

HarbourClub

# Falschinformation: Herausforderung für Schweizer Profit- und Non-Profit-Organisationen

Rufschädigende Informationen zu Produkten und Dienstleistungen, Gerüchte über Mitarbeitende, falsche Geschäftszahlen – das sind für Schweizer Organisationen die drei bedrohlichsten Formen von Falschinformation. Das ergab eine Umfrage der Fachhochschule Nordwestschweiz in Zusammenarbeit mit dem Harbour Club, dem Swiss IR-Club und den Swiss Financial Experts. Als Hauptquellen von Falschinformationen gelten Konkurrenzorganisationen und die Medien.

Text: **Rodolfo Ciucci** und **Stefan Gürtler\***

Die Mitteilung war dürr, nur ein paar Zeilen, aber sie entfaltete Ende 2016 eine ungeahnte Wirkung. Gemeldet wurden ein Bilanzierungsskandal beim französischen Baukonzern Vinci und die Entlassung des Finanzchefs. Nur: Die Mitteilung war gefälscht – und dazu die beinahe identische Kopie einer Börsenmeldung aus dem Jahr 2000. Opfer war damals die amerikanische Firma Emulex, deren Aktienkurs gar um 60 Prozent einbrach. Zur gleichen Zeit wie Vinci kämpfte auch die Schweizer Softwareschmiede Avaloq gegen Falschinformationen: Onlinemedien kolportierten das Gerücht, die Firma habe ernsthafte Liquiditätsprobleme.

«Gefälschte Zahlen und Gerüchte, die den Unternehmenswert beeinflussen, sind eine Herausforderung.»

**Absatzmarkt als Hauptgefahrzone**

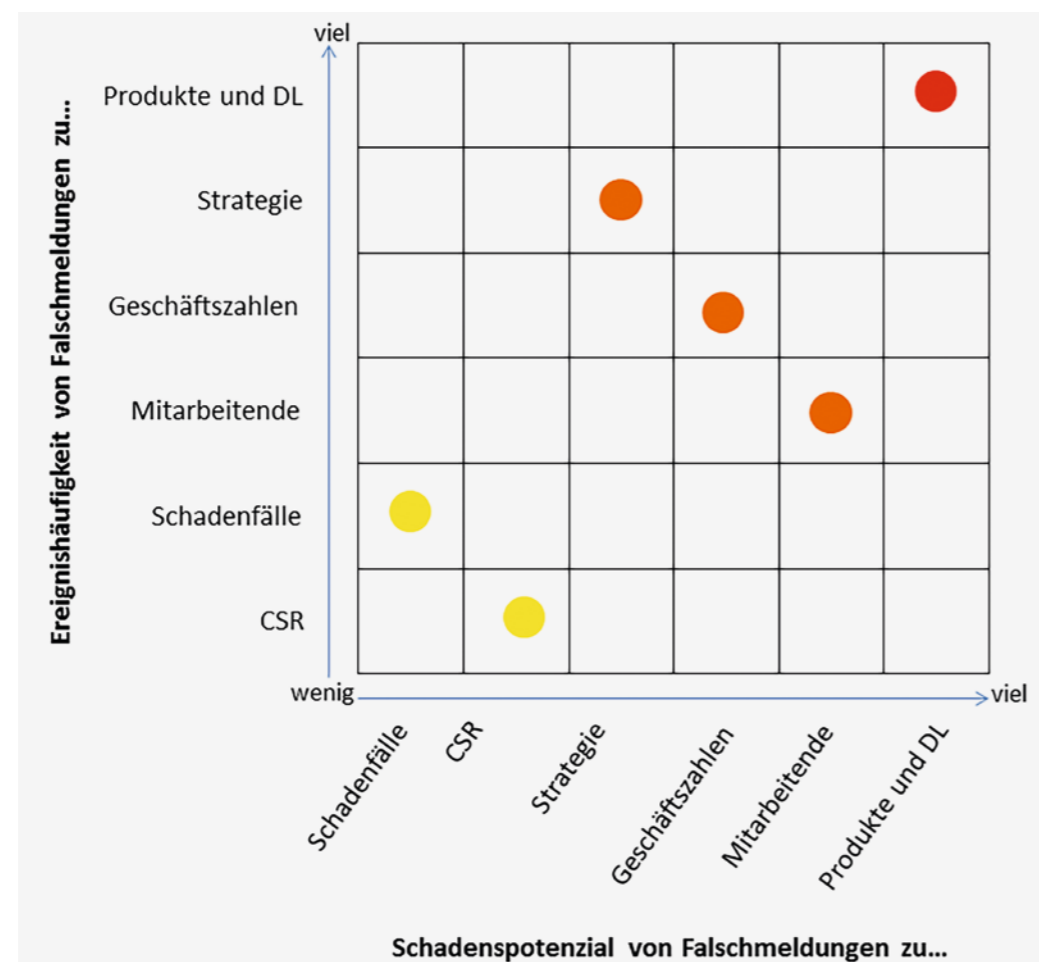
Die Verbreitung von gefälschten Zahlen und von Gerüchten, die den Unternehmenswert beeinflussen, ist für Organisationen eine Herausforderung. Dies ergibt zumindest eine Umfrage bei 532 in der Schweiz tätigen Kommunikations- und Investor-Relations-Verantwortlichen (Rücklauf: 130 Befragte

