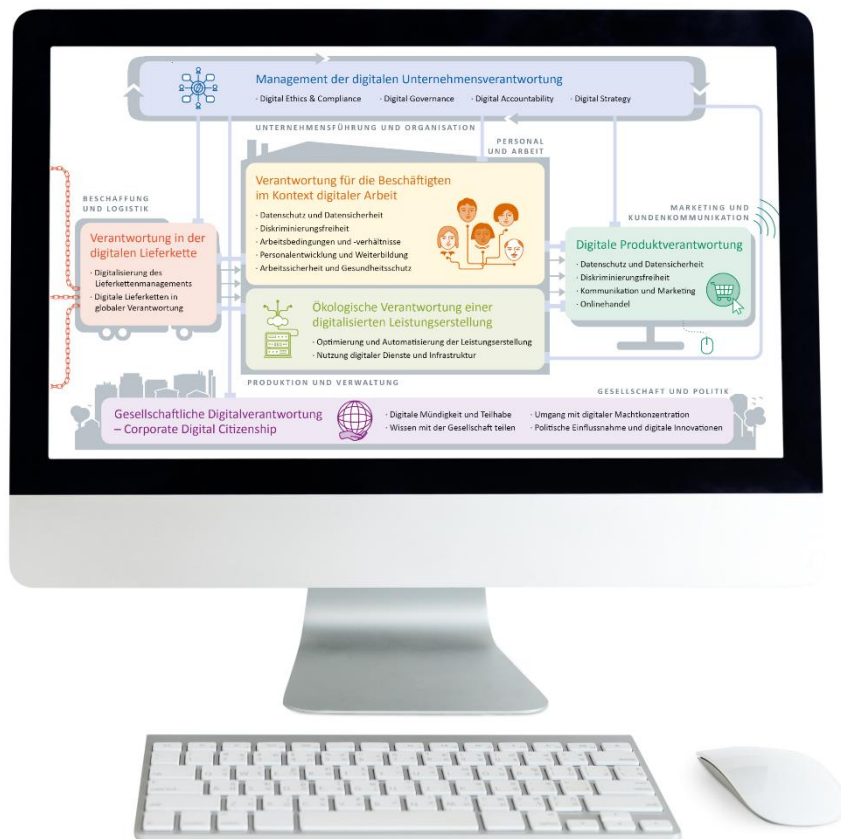


Christian Lautermann

Corporate Digital Responsibility

Wie Unternehmen im digitalen Wandel Verantwortung übernehmen

Kurzfassung



Impressum

Herausgeber:
Institut für ökologische
Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig
Potsdamer Straße 105
D-10785 Berlin
Tel. +49 – 30 – 884 594-0
Fax +49 – 30 – 882 54 39
E-Mail: mailbox@ioew.de
www.ioew.de

Dieses Dokument ist die Kurzfassung der Studie:
Lautermann, Christian; Frick, Vivian (2023): Corporate Digital Responsibility – Wie Unternehmen
im digitalen Wandel Verantwortung übernehmen. IÖW-Schriftenreihe 227/23,
ISBN 978-3-940920-31-7
Download: www.ioew.de/cdr

Das Projekt wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Für nähere Informationen zum Projekt: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Foto von rawpixel.com; Grafik IÖW 2023

Berlin, Februar 2023

Überblick

Von Datenschutz über ethische Fragen künstlicher Intelligenz bis hin zu Klimawirkungen digitaler Infrastrukturen: Der Einsatz von Digitaltechnologien stellt neue Anforderungen an die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Das Konzept Corporate Social Responsibility erfährt ein Upgrade: Es wird erweitert um die Corporate Digital Responsibility (CDR).

In dieser Studie stellt das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung ein wissenschaftlich fundiertes CDR-Konzept mit allen wesentlichen Handlungsfeldern zur digitalen Unternehmensverantwortung vor und macht klar: Nicht nur Internet-Startups oder Tech-Konzerne sollten eine CDR-Strategie erarbeiten, sondern Firmen aller Branchen. Neben solchen Unternehmen, die selbst die digitale Transformation aktiv vorantreiben, ist es ebenso relevant für alle anderen, die digitale Tools und Technologien in ihren Geschäftsprozessen nutzen.

Die Studie gibt Unternehmen ein Konzept an die Hand, wie sie ihre Digitalisierung im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung gestalten können. Sie ermöglicht Unternehmen einen Blick über den eigenen Tellerrand, indem sie systematisch inhaltlich darlegt, wie über 60 deutsche Großunternehmen in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung CDR-Themen verstehen und damit umgehen. Akteuren aus Politik und Zivilgesellschaft hilft die Studie, besser zu erkennen, bei welchen Themen Unternehmen bereits aktiv sind und wo noch Lücken bestehen.

