Accounts von Russland aus betrieben wurden, die etwa 3.000 Anzeigen schalteten. Thematisiert wurde zwar nicht die Wahl an sich, allerdings Themen wie Spannungen zwischen Ethnien, Einwanderung oder Waffenbesitz. Mark Zuckerberg betonte in der Vergangenheit immer wieder, dass Fake-Nachrichten keinen Einfluss auf die Wahl gehabt hätten. Nein – bestimmt nicht. Mindestens so glaubwürdig wie diese Aussage ist der Newsletter „West Wing Reads“. Kennen Sie den? Das ist der Newsletter des Weißen Hauses. Mehrmals pro Woche erscheint dieser mit den natürlich „besten Geschichten“ aus dem Weißen Haus. Kaum zu glauben, die empfohlenen Quellen des Newsletters sind überwiegend rechts bis rechtsextrem,

das ergab eine Analyse des *Standard* mithilfe des Fact-Checking-Projekts „Media Bias/Fact Check“. Unglaublich ist, dass nun herausgefunden wurde, dass hinter scheinbar harmlosen Apps tatsächlich immer wieder Schadsoftwares stecken – wer hätte das gedacht? Zum Glück möchte Google das gemeinsam mit Sicherheitsfirmen ändern. Ganz unerwartet gibt es in Sachen Sicherheit noch weitere Bedenken, welcher man sich annehmen könnte: Am Donnerstag veröffentlichte „Zeit Online“, dass beim Computerprogramm für die deutsche Bundestagswahl am 24. September erhebliche Sicherheitsprobleme vorliegen würden; das vorläufige Wahlergebnis könnte demnach manipuliert werden. Die Überprüfung kommt etwas unerwartet spät – aber sie kommt. Vielleicht höchste Zeit für Österreich, sich auch mal schlau zu machen – allerdings ist bis zum 15. Oktober ja noch einen Monat Zeit. Bis dahin können auf Facebook noch zahlreiche Fake News gelesen und gefälschte Accounts beobachtet werden, oder man greift zum „West Wing Reads“ und erfährt *wirklich*, was in der Welt los ist – nichts, was zu erwarten wäre.

”

...wie auch immer hart Sie fragen werden, ich werde nachher sicherlich nicht wehleidig mich über den ORF beschweren ...“

Zitat des Tages

Kanzler Christian Kern im ORF-Sommergespräch



© Haufe Verlag

BUCHTIPP

Grünes Marketing

BEST-PRACTICE. Umweltschutz, Erderwärmung, CO₂, ökologisch, biologisch – der Kunde von heute fordert zu recht ökologisch und ethisch einwandfreie Produkte. Das Buch „Green Marketing“ zeigt anhand von Best Practice-Beispielen, wie Unternehmen unterschiedlichster Branchen erfolgreich grüne Marketingstrategien umsetzen. Der Autor liefert konkrete Handlungsanweisungen, wie kleine und mittelständische Unternehmen ihre eigenen Bio-Marketing-Strategien entwickeln und anwenden.

239 Seiten; Haufe Verlag; ISBN: 978-3648095966

E-Mail-Boom – eine Chance?

2020 sind über vier Milliarden Menschen per E-Mail erreichbar.

Gastkommentar

••• Von Eva-Maria Niederbrucker

BOOM. Ungefähr die Hälfte der Weltbevölkerung nutzt heute E-Mails. 2020 wird die Userzahl laut aktuellem „Email Statistics Report“ der Radicati Group erstmals die Vier-Milliarden-Grenze überschreiten. Parallel dazu steigt auch die Smartphone-Dichte. Kunden und Interessenten sind überall und jederzeit über mobile Endgeräte erreichbar. Unternehmen sollten sich diese Entwicklung noch mehr zunutze machen.

Denn während sich Social Media in Richtung Broadcasting- und (Fake) News-Kanäle entwickeln, werden E-Mails mehr als persönliche Nachricht oder Empfehlung wahrgenommen. Durch Automatisierung und künstliche Intelligenz können die Inhalte von E-Mail-Kampagnen personalisiert und den Empfängerinteressen



Eva-Maria Niederbrucker, eyepin Österreich.

entsprechend zum richtigen Zeitpunkt versendet werden – was zur Verbesserung des Kundenservice und zur Umsatzsteigerung beiträgt. Auch Prognosen über künftige Bedürfnisse sind möglich, um langfristig die Kundenbindung zu erhöhen. Wer jetzt also auf eine durchdachte E-Mail-Marketing-Strategie setzt, kann sich entscheidende Wettbewerbsvorteile sichern.

© eyepin

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