

17/2018

## ETHIK IN DER DIGITALISIERUNG

### Der Bedarf für eine Corporate Digital Responsibility

#### AUF EINEN BLICK

**In jüngster Zeit hat die gesellschaftliche Diskussion über eine verantwortliche Unternehmensführung in der digitalen Welt an Dynamik gewonnen. In diesem Beitrag zeigen wir auf, dass Bürger\_innen von Staat und Unternehmen erwarten, die digitale Transformation verantwortlich zu gestalten. Wir erläutern, wie das Konzept der Corporate Digital Responsibility dazu beitragen kann, Unternehmen hierbei eine Richtschnur zu geben, und wir skizzieren wie das Thema durch eine Multi-Akteurs-Plattform vorangebracht werden kann.**

In den letzten Monaten sind die Forderungen aus Politik und Wirtschaft für eine ethische Gestaltung der Digitalisierung und innovative Politikansätze zur Abfederung der Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft lauter geworden. So sprach sich etwa Bundespräsident Steinmeier im Mai 2018 für eine Ethik der Digitalisierung aus, Bundesjustiz- und Verbraucherschutzministerin Barley forderte Unternehmen im März 2018 auf, Verantwortung in der Digitalisierung zu übernehmen, Siemens-Chef Kaeser plädierte im Januar 2018 für eine Maschinensteuer, der Telekom-Vorstandsvorsitzende Höttges sprach sich vor dem Hintergrund eines Wegfalls von Arbeitsplätzen durch die Digitalisierung im letzten Jahr für ein bedingungsloses Grundeinkommen aus und Otto-Chef Birken forderte jüngst, Werte nicht an der Garderobe der Digitalisierung abzugeben.

Diese Beispiele zeigen, dass in Politik und Wirtschaft zunehmend erkannt wird, dass die Debatte über die digitale Transformation unserer Gesellschaft nicht nur technologisch, betriebswirtschaftlich und wirtschaftspolitisch, sondern auch normativ geführt werden muss. Hierbei stellt sich gerade für Unternehmen die Frage, was unternehmerische Verantwortung in der digitalen Welt, d.h. Corporate Digital Responsibility (CDR), konkret bedeutet.

Ziel dieses Beitrags ist es, 1. die Erwartungen der Bürger\_innen an eine Verantwortungsübernahme in der digitalen Welt aufzuzeigen, 2. das Konzept der Corporate Digital Responsibility in den Diskurs über eine verantwortliche Unternehmensführung, der seit Jahren unter dem Begriff der Corporate Responsibility

geführt wird, einzuordnen, 3. zu definieren, welche Handlungsfelder in der Corporate Digital Responsibility von besonderer Relevanz sind und 4. Vorschläge zu unterbreiten, wie die gesamtgesellschaftliche Diskussion über das Thema forciert werden sollte. Hierbei stützt sich dieser Artikel u.a. auf Daten aus einer Bevölkerungsbefragung mit 1.000 Bürger\_innen<sup>1</sup>, die im Juni 2018 durchgeführt wurde (Kettner/Thorun 2018).

#### ERWARTUNGEN DER BÜRGER\_INNEN AN EINE VERANTWORTUNGSÜBERNAHME IN DER DIGITALEN WELT

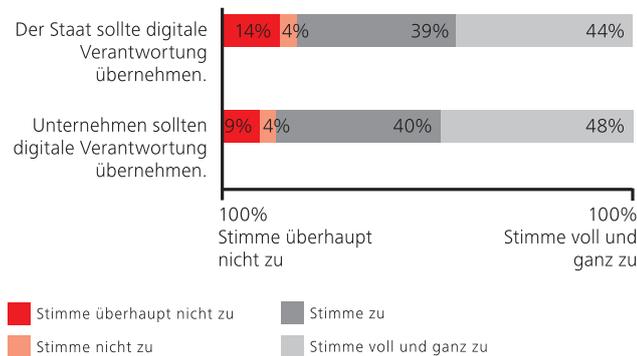
Auch wenn die eingangs genannten Beispiele zeigen, dass die Frage nach einer Ethik in der Digitalisierung bei Politiker\_innen und einigen Wirtschaftsführer\_innen angekommen ist, stellt sich die Frage, welche konkreten Erwartungen Bürger\_innen an eine verantwortliche Unternehmensführung in der digitalen Welt haben.