Inhaltsverzeichnis

1	Thesen und Ziele der Studie.....	5
2	Zentrale Erkenntnisse und Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen	5
3	Methodik der Studie	7
4	Drei zentrale Aspekte digitaler Verantwortung als Leitlinien für CDR.....	8
5	Sechs CDR-Handlungsfelder für Unternehmen.....	8
6	Management der digitalen Unternehmensverantwortung	9
7	Verantwortung für die Beschäftigten im Kontext digitaler Arbeit.....	10
8	Ökologische Verantwortung einer digitalisierten Leistungserstellung....	11
9	Digitale Produktverantwortung	13
10	Verantwortung in der digitalen Lieferkette	14
11	Gesellschaftliche Verantwortung – Corporate Digital Citizenship.....	15

Ein Konzept für die Digitalverantwortung von Unternehmen

Die Grundlagenstudie Corporate Digital Responsibility (CDR) entwirft ein wissenschaftlich fundiertes Konzept für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Digitalisierung – kurz: digitale Unternehmensverantwortung oder CDR. Das CDR-Konzept hat einen breiten Geltungsanspruch, das heißt es dient Unternehmen aller Branchen zur Orientierung, nicht nur IT-Unternehmen. Dabei verfolgt das Konzept einen integrativen Ansatz, indem es CDR in die etablierten Handlungsfelder der Unternehmensverantwortung einbettet. Das Ergebnis ist eine Systematik aus sechs Verantwortungs- bzw. Handlungsfeldern, die jeweils digitalisierungsspezifische Bereiche umfassen. Mit diesem Konzept wurde untersucht, wie 62 deutsche Großunternehmen in ihren Nachhaltigkeitsberichten die wesentlichen Aspekte der digitalen Unternehmensverantwortung behandeln. Die Ergebnisse legen Schwerpunkte, Lücken sowie bessere und schwächere Praktiken von Corporate Digital Responsibility offen.

1 Thesen und Ziele der Studie

Dem Konzept von Corporate Digital Responsibility (CDR) liegen vier Thesen zu seiner Bedeutung zugrunde. Daraus lassen sich jeweils die Ziele der Studie ableiten:

1. Digitale Innovationen machen ein *umfassendes* Konzept für CDR notwendig. So ist ein Ziel dieser Studie aufzuzeigen, welche Handlungsfelder Corporate Digital Responsibility umfasst.
2. CDR betrifft alle Unternehmen, *unabhängig von Branche und Größe*. Daher beansprucht diese Studie, die Bedeutung der digitalen Unternehmensverantwortung für die Breite der Unternehmenslandschaft darzulegen und nicht bloß für Internetunternehmen.
3. CDR aktualisiert die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) um die Digitalverantwortung. Ein weiteres Ziel dieser Studie ist es daher, die neuen *Bereiche und Qualitäten* der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung aufzuzeigen, die sich aus der Digitalisierung von Unternehmensprozessen ergeben.
4. CDR ist eine Aufgabe für Unternehmen – aber um Verantwortungsübernahme zu ermöglichen, bedarf es der *Beteiligung vieler Stakeholder*. Deswegen verfolgt die Studie das Ziel, nicht nur Unternehmen Orientierungen für die Ausgestaltung ihrer Digitalverantwortung zu geben – gleichzeitig soll auch bei allen anderen Stakeholdern das Verständnis von digitaler Unternehmensverantwortung befördert werden.

2 Zentrale Erkenntnisse und Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen

In der Gesamtschau auf das entwickelte CDR-Konzept und die Informationen, die zu seinen einzelnen Aspekten in den Nachhaltigkeitsberichten der Unternehmen zu finden sind, lassen sich sechs zentrale Erkenntnisse gewinnen und entsprechende Schlussfolgerungen ziehen.

Bekannte und neue Aspekte

Durch den systematischen Ansatz ergibt sich ein umfassendes Bild für das allgemeine Verständnis von CDR. Damit lassen sich nicht nur die bereits öffentlich diskutierten CDR-Aspekte und die einschlägigen Konzepte zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit einordnen. Darüber hinaus werden auch solche Aspekte hervorgehoben, die in der bisherigen Diskussion noch nicht so prominent als Teil von CDR verstanden werden. Dazu gehören aus einer Perspektive des CDR-Managements von Unternehmen etwa solche themenübergreifenden, integrativen Aufgaben wie Digital Governance und Digital Accountability. Und in digitalpolitischer Hinsicht wird ersichtlich, dass gesellschaftsbezogene Fragen wie der Umgang mit digitaler Machtkonzentration und digitale Formen von politischer Einflussnahme systematisch zu CDR dazugehören.

Von der digitalen Gesellschaft bis zur digitalen Anwendung

Digitalisierung hat auf verschiedenen Ebenen besondere Auswirkungen auf die Unternehmensverantwortung. Damit reicht die Bedeutung von CDR für Unternehmen von den großen normativen Fragen der Digitaethik und der digitalen Gesellschaft bis hinunter in den operativen Alltag der konkreten digitalen Anwendung. Auf der Ebene des Megatrends Digitalisierung adressiert CDR die Entwicklung der digitalen Gesellschaft als Ganzes. So baut es eine Brücke von den Aktivitäten und Strategien eines Unternehmens zu der Gesamtperspektive für die technologische Zivilisation. Auf der Ebene von Digitalisierung als konkreter Anwendung im Einzelfall fungiert CDR als praktische Hilfe. In spezifischen Anwendungs- und Entscheidungssituationen muss digitale Unternehmensverantwortung mit Hilfe konkreter Informationsverarbeitung und Kommunikationsformen ausgestaltet werden.