beziehungsweise 25 Prozent). Die grösste Sorge betrifft jedoch falsche Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (66 Prozent) und die Diffamierung von Unternehmensangehörigen (52 Prozent), gefolgt von den erwähnten gefälschten Geschäftszahlen (27 Prozent). Und: 36 Prozent der Befragten

gaben an, in den letzten drei Jahren tatsächlich betroffen gewesen zu sein.

Der Vergleich von Ereignishäufigkeit und geschätztem Schadenspotenzial in einer Heat-Map macht die Gefahrenzonen sichtbar: Produkt- und dienstleistungsrelevante Falschinformationen stellen in der Wahrneh-

Heat-Map Falschinformation



\* Stefan Gürtler und Rodolfo Ciucci sind Dozenten an der Fachhochschule Nordwestschweiz.

mung der Befragten das Hauptrisiko dar. Weitere Risikobereiche sind falsche Kennzahlen und Gerüchte zu strategischen Entscheiden oder zum «good conduct» von Mitarbeitenden. (Grafik)

**Medien als Urheber und Verteiler**

Als potenzielle Urheber mit der grössten Schadenswirkung taxieren die Befragten die Medien (57 Prozent) und den Wettbewerb

«40 Prozent der Befragten gehen von einer Zunahme der Falschinformationen aus.»

(41 Prozent), wobei der Medienbegriff sowohl klassische Kanäle als auch Onlinemedien und soziale Netzwerke umfasst. Medien dominieren auch bei der Ereignishäufigkeit: In 69 Prozent der Fälle ging die Falschmeldung mutmasslich vom Medium aus. Die kritische Wahrnehmung der Medien entbehrt nicht einer gewissen Logik – Kommunikations- und IR-Verantwortliche befassen sich funktionsbedingt mit medial vermittelter Information und können deren Risiken adäquat einschätzen. Vereinzelt als Quellen genannt werden auch die Politik, die Gewerkschaften oder Nichtregierungsorganisationen. Kriminelle Organisationen werden nur einmal genannt. Dabei sind solche Aktivitäten alles andere als abwegig. Gerade die Manipulation von Aktienkursen, als Boiler-Room-Delikte oder Pump-and-dump-

Angriffe bekannt, basiert auf der systematischen Streuung falscher Information. Weitere Informationsdelikte, die auf das Konto von zumeist organisierter Kriminalität gehen, sind CEO-Fraud, Zahlungsanweisungen falscher Chefs oder Web-Defacement, das mutwillige Verändern von Websites.

Die Mehrheit der Betroffenen reagiert auf Falschinformationen mit korrekativer Information an die Empfänger und dem Ausbau des Überwachungsdispositivs. Rechtliche Schritte gegen die Absender werden dagegen nur zögerlich ergriffen. Sie sind zeit- und ressourcenintensiv und wohl deshalb weniger beliebt. Eine Minderheit der betroffenen Organisationen verzichtet auf Gegenmassnahmen, zum einen aus Ressourcengründen, zum anderen aus der strategischen Überlegung heraus, dass jede Gegenmassnahme die Wirkung von Falschinformationen verstärken könne.

Hinderlich bei der Institutionalisierung von Gegenstrategien ist die diffuse Bedrohungslage: 40 Prozent der Befragten gehen von einer Zunahme von Falschinformation aus, allerdings fällt es einem fast ebenso grossen Teil der Befragten schwer, dazu eine Prognose abzugeben. Dies widerspiegelt sich auch in der Frage der Branchenanfälligkeit: 40 Prozent gaben an, keine Einschätzung vornehmen zu können, weitere 40 Prozent verneinten eine besondere Anfälligkeit, und für 20 Prozent traf dieser Sachverhalt zu. Ermutigend: Vier Fünftel der Befragten sind der Meinung, über angemessene Mittel zur Detektion von Falschinformation zu verfügen, und zwei Drittel meinen, angemessen auf Falschinformation reagieren zu können.



Professor Rodolfo Ciucci, Dozent Fachhochschule Nordwestschweiz.



Professor Stefan Gürtler, Dozent Fachhochschule Nordwestschweiz.

ANZEIGE

## 1/4 Inserat quer