Derzeit werden in der Öffentlichkeit etwa die Auswirkungen des Einsatzes von Algorithmen (künstlicher Intelligenz) und der Auswertung großer Datenmengen (Big Data) diskutiert. Vor diesem Hintergrund sehen 83 Prozent der Befragten den Staat und 88 Prozent Unternehmen in der Pflicht, digitale Verantwortung zu übernehmen (Abbildung 1).

Allerdings machen die Befragungsergebnisse auch deutlich, dass es eine Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit gibt und demnach ein gravierender Handlungsbedarf gesehen wird. Abbildung 2 zeigt, dass 65 Prozent der Befragten der Meinung sind, dass der Staat seiner digitalen Verantwortung bisher eher nicht nachkommt. Bei den Unternehmen sind es immerhin knapp über der Hälfte, die einen Handlungsbedarf sehen.

>

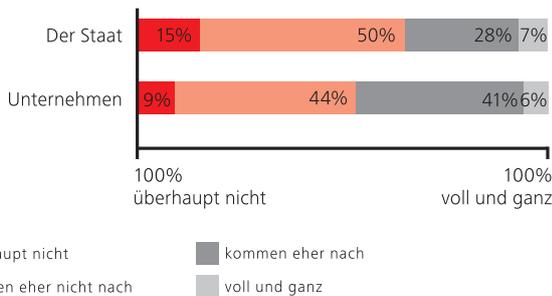
Abbildung 1  
Befragungsergebnisse: Wer sollte digitale Verantwortung übernehmen?



Quelle: Kettner/Thorun 2018.

N = 1.000

Abbildung 2  
In welchem Ausmaß kommen der Staat und Unternehmen ihrer digitalen Verantwortung bisher nach oder nicht nach?



Quelle: Kettner/Thorun 2018.

N = 1.000

Die Bürger\_innen erwarten also sowohl vom Staat als auch von den Unternehmen, dass sie Verantwortung für die sozialen und gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung übernehmen. Dieser Verantwortung kommen sie nach überwiegender Meinung noch nicht ausreichend nach. Doch was bedeutet eine unternehmerische digitale Verantwortung bzw. eine Corporate Digital Responsibility konkret?

## DAS KONZEPT EINER CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY

Im Zuge der Nachhaltigkeitsdiskussion hat sich bei vielen Unternehmen die Erkenntnis durchgesetzt, dass sie eine gesellschaftliche Verantwortung für die positiven und negativen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Mensch und Natur tragen. Diese unternehmerische Verantwortung wird mit dem Begriff der Corporate Responsibility (CR) bezeichnet.

Während unter CR klassischer Weise Themen aus den Bereichen Umwelt- und Ressourcenschutz, Emissionsreduktionen sowie die Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards in globalen Lieferketten betrachtet werden, stellt sich nun also die Frage, welche zusätzliche Verantwortung Unternehmen in der digitalen Welt übernehmen sollten.

Hierzu gibt es unterschiedliche Vorschläge (Esselmann 2016; Hildebrandt 2017; Thorun 2018; Willrich 2018). Aus unserer

Sicht ist es hierbei entscheidend, dass sich eine digitale Verantwortung in zweifacher Hinsicht ausdrücken muss: Zum einen sollte die Digitalisierung dafür genutzt werden, „klassische“ CR-Themen wirkungsvoller und effektiver zu erreichen. So kann etwa der Einsatz von Verfahren der Predictive Analytics dabei helfen, Ressourcen einzusparen, Lieferketten können über den Einsatz der Blockchain-Technologie transparenter gemacht und durch den Einsatz von internetbasierten Technologien können Bildungsziele auch in entlegenen Regionen realisiert werden.

Zum anderen erweitert die Digitalisierung den Kanon der klassischen Verantwortungsthemen um eine dezidierte digitale Verantwortungssäule. Der Verlust der Privatsphäre in der Datenökonomie, eine mögliche Zunahme von Diskriminierung, ein Wegfall von Arbeitsplätzen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz, eine Ausbreitung von prekären Arbeitsverhältnissen im Zuge von plattformbasierten Geschäftsmodellen, sowie Hass-Kommentare im Internet sind nur einige der Themen, mit denen sich Unternehmen in dieser Säule auseinandersetzen müssen.