Bislang vernachlässigt: Corporate Digital Consumer Responsibility

CDR adressiert Digitalisierung bislang zumeist als aktives Unterfangen, das Unternehmen bei ihren digitalen Anwendungen, Geschäftsmodellen und Strategien verantwortungsvoll auszugestalten haben. Betrachtet man Digitalisierung verstärkt branchenübergreifend und als etwas, das an Unternehmen herangetragen wird, so entstehen weitere Rollen und Aufgaben für Unternehmen im Hinblick auf CDR. Insbesondere aus ihrer Rolle als Nachfrager und Anwender digitaler Services erwächst eine eigene Corporate Digital Consumer Responsibility: Unternehmen müssen sich bewusst machen und abwägen, auf welchen (z. B. sozialen) Voraussetzungen eine mögliche digitale Anwendung beruht und welche (z. B. ökologischen) Konsequenzen sie impliziert.

Unternehmen brauchen eine CDR-Kultur

Mit Hilfe des systematischen Blicks in die Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher Großunternehmen lassen sich thematische Schwerpunkte genauso wie inhaltliche Lücken in der aktuellen Unternehmenspraxis identifizieren. Dabei fällt auf, dass Digitalisierungsthemen nicht durchgehend, sondern eher selektiv in einen Kontext der ethischen oder gesellschaftlichen Verantwortung gestellt werden. An bestimmten Stellen in ihrer Berichterstattung oder in Bezug auf bestimmte Themen lassen die Unternehmen beispielsweise ein Verständnis von Digitalisierung erkennen, das allein an

technologischer Innovation oder wirtschaftlichem Erfolg ausgerichtet ist. Somit zeigt sich, dass eine umfassende CDR-Kultur, die Innovation genuin mit ethisch-politischer Reflexion verbindet, in den betreffenden Unternehmen erst noch entwickelt werden muss.

Perspektive: öffentliche Digital Accountability

Dadurch, dass das entwickelte CDR-Konzept die politischen und gesellschaftlichen Implikationen der Digitalisierung stark macht, lässt sich erkennen, inwieweit Digitalverantwortung über den Handlungsradius von Unternehmen hinausreicht. Wie zuvor schon CSR darf auch CDR nicht auf eine Managementaufgabe verkürzt werden, die allein bei den Unternehmen liegt. Welche Verantwortung Unternehmen tragen und wie sie ihr gerecht werden (können und sollen) – das wird gesellschaftlich ausgehandelt. Und die politische Arena für diese Aushandlung unterliegt selbst wiederum der digitalen Transformation. Mit der Digitalisierung von Stakeholder-Beziehungen eröffnen sich neue Chancen, Unternehmensverantwortung zu einer öffentlichen Angelegenheit zu machen. Beispielsweise können die Maschinenlesbarkeit von Nachhaltigkeitsberichten und die öffentliche Zugänglichkeit von Unternehmensdaten zu einer erweiterten Digital Accountability von Unternehmen führen.

Notwendigkeit: Multi-Stakeholder-Governance

Die erweiterte gesellschaftspolitische Perspektive auf CDR impliziert schließlich, dass CDR nur als Gemeinschaftsprojekt Erfolg haben kann: Unternehmen, ihre direkten marktlichen und vertraglichen Stakeholder sowie Politik und Zivilgesellschaft müssen sich gemeinsam in einer Multi-Stakeholder-Governance um eine verantwortbare Gestaltung der Digitalisierung kümmern. Um speziell die Übernahme von Digitalverantwortung durch Unternehmen zu unterstützen, ja überhaupt erst zu ermöglichen, ist eine politisch-ökonomische Steuerung notwendig, bei der vielfältige Anspruchsgruppen eingebunden werden.

3 Methodik der Studie

Die Studie ist zu ihren Ergebnissen auf zwei, miteinander verbundenen Wegen gelangt. Als die beiden zentralen Forschungsmethoden sind zum einen umfassende Literaturanalysen und zum anderen eine empirische Untersuchung von Nachhaltigkeitsberichten deutscher Großunternehmen durchgeführt worden. Die Literaturanalysen stützen sich auf (vorwiegend aktuelle) wissenschaftliche und weitere Veröffentlichungen sowohl zu CDR allgemein als auch zu einzelnen CDR-Handlungsfeldern und den zugehörigen Diskurssträngen. Die empirische Untersuchung von Nachhaltigkeitsberichten deutscher Großunternehmen wurde im Rahmen des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte 2021 durchgeführt. Daraus ergibt sich auch die Auswahl der Unternehmen und der Branchen (vgl. www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de).

4 Drei zentrale Aspekte digitaler Verantwortung als Leitlinien für CDR

Im Zuge der Literaturanalysen wurden drei Schwerpunktthemen identifiziert, die über alle Unternehmensbereiche hinweg eine zentrale Rolle für digitale Unternehmensverantwortung spielen. Alle drei zentralen Aspekte digitaler Verantwortung können als ambivalente Herausforderungen verstanden werden, die Chancen wie Risiken für eine nachhaltige Entwicklung der digitalen Gesellschaft bergen. Aus der Erörterung ihrer gesellschaftlichen Relevanz können entsprechend drei Leitlinien für die Digitalverantwortung (von Unternehmen) abgeleitet werden:

- *Umgang mit personenbezogenen Daten* → CDR-Leitlinie 1: Der Schutz personenbezogener Daten aller Stakeholder ist über alle Verantwortungsbereiche hinweg prioritär.
- *Automatisierte Entscheidungssysteme* → CDR-Leitlinie 2: Automatisierte Entscheidungen müssen nachvollziehbar, fair und am Wohle von Menschen und Gesellschaft ausgerichtet sein.
- *Sozial-ökologische Auswirkungen der Digitalisierung* → CDR-Leitlinie 3: Die Entwicklung der Infrastruktur für digitale Technologien muss konsequent an globalen Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet werden.

