

Spotlight Nachhaltigkeit

Privatsphäre und Transparenz in einer Welt von Big Data ins Gleichgewicht bringen: Ein Weg in eine nachhaltige Zukunft

PRIVATSPHÄRE UND TRANSPARENZ IN EINER WELT VON BIG DATA INS GLEICHGEWICHT BRINGEN: EIN WEG IN EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT

Big Data. Der Begriff klingt einfach, seine Auswirkungen aber sind enorm. In Zeiten, in denen Informationen immer schneller und einfacher verbreitet werden können, haben Daten eine neue Bedeutung gewonnen. Durch Big Data werden plötzlich Profile einsehbar; Verbindungen, Informationsaustausch und Kontakte, die zuvor praktisch unsichtbar waren, können nun nachverfolgt und rekonstruiert werden. Hinter dieser neuen Transparenz stehen aber auch zahlreiche neue Chancen: es wird möglich, Entscheidungen durchdachter und vorausschauender zu treffen und die Entwicklungen können uns dabei helfen, unsere größten wirtschaftlichen, sozialen und umweltbedingten Herausforderungen zu bewältigen. Big Data birgt also auch enormes innovatives Potential in unvorstellbarem Ausmaß.

So groß die Chancen sind, die uns das Phänomen Big Data für die Zukunft bietet, müssen wir uns auch darüber bewusst sein, welchen Preis wir andererseits dafür bezahlen: Informationen, die anderen zuvor verborgen geblieben sind und als privat angesehen wurden, geraten nun ins Auge der Öffentlichkeit – viele Menschen sehen das berechtigterweise als sehr kritisch an.

Konsumenten sind dazu bereit, ihre persönlichen Daten preis zu geben, wenn der Nutzen, der damit einhergeht, groß genug ist. Sie sind aber gegen diese Transparenz, wenn sie unkontrollierbar wird. Die Nachfrage nach Dienstleistungen steigt an, bei denen die Preisgabe von persönlichen Daten und privaten Informationen Kosteneinsparungen und nachhaltigen Nutzen einbringt. Konsumenten sind aber zugleich verstärkt an einer neuen Generation von Produkten interessiert, die auf den Schutz der Privatsphäre ausgerichtet sind – beispielsweise „schwarze“ Smartphones, die Informationen und Daten verschlüsseln.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt für Unternehmen darin, eine Balance zwischen Datenschutz und Transparenz zu finden, um tatsächlich Vorteile aus Big Data ziehen zu können. Ebendiese Balance, ist wesentlich für Unternehmen, die nachhaltige Erfolge erzielen wollen.

Bei Steelcase müssen wir uns mit dem Spannungsverhältnis zwischen Transparenz und Vertraulichkeit auseinandersetzen, wenn es darum geht, die chemischen Stoffe in den Materialien unserer Produkte anzugeben. Da schon unsere einfachsten Produkte aus Teilen von mindestens 50 verschiedenen Zulieferbetrieben und einer beträchtlichen Anzahl an Sublieferanten bestehen, kann vollkommene Offenlegung der Herkunft nur durch eine enge Zusammenarbeit mit unserer gesamten Zuliefererkette gewährleistet werden.

Das bedeutet, dass unsere Zulieferer dazu bereit sein müssen, uns genaueste Informationen über die chemische Zusammensetzung der einzelnen Produkte zu geben. Oftmals müssen wir mit unseren Zulieferern eine Vertraulichkeitsvereinbarung abschließen (Datenschutz). Das heißt, dass wir zwar Informationen über die genauen chemischen Bestandteile der Materialien erhalten, aber dazu verpflichtet sind, diese Informationen nicht an Dritte weiter zu geben.

Das heißt letztendlich, dass Materialsicherheit nicht so offen gelegt werden kann, wie Kunden es möglicherweise erwarten. Da jedoch weitestgehend alle gefährlichen Materialien ausgesondert werden, entsteht ein Nutzen, uns entscheidende Informationen anzuvertrauen. Dieses wechselseitige Verhältnis gewährleistet unsere Gesundheit sowie Umweltschutz und trägt dazu bei, Innovationen hinsichtlich Materialien und Design voranzutreiben.

Man könnte sagen, dass Information zur neuen Währung von Nachhaltigkeit geworden ist. Daten zu erfassen, zu analysieren und Vorgänge transparent zu machen, ermöglicht es uns, soziale, wirtschaftliche und Umweltprobleme zu erkennen. Transparenz öffnet Türen zu neuen Möglichkeiten der Zusammenarbeit, und Design-Partnerschaften.

In Zeiten von Big Data stellt sich nicht die Frage, ob man Transparenz schaffen oder private Daten schützen soll. Die Frage ist vielmehr, wie wir eine nachhaltige Zukunft gewähren können, indem wir einen Ort schaffen, an dem Transparenz und Datenschutz aufeinander treffen – einen Ort, an dem diese beiden entscheidenden Faktoren ineinander greifen und wir alle daraus Nutzen ziehen können.

Angela Nahikian

Leiterin Global Environmental Sustainability, Steelcase Inc.

Ich weiss, dass diese Aufgabe niemals ein Ende finden wird. Als Bürger einer Welt, die immer kleiner und kleiner wird, stehen wir gewaltigen wirtschaftlichen, sozialen und umweltbedingten Veränderungen gegenüber und unser Aufgabenbereich erweitert sich ständig. In der Zukunft wird es darum gehen, ein ganzheitliches System zu gestalten, innerhalb dessen Unternehmen sich in ihrer Rolle als Mitverantwortliche für unsere Umwelt finden, begreifen, dass sie etwas verändern können und den enormen Nutzen eines nachhaltigen Geschäftsmodells erkennen. Die Herausforderung ist global. Die gute Nachricht? Die Möglichkeiten sind unbegrenzt. Ich freue mich über ihre Anregungen, und Ideen. Schreiben Sie eine E-Mail an : anahikia@steelcase.com

+Über Steelcase

+Kundenbetreuung

+Rechtliche Hinweise

+Social Media

Steelcase

© 1996 - 2022 Steelcase Inc. is a global leader in office furniture, interior architecture and space solutions for offices, hospitals and classrooms. Our furniture is inspired by innovative research in workspace design.