Im Rahmen von CDR sollte es demnach darum gehen, die negativen sozialen und gesellschaftlichen Effekte der Digitalisierung und digitaler Geschäftsmodelle auf Mitarbeiter\_innen, Lieferant\_innen, Kund\_innen sowie die Gesellschaft und Umwelt insgesamt zu minimieren und die neuen Möglichkeiten der Digitalisierung zur Verwirklichung gesamtgesellschaftlicher Ziele zu nutzen.

## HANDLUNGSFELDER EINER CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY

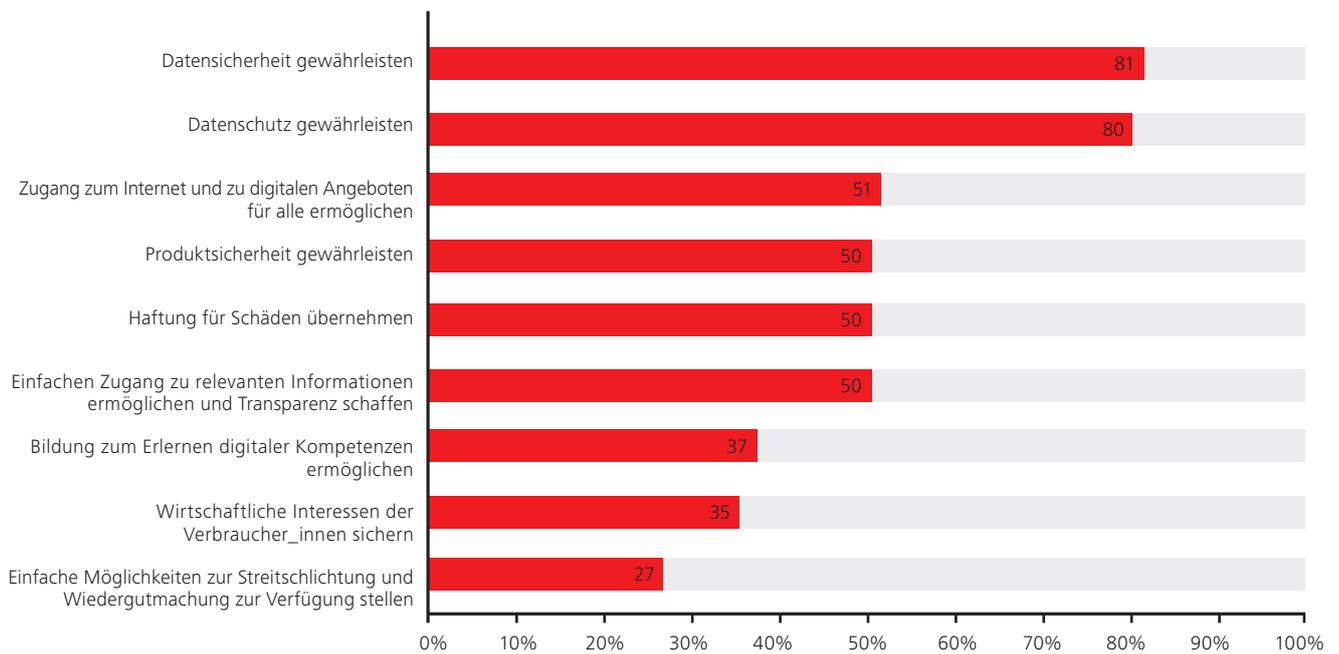
Wollen Unternehmen ihrer digitalen Verantwortung nachkommen, stehen sie vor der Herausforderung, dass es bislang keinen etablierten und von unterschiedlichen Anspruchsgruppen getragenen Kanon von Handlungsfeldern gibt. Während man sich historisch betrachtet beispielsweise bei Fragen der Durchsetzung von Arbeitsstandards in globalen Wertschöpfungsketten an den international entwickelten Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) orientieren konnte, fehlt es bislang an einem solchen allgemein akzeptierten Referenzrahmen für digitale Verantwortungsthemen.

In der Debatte werden etwa die folgenden Themenkomplexe diskutiert: Datenethik (Datenschutz und Datensicherheit sowie Algorithmenkontrolle), Zukunft der Arbeit, digitale Bildung, Kundensouveränität, Teilhabe, Digitalisierung im Dienst der Nachhaltigkeit sowie Regierungsfähigkeit in einer globalen Digitalökonomie.