5 Sechs CDR-Handlungsfelder für Unternehmen

Die Systematik des entwickelten CDR-Konzepts basiert auf sechs einschlägigen Handlungsfeldern des CSR- bzw. Nachhaltigkeitsmanagements. Für jedes einzelne Handlungsfeld ist herausgearbeitet worden, welche spezifischen Herausforderungen und entsprechenden Verantwortungen durch die Digitalisierung entstehen und wie diese als speziellere CDR-Bereiche zu systematisieren sind. Die Systematik orientiert sich an den Funktionsbereichen des Managements und den wesentlichen Stakeholder-Beziehungen eines Unternehmens:

- *Unternehmensführung und Organisation*: Management der digitalen Unternehmensverantwortung
- *Personal und Arbeit*: Verantwortung für die Beschäftigten im Kontext digitaler Arbeit
- *Produktion und Verwaltung*: Ökologische Verantwortung einer digitalisierten Leistungserstellung
- *Marketing und Kundenkommunikation*: Digitale Produktverantwortung
- *Beschaffung und Logistik*: Verantwortung in der digitalen Lieferkette
- *Politik und Gesellschaft*: Gesellschaftliche Digitalverantwortung – Corporate Digital Citizenship

Diese sechs CDR-Handlungsfelder werden in den Hauptkapiteln der Studie sowohl konzeptionell beschrieben als auch empirisch im Hinblick auf die untersuchten Nachhaltigkeitsberichte erörtert. Übersichtsabbildungen zu jedem Handlungsfeld zeigen auf einen Blick, welche Herausforderungen und Aufgaben CDR im jeweiligen Kontext beinhaltet. Jedes Handlungsfeld ist untergliedert in spezifische CDR-Bereiche mit konkreten Problemstellungen und Lösungsansätzen.

6 Management der digitalen Unternehmensverantwortung

Das Management der digitalen Unternehmensverantwortung gliedert sich in vier CDR-Bereiche: Digital Ethics & Compliance; Digital Governance; Digital Accountability; und Digital Strategy.

Digital Ethics & Compliance

Digital Ethics bedeutet, sich mit den ethischen Implikationen der Digitalisierung auseinanderzusetzen, also beispielsweise die ethischen Fragen, die eine Anwendung automatisierter Entscheidungsverfahren aufwirft, als neue unternehmensethische Herausforderungen zu verstehen. Dies ist besonders relevant, wo es noch keine gesetzliche Regulierung gibt. Dort, wo eine solche bereits besteht, bedeutet Digital Compliance, die gesetzlichen Vorschriften einzuhalten – oder auch die eigenen Richtlinien etwa zu Datenschutz oder Informationssicherheit zu befolgen. In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten lässt sich feststellen, dass Compliance einen größeren Stellenwert hat als Ethik. In bestimmten Zusammenhängen, vor allem in Bezug auf das Thema Künstliche Intelligenz (KI) taucht der Begriff „Ethik“ auf. Zumeist bleibt unklar, welche Vorkehrungen die Unternehmen genau treffen, um die Bedingungen und Folgen ihrer technologischen Innovationen auf verantwortungsbewusste und vorsorgende Weise zu reflektieren – und welche Handlungskonsequenzen sie daraus ziehen.

Digital Governance

Mit Digital Governance ist die Organisation und Steuerung von Digitalverantwortung in einem Unternehmen gemeint. Dabei geht es darum, die Verantwortlichkeiten, Rollen, Kompetenzen und Entscheidungsbefugnisse zu Fragen der digitalen Verantwortung in der Organisation zu regeln – und zwar sowohl personell als auch organisational. Letzteres bedeutet, dass etwa auch neue Organisationseinheiten oder Strukturen geschaffen werden, die für CDR zuständig sind. Ein paar Beispiele dafür finden sich in den Nachhaltigkeitsberichten, etwa ein eigens eingerichtetes Digital Ethics Advisory Board. Dabei handelt es sich aber um wenige Ausnahmen, deren Zusammensetzung und Arbeitsweise zudem kaum erklärt werden.

Digital Accountability

Digital Accountability heißt für ein Unternehmen, gegenüber seinen Stakeholdern und der Gesellschaft mit digitalen Mitteln Rechenschaft abzulegen. Die Digitalisierung verändert Verantwortungs- und Rechenschaftsprozesse von Unternehmen insbesondere in drei Bereichen: Beim internen Datenmanagement sorgt sie für eine bessere Integration und Vernetzung von Daten zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen – was sich an manchen Stellen in den Berichten explizit oder implizit erkennen lässt. Für die externe Berichterstattung selbst birgt die Digitalisierung mit maschinenlesbaren Formaten und automatischem Datentransfer große Potenziale. Diese werden in der untersuchten Berichterstattung – mit Ausnahme von ein paar Darstellungstools in Online-Berichten – noch nicht wirklich ausgeschöpft. Das gleiche gilt für noch weitergehende Entwicklungsmöglichkeiten hin zu einem wirklich qualitativen Fortschritt der Rechenschaftsformen von Unternehmen. Mit Hilfe digitaler Vernetzung könnten sie gesellschaftsbezogene Unternehmensdaten stärker zum Gegenstand des öffentlichen Diskurses machen.

Digital Strategy

Digital Strategy steht dafür, dass Unternehmen einen strategischen Zugang zur digitalen Unternehmensverantwortung wählen (sollten). Inhaltlich kann man sich einer CDR-Strategie von zwei Seiten annähern. Zum einen geht es um die Bedeutung von Digitalisierung für die übergeordnete Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens und zum anderen um die Gestaltung der eigenen Digitalisierungsstrategie nach Maßstäben der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit. Die Analyse der Nachhaltigkeitsberichte ergibt das Bild, dass Nachhaltigkeitsstrategie und Digitalisierungsstrategie von den Unternehmen noch nicht integriert gemanagt werden. Darstellungen zur Digitalisierungsstrategie stehen selten im Lichte einer gesellschaftlichen Verantwortung, sondern orientieren sich an klassischen Kategorien des betriebswirtschaftlichen Unternehmenserfolgs. Eigene CDR-Strategien sind allenfalls im Ansatz erkennbar.

7 Verantwortung für die Beschäftigten im Kontext digitaler Arbeit

Die Unternehmensverantwortung für die Beschäftigten im Kontext digitaler Arbeit lässt sich unterteilen in die CDR-Bereiche Datenschutz und Datensicherheit; Diskriminierungsfreiheit; Arbeitsbedingungen und -verhältnisse; Personalentwicklung und Weiterbildung; sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Datenschutz und Datensicherheit

CDR im Kontext digitaler Arbeit bedeutet zunächst, Datenschutz und Datensicherheit für die Beschäftigten zu gewährleisten. Beschäftigtendatenschutz umfasst den Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung von Beschäftigten in Unternehmen. Weniger als die Hälfte der untersuchten Nachhaltigkeitsberichte erwähnen explizit den Beschäftigtendatenschutz. Abgesehen von ein paar positiven Ausnahmen bleiben die Inhalte dazu zumeist eher oberflächlich. Für die Gewährleistung von Datenschutz ist wiederum die Datensicherheit entscheidend, da die wachsende Anzahl an digital gespeicherten Beschäftigtendaten durch Cyberangriffe gefährdet sein kann. In den Berichten wird das Thema Datensicherheit zumeist allgemein für alle Unternehmensdaten behandelt, also nicht gesondert im Hinblick auf personenbezogene Beschäftigtendaten. Trotz einiger bereitgestellter Informationen ist es insgesamt kaum möglich, den Datenschutz und die Datensicherheit in Unternehmen gegenüber Beschäftigten umfassend zu bewerten.

Diskriminierungsfreiheit

CDR bedeutet weiterhin, Diskriminierungsfreiheit beim Einsatz digitaler Innovationen im Personalwesen sicherzustellen. In der Automatisierung von Entscheidungsprozessen im Personalbereich, z.B. bei der Personalauswahl, liegt das Risiko, bestimmte Personengruppen zu diskriminieren – etwa, wenn verzerrte Daten aus der Vergangenheit genutzt werden, die diskriminierende Entscheidungen fortsetzen. In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten fanden die Gefahren der Diskriminierung von Beschäftigten durch automatisierte Entscheidungsprozesse nur vereinzelt Erwähnung.

Noch weniger Beispiele konnten gefunden werden für digitale Anwendungen, die eingesetzt werden, um Gleichberichtigung zu stärken und Diskriminierung zu verringern.

Arbeitsbedingungen und -verhältnisse

Zu CDR gehört außerdem, die *Arbeitsbedingungen und -verhältnisse* im digitalisierten Arbeitsumfeld vor Verschlechterung und Prekarisierung zu bewahren. Der Hintergrund dafür ist, dass der digitale Arbeitskontext für die Beschäftigten nicht nur mehr Flexibilität und Annehmlichkeiten, etwa durch mobiles Arbeiten bietet. Digitalisierte Arbeits- und Produktionsprozesse, insbesondere die digitalen Geschäftsmodelle der Plattformökonomie erhöhen auch die Kontrolle von und den Druck auf Arbeitende. Wenn diese zudem weniger Rechte und eine geringere Entlohnung befürchten müssen, z.B. als Gig Worker, oder sogar den Verlust des Arbeitsplatzes, dann reicht CDR auch über die bestehenden Beschäftigungsbeziehungen hinaus. In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten finden sich verschiedene Beispiele dafür, wie digitale Anwendungen die Arbeitsbedingungen verbessern können, etwa beim mobilen Arbeiten oder in der automatisierten Produktion. Zu den Gefahren verschlechterter Arbeitsbedingungen durch digitale Technologien stellen die Berichte deutlich weniger Informationen bereit.