In der oben genannten Befragung wurden die Teilnehmer\_innen hinsichtlich der Themenfelder „Kundensouveränität“ und „Datenethik“ gezielter befragt. Hieraus ergibt sich, dass für mehr als vier Fünftel insbesondere die „Gewährleistung der Datensicherheit und des Datenschutzes“ von besonderer Relevanz sind. Die Hälfte sehen auch die Themen „Zugang zum Internet und digitalen Angeboten für alle“, „Produktsicherheit“, „Haftung“ und einen „einfachen Zugang zu Informationen“ als wesentliche Handlungsfelder.

Zusätzlich wurden die Teilnehmer\_innen gebeten zu bewerten, in welchen Handlungsfeldern ein besonderer Nachholbedarf existiert. Diesen sahen die Befragten insbesondere bei den Themen „Datensicherheit und Datenschutz gewährleisten“ (66 Prozent bzw. 64 Prozent), „Haftung für Schäden übernehmen“ (44 Prozent) und einen „Zugang zum Internet und zu digitalen Angeboten für alle“ zur Verfügung stellen (42 Prozent).

Abbildung 3

**Befragungsergebnisse: Welche Bereiche und Herausforderungen der digitalen Verantwortung sollten besonders berücksichtigt werden?**

Quelle: Kettner/Thorun 2018.

N = 934

Die Umfragedaten zeigen überdies, dass die Befragten die Unternehmen und den Staat je nach Handlungsfeld in unterschiedlicher Weise in der Verantwortung sehen:

- Bei den Themen „Zugang zu digitalen Angeboten“ und „digitale Bildung“ sehen Bürger\_innen den Staat mehr in der Pflicht als Unternehmen;
- Bürger\_innen sehen gleichermaßen eine Pflicht für den Staat sowie Unternehmen für die „Stärkung wirtschaftlicher Verbraucherinteressen“ (bspw. indem keine personalisierten Preise verwendet werden);
- Bei den Themen „Datenschutz“, „Datensicherheit“, „Produktsicherheit“, „Haftung und Streitschlichtung“ sehen die Bürger\_innen die Unternehmen mehr in der Pflicht als den Staat.

Eine Analyse von CSR- und Nachhaltigkeitsberichten der DAX-30 Unternehmen zeigt überdies, dass sich das Konzept der digitalen Verantwortungsübernahme von Unternehmen in Deutschland bislang nur vereinzelt durchgesetzt hat: Zwar betonen viele Unternehmen die neuen Möglichkeiten für Geschäftsmodelle, Produkte und Services, die sich aus der Digitalisierung ergeben, sie gehen hierbei jedoch nicht im gleichen Maße auf die hieraus resultierenden Herausforderungen ein. Wenn überhaupt werden Datenschutz und -sicherheit problematisiert. Allerdings finden sich hierbei nur wenige Beispiele für Maßnahmen, die über das gesetzliche Mindestmaß hinausreichen.

Eine solche Herangehensweise greift jedoch zu kurz. Denn wenn digitale Technologien und Anwendungen erst einmal ohne eine Berücksichtigung ethischer Fragen in den Massenmarkt ausgerollt werden, müssen ethische Anforderungen zumeist im Nachhinein kostspielig implementiert werden. Auch bleiben Wettbewerbschancen, die aus einer werteorientierten Unternehmensführung resultieren könnten, ungenutzt.

Aus unserer Sicht sollte es daher anders herum sein: Ethik und digitale Verantwortung sollten bei der Anpassung der Geschäftsmodelle im Digitalisierungsprozess im Sinne eines Responsibility-by-design-Ansatzes mitberücksichtigt werden. In diesem Fall sind die Implementierungskosten vergleichsweise gering und die aus einem werteorientierten Ansatz resultierenden Wettbewerbschancen können genutzt werden.

Gleichwohl ist darauf hinzuweisen, dass ethische Erwägungen zum Teil weitreichende Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und -prozesse haben können. D.h., dass Unternehmen in einem kompetitiven internationalen Wettbewerbsumfeld prüfen müssen, inwieweit sie sich aus normativen Erwägungen von Wettbewerber\_innen absetzen wollen und können. Dies führt dazu, dass es zu Situationen des Marktversagens kommen kann, bei denen es für einzelne Unternehmen aus wettbewerblichen Gründen nahezu unmöglich wird, ihren wertegetriebenen Überzeugungen zu folgen. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass der Staat durch Rahmensetzung einen Mindeststandard vorgibt. Außerdem sollten Unternehmen bei der Umsetzung ihrer digitalen Verantwortung nicht alleine gelassen, sondern kollektive Räume für Aushandlungsprozesse geschaffen werden.