Personalentwicklung und Weiterbildung

Gegenstand von CDR ist auch, dass Unternehmen gezielte *Personalentwicklung und Weiterbildung* anbieten, um Menschen im digitalen Arbeitsumfeld zu unterstützen. Neue Technologien in Arbeitsprozessen wie Robotik oder Augmented-Reality stellen neue Kompetenzanforderungen an die Beschäftigten. Ziel dabei ist nicht nur die Entwicklung digitaler Kompetenzen zur effizienteren Arbeitsprozessgestaltung, sondern auch in Bezug auf Datenschutz und -sicherheit, Diskriminierungsrisiken sowie eine generelle Vorbereitung auf den digitalen Wandel der Arbeit. Sowohl digitale Formate der Weiterbildung (z.B. Lernplattformen) als auch Digitalinhalte (z.B. Datenschutz und Datensicherheit) – nehmen vergleichsweise häufig einen Platz in den Berichten ein.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Schließlich bezieht sich CDR auf *Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz*, die in Bezug auf digitale Arbeit zu stärken sind. Der vermehrte Einsatz digitaler Technologien kann die Arbeitssicherheit und Gesundheit erhöhen, aber auch gefährden. Dies gilt zum einen für die Arbeitssicherheit im Sinne der körperlichen Gesundheit, z.B. bei der menschlichen Interaktion mit automatisierter Produktion und Robotik. Zum anderen ist auch das psychosoziale Wohlbefinden in Rechnung zu stellen, das durch die Vernetzung, Flexibilisierung und Vervielfältigung von Arbeits- und Kommunikationsmöglichkeiten gefährdet sein kann (Arbeitsbelastung, Stressempfinden). Zu beiden Seiten des Themas sind in einigen Berichten Informationen zu finden.

8 Ökologische Verantwortung einer digitalisierten Leistungserstellung

Für die ökologische Verantwortung einer digitalisierten Leistungserstellung lassen sich zwei wesentliche CDR-Bereiche unterscheiden: zum einen die Optimierung und Automatisierung der

Leistungserstellung und zum anderen die Nutzung digitaler Dienste und Infrastruktur. Die (nicht trennscharfe) Abgrenzung zwischen beiden Bereichen leitet sich aus zwei unterschiedlichen Reichweiten (Scopes) im Hinblick auf die betriebliche Leistungserstellung ab. Scope 1 betrifft die direkten Auswirkungen einer digitalisierten Leistungserstellung, Scope 2 die indirekten Auswirkungen der zur Leistungserstellung verwendeten Mittel und zugehöriger Supportprozesse.

Optimierung und Automatisierung der Leistungserstellung

Im Hinblick auf die Optimierung und Automatisierung der Leistungserstellung bedeutet CDR eine direkte Verantwortung für die Potenziale und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien durch das Unternehmen selbst. Zu diesen Technologien zählen Schlüsselkonzepte und -anwendungen wie Industrie 4.0, Smart Factory, industrielles Internet der Dinge oder cyber-physische Produktionssysteme. Ihnen werden in der Literatur wie auch von den Unternehmen verschiedene Nachhaltigkeitspotenziale zugeschrieben: etwa eine verbesserte Transparenz, Qualität und Kontrolle der Prozesse oder Effizienz- und Produktivitätsverbesserungen – und damit auch verringerte Emissionen, Abfälle und Ressourcenverbräuche. In den Nachhaltigkeitsberichten werden das Konzept Industrie 4.0 und zugehörige Einzeltechnologien eher vereinzelt und vorwiegend ökonomisch-technisch dargestellt. Hinsichtlich der ökologischen Bedeutung einer digitalisierten Leistungserstellung lassen sich drei Beobachtungen anstellen: Der Schwerpunkt liegt auf Effizienzverbesserungen und teils Emissionsreduktionen durch Prozessoptimierung. Natürliche Ressourcen sind weniger ein Thema – außer die Reduktion des Papierverbrauchs. Die digitale Unterstützung von Produktionskreisläufen kommt branchenspezifisch in Einzelfällen vor.

Nutzung digitaler Dienste und Infrastruktur

Aus der Nutzung digitaler Dienste und Infrastruktur, die von Digital-Anbietern bereitgestellt werden, folgt eine indirekte Verantwortung des Unternehmens für implizite Umweltauswirkungen. Dabei handelt es sich um Ressourcenverbräuche, Emissionen oder Abfälle, die den Tätigkeiten der entsprechenden Anbieter, etwa von Hardware oder Software, zuzurechnen sind. Unternehmen haben als Nachfrager die Verantwortung, die Ökobilanz der Angebote abzuwägen und im Zweifel nach umweltfreundlicheren Alternativen zu suchen. Es können drei wesentliche Gruppen digitaler Anwendungen zur Unterstützung der betrieblichen Leistungserstellung unterschieden werden: Die erste sind komplexe Industrie-4.0-Technologien. Dazu finden sich in den Berichten keine Informationen über ökologische Qualitäten dieser externen Angebote. Für die zweite Gruppe – digitale Anwendungen zum Management umweltrelevanter Produktionsdaten – nennen wenige Unternehmen einzelne Beispiele. Die dritte Gruppe umfasst Anwendungen zur Digitalisierung von Supportprozessen (z.B. Cloud Computing, Smart Energy Services). Hierzu finden sich in den Berichten die meisten Informationen, insbesondere in Bezug auf die CO₂-Einsparungen durch die Verlagerung von Treffen in den virtuellen Raum und hinsichtlich des Energieverbrauchs durch Rechenzentren.

Insgesamt ist auffällig, dass ungelöste Fragen der betrieblichen Ökobilanz durch den Einsatz digitaler Technologien in der Produktion kaum Reflexionsgegenstand der Unternehmen sind. So gut wie nicht behandelt werden etwa der ökologische Rucksack der digitalen Infrastruktur, mögliche digitale Rebound-Effekte oder ungelöste Recyclingfragen.

9 Digitale Produktverantwortung

Zur digitalen Produktverantwortung gegenüber der Kundschaft eines Unternehmens gehören vier CDR-Bereiche: Datenschutz und Datensicherheit; Diskriminierungsfreiheit; Kommunikation und Marketing; sowie Onlinehandel. Die ersten beiden leiten sich – analog zur Verantwortung gegenüber den Beschäftigten – aus gesetzlichen oder moralischen Rechten von Kunden ab. Die letzteren beiden ergeben sich aus den Beziehungen zwischen Unternehmen und Kundschaft.

Datenschutz und Datensicherheit

Im Hinblick auf die Persönlichkeitsrechte von Kunden wie dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung verlangt CDR von Unternehmen, Datenschutz und Datensicherheit zu gewährleisten, also die personenbezogenen Daten ihrer Kunden zu schützen und ihre Sicherheit gegenüber Dritten zu garantieren. Typische Probleme unverantwortlichen Unternehmensverhaltens in diesem Kontext sind: eine intransparente Erhebung und Verwendung von Daten über Kunden; der Missbrauch dieser Daten zu Zwecken, denen die Kunden nicht zugestimmt haben oder die ihnen verschleiert blieben; sowie der Diebstahl oder Verlust solcher Daten. In ihren Nachhaltigkeitsberichten informieren die Unternehmen über Datenschutzmaßnahmen überwiegend zur Einhaltung der aktuellen Gesetzgebung der DSGVO (Datenschutzbeauftragte, -Managementsysteme, -Schulungen). Seltener erwähnen sie Maßnahmen, die darüber hinausgehen. Vereinzelt finden sich Angaben zum Ansatz Privacy-by-Default oder zur Datensparsamkeit. Datensicherheit ist bei Unternehmen bestimmter Branchen mit ausgeprägten Cyber-Risiken (z.B. Energieversorgung) ein Thema.

Diskriminierungsfreiheit

Unter dem Gesichtspunkt der Gleichbehandlung bedeutet CDR, dass Unternehmen gegenüber ihrer Kundschaft Diskriminierungsfreiheit bei automatisierten Verfahren, Produkteigenschaften und beim Zugang zu Angeboten gewährleisten (sollen). Unternehmen handeln dem zuwider, wenn sie Angebote und Preise personalisieren oder wenn sie auf nicht nachvollziehbare Weise mit automatisierten Verfahren vulnerable oder finanziell schwächere Kundengruppen benachteiligen. Manche Unternehmen, insbesondere der Versicherungsbranche, betonen die Bedeutung von Transparenz und Nachvollziehbarkeit für KI-Anwendungen. Andere geben weitere Maßnahmen zur digitalen Teilhabe an (z.B. Barrierefreiheit) oder zur Teilhabe jenseits des Digitalen (Offline-Alternativen).

Kommunikation und Marketing

Die digitalen Kundenbeziehungen hinsichtlich Kommunikation und Marketing verantwortungsvoll zu gestalten, ist ein weiterer Bereich der digitalen Produktverantwortung. CDR bedeutet hier, nachhaltigen Konsum zu stärken durch transparente, faire und nachhaltigkeitsorientierte Kundenkommunikation. Die Digitalisierung des Marketings ruft neue Umweltrisiken hervor, wie den Energieverbrauch durch Internet-Werbung oder die konsumsteigernde Wirkung von KI und Personalisierung. Umgekehrt liegen in der digitalen Kundenkommunikation auch Potenziale, etwa in Form nachhaltigkeitsbezogener Produktinformationen (digitaler Produktpass) oder digitaler Formate für das Nachhaltigkeitsmarketing. Über solche Ansätze sind in den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten nur wenige Details zu finden. Während vor allem Unternehmen der Handelsbranche ein paar digitale Maßnahmen zur Förderung nachhaltigen Konsums erwähnen, werden die negativen Effekte von Onlinekommunikation und digitalem Marketing in den Berichten überhaupt nicht thematisiert.

Onlinehandel

Ob Geschäfts- oder Endkunden – die Handelsbeziehungen von Unternehmen verlagern sich immer weiter in den digitalen Raum. Der wachsende Onlinehandel bringt die Verantwortung mit sich, die genutzten digitalen Plattformen und physischen Infrastrukturen auf nachhaltigen Konsum auszurichten. Denn mit dem Onlinehandel haben auch das Transportaufkommen, die Verpackungsabfälle und Retouren (sowie deren unnötige Vernichtung) zugenommen. Um dem entgegenzuwirken, haben Unternehmen verschiedene digitale Möglichkeiten: Nudging-Ansätze für eine nachhaltigere Produktwahl im Onlineshop, Rücknahme- und Reparatur-Services, Sharing-Konzepte und nachhaltigere Transport- und Logistikprozesse. In den untersuchten Berichten konnte keine vertiefte Auseinandersetzung mit den ökologischen Problemen des Onlinehandels gefunden werden. Auch beschreiben die Unternehmen so gut wie keine Maßnahmen, mit denen sie den Onlinehandel nachhaltiger gestalten wollen.