## AUSBLICK

Vor dem Hintergrund der Erwartungen der Bürger\_innen an den Staat und Unternehmen, digitale Verantwortung zu übernehmen sowie in Anbetracht der Tatsache, dass Unternehmen allein überfordert sind, sich in diesem komplexen Handlungsfeld zu orientieren und individuell ihrer digitalen Verantwortung nachzukommen, stellt sich die Frage, wie das Thema gesamt-gesellschaftlich vorangetrieben werden könnte und sollte.

Wir plädieren diesbezüglich dafür, von anderen Multi-Akteurs- und Ko-Regulierungs-Ansätzen zu lernen. Aus unserer Sicht sollte die Politik gemeinsam mit wirtschafts- und zivilgesellschaftlichen Akteuren eine Plattform einrichten, mit der eine Reihe von Zielen verfolgt wird:

1. **Gesellschaftliche Vision 2030 formulieren:** Um den Verantwortungsthemen eine Richtung zu geben, ist es notwendig, zunächst eine gesellschaftliche Vision einer nachhaltigen und digitalen Gesellschaft als Zielbild zu entwickeln.
2. **Hürden identifizieren:** Vor dem Hintergrund dieses Zielbildes sollten sodann Hürden identifiziert werden, die der Verwirklichung dieser Vision 2030 entgegenstehen.
3. **Gemeinsames Verständnis von CDR entwickeln:** Vor dem Hintergrund des Zielbildes und der identifizierten Hürden sollte definiert werden, was digitale Verantwortung konkret bedeutet. Es sollte demnach ein gemeinsames CDR-Verständnis mit prioritären Handlungsfeldern und normativen Leitplanken entwickelt werden.
4. **Lernen ermöglichen:** Es gibt eine Reihe von Unternehmen, die in ausgewählten Handlungsfeldern bereits vorbildhaft digitale Verantwortung übernehmen. Allerdings sind diese Beispiele oft in der Breite unbekannt. Diese guten Beispiele sollten daher für andere sichtbar gemacht werden. Auch sollte die Plattform es ermöglichen, diese Beispiele im Hinblick auf ihre Erfolgsfaktoren und Übertragbarkeit (etwa auf andere Branchen) zu reflektieren.
5. **Gemeinsam aktiv werden:** Bei bestimmten Themen kann es sein, dass der Handlungsdruck besonders hoch ist, Lösungsansätze bislang jedoch noch weitgehend unbekannt oder die Kosten für die Entwicklung von Lösungsansätzen für einzelne Akteure zu hoch sind. Daher sollte es die Plattform ermöglichen, dass sich interessierte Akteure zusammenschließen, um gemeinsam an einer Problemlösung zu spezifischen Themen zu arbeiten.

Überdies sollte darüber nachgedacht werden, die **Internationalisierung** dieses Themas voranzutreiben. Ein rein nationaler Diskurs würde zu kurz greifen. Daher sollte erwogen werden, dass die Aktivitäten der Plattform nach einer nationalen Startphase auch auf die EU-Ebene ausgeweitet werden oder sogar in den internationalen Dialog einfließen. So haben sich etwa die G20 in den vergangenen Jahren wiederholt mit Fragen der Digitalisierung auseinandergesetzt.

Mittelfristig könnte überdies geprüft werden, ob die Aktivitäten der Plattform nicht an Verbindlichkeit gewinnen sollten. Hierfür sind zwei Szenarien denkbar, die auch parallel vorangetrieben werden könnten. Zum einen könnte erwogen werden, bestimmte Anforderungen, die die Plattform entwickelt hat, in Form eines Kodex zu fixieren. Unternehmen könnten sich dann verpflichten, diesen Kodex einzuhalten. Die Einhaltung würde im Rahmen eines Kontrollmechanismus überprüft. Ein Beispiel hierfür aus dem digitalen Bereich ist etwa der SRIW-Geodatenkodex. Im Nachhaltigkeitsbereich haben etwa das Bündnis für nachhaltige Textilien oder auch das Forum Nachhaltiges Palmöl diesen Weg beschritten.

Zum anderen könnte die Verbindlichkeit und internationale Breitenwirkung der Anforderungen dadurch gesteigert werden, dass sie in internationale CR-Anforderungskataloge einfließen. Hierfür würden sich etwa die Standards der Global Reporting Initiative

(GRI) anbieten. Die GRI-Anforderungen haben sich international zu dem internationalen CR-Reporting Standard entwickelt.

Zusammenfassend lässt sich demnach konstatieren: Es ist dringend notwendig, dass das Thema einer digitalen Ethik für Unternehmen systematisch aufgearbeitet wird. Man sollte nicht den Fehler machen, die technologischen Entwicklungen zunächst fortschreiten zu lassen. Wenn man dies tut, läuft man den Entwicklungen hinterher anstatt sie zu gestalten. Da es einzelne Unternehmen jedoch überfordert, sich allein mit den komplexen Fragen einer digitalen Verantwortung auseinanderzusetzen, ist es notwendig, kollektiv zu handeln. Hierfür sollte eine Multi-Aktionsplattform ins Leben gerufen werden.

#### Autor\_innen

**Christian Thorun** ist Geschäftsführer des ConPolicy-Instituts für Verbraucherpolitik in Berlin.

**Sara Elisa Kettner** ist Projektmanagerin Verbraucherforschung am ConPolicy-Institut für Verbraucherpolitik.

**Johannes Merck** ist Direktor Corporate Responsibility der Otto Gruppe.

#### Anmerkung zur Publikation

1 – Teile der Publikation basieren auf den Umfrageergebnissen von Kettner und Thorun (2018) im Rahmen des durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projekts „PrivacyGuard“.

#### Literaturverzeichnis

Barley, K. 2018: Rede der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz, Dr. Katarina Barley, bei der Aussprache zur Regierungserklärung zu den Themen Justiz und Verbraucherschutz vor dem Deutschen Bundestag am 23. März 2018 in Berlin, <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Bulletin/2018/03/34-2-bmjv-bt.html>

Esselmann, F.; Brink, A. 2016: Corporate Digital Responsibility: Den digitalen Wandel von Unternehmen und Gesellschaft erfolgreich gestalten. Spektrum, (12–1), 38–41.

Hildebrandt, A.; Landhäußer, W. 2017: CSR und Digitalisierung: Der digitale Wandel als Chance und Herausforderung für Wirtschaft und Gesellschaft, Heidelberg: Springer Gabler.

Kettner, S.E.; Thorun, C. 2018: Corporate Digital Responsibility – Ergebnisse einer Umfrage zu den Erwartungen von Bürgerinnen und Bürgern bei der Übernahme digitaler Verantwortung. Nicht-publiziertes Manuskript.

Thorun, C. 2018: Corporate Digital Responsibility: Unternehmerische Verantwortung in der digitalen Welt, in: Gärtner, C.; Heinrich, C.: Fallstudien zur Digitalen Transformation (S. 173-191). Springer Gabler.

WBGU 2018: Digitalisierung. Worüber wir jetzt reden müssen, [https://www.wbgu.de/fileadmin/user\\_upload/wbgu.de/templates/dateien/veroeffentlichungen/weitere/digitalisierung.pdf](https://www.wbgu.de/fileadmin/user_upload/wbgu.de/templates/dateien/veroeffentlichungen/weitere/digitalisierung.pdf)

Willrich, S. 2018: Abgrenzung zur Corporate Social Responsibility, in: Smart-Data-Begleitforschung. Corporate Digital Responsibility. Fachgruppe Wirtschaftliche Potenziale & gesellschaftliche Akzeptanz, S. 8.

#### Impressum

© 2018

#### Friedrich-Ebert-Stiftung

Herausgeberin: Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik  
Godesberger Allee 149, 53175 Bonn, Fax 0228 883 9202, 030 26935 9229,  
[www.fes.de/wiso](http://www.fes.de/wiso)

Für diese Publikation ist in der FES verantwortlich:  
Dr. Robert Philipps, Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik  
Bestellungen/Kontakt: [wiso-news@fes.de](mailto:wiso-news@fes.de)

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung.  
Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.

ISBN: 978-3-96250-195-2