10 Verantwortung in der digitalen Lieferkette

Das Handlungsfeld Verantwortung in der digitalen Lieferkette ist das beschaffungsseitige Pendant zur digitalen Produktverantwortung. Das Handlungsfeld ist abzugrenzen von der „Nutzung digitaler Dienste und Infrastruktur“, dem zweiten CDR-Bereich im Handlungsfeld „Ökologische Verantwortung einer digitalisierten Leistungserstellung“. Hier wird nun die Betrachtungsreichweite von Scope 2 auf Scope 3 erweitert. Das heißt, es werden die indirekten Auswirkungen der Digitalisierung über die gesamten Lieferketten hinweg und im globalen Kontext betrachtet. Die Verantwortung in der digitalen Lieferkette ist unterteilt in zwei wesentliche CDR-Bereiche: Der erste ist auf die Digitalisierung des Lieferkettenmanagements gerichtet, der zweite stellt digitale Lieferketten (bzw. die Lieferketten der Digitalisierung) in den Kontext globaler Verantwortung. Im ersten Bereich schaut man innerhalb der Lieferkette, wie man Dinge digital besser bzw. nachhaltiger beschaffen kann, und entscheidet, inwieweit digitale Tools und Technologien für das Lieferkettenmanagement eingesetzt werden. Der zweite CDR-Bereich bewertet darüber hinaus, was ein Unternehmen für seine Digitalisierung beschaffen kann und sollte (oder auch nicht) im Hinblick auf natürliche, soziale, humane Ressourcen im globalen Kontext.

Digitalisierung des Lieferkettenmanagements

Bei der Digitalisierung des Lieferkettenmanagements erfordert CDR von Unternehmen, digitale Instrumente verantwortungsvoll in dem Sinne einzusetzen, dass die Nachhaltigkeitsauswirkungen digitalisierter Lieferketten erfasst und optimiert werden. Das heißt insbesondere, dass die (potenziell) negativen Auswirkungen innerhalb der Lieferkette zu minimieren sind. Zu den prominentesten digitalen Instrumenten für ein nachhaltigkeitsorientiertes Lieferkettenmanagement gehören die drei Schlüsseltechnologien: Künstliche Intelligenz (KI), Industrielles Internet der Dinge (IoT) und die Blockchain-Technologie. Ihnen werden in großen Teilen der Literatur wie auch von den Unternehmen große wirtschaftliche und auch Nachhaltigkeitspotenziale zugeschrieben (z.B. verbesserte Effizienz, Kreislaufführung, Transparenz und Rückverfolgbarkeit). In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten wird über vielfältige Digitalanwendungen in der Lieferkette informiert. Die genannten Schlüsseltechnologien (KI, IoT und Blockchain) tauchen alle auf, werden aber häufig nur oberflächlich beschrieben. Meistens handelt es sich dabei um Einzelbeispiele oder Pilotprojekte. Im Mittelpunkt stehen häufig Effizienzvorteile und Lieferanteninformationen, die Schaffung von

Transparenz und Nachverfolgung sowie teilweise die Reduktion einzelner Umweltbelastungen. Die Förderung von Circular-Economy-Lösungen kommt nur in Einzelfällen vor. Insofern ist eine digitale Lieferkettenverantwortung im Sinne einer systematischen Weiterentwicklung des nachhaltigkeitsorientierten Lieferkettenmanagements noch nicht erkennbar.

Digitale Lieferketten in globaler Verantwortung

Der CDR-Bereich Digitale Lieferketten in globaler Verantwortung zielt auf die Mitverantwortung von Unternehmen, die Ausbeutung ökologischer, sozialer und humaner Ressourcen zu bewerten und die eigene Rolle dabei im Lichte globaler Nachhaltigkeitsanforderungen zu reflektieren. Die Herausforderung für Unternehmen ist also zu bemessen, inwieweit die gesamte Wertschöpfungskette der Digitalisierung auf einen nachhaltigen Pfad gebracht werden kann (oder nicht). Informationen zu diesem CDR-Bereich findet man vor allem in Berichten aus den Branchen Automobil, Maschinenbau/Technologie, Chemie/Pharma und Grundstoffe. Der Fokus liegt auf Konfliktrohstoffen, deren Beschaffung und entsprechenden Lieferantenzertifizierungen. Jenseits von Batterien und E-Mobilität finden sich kaum Angaben zur Nachhaltigkeitsbilanz der digitalen Lieferketten – geschweige denn globale oder langfristige Einordnungen. Viele der vorgestellten Aktivitäten befinden sich in einem Entwicklungs- oder Pilotstadium. Systematische Einordnungen der Recyclingfähigkeit oder -unfähigkeit von Rohstoffen und ernsthafte Perspektiven einer Circular Economy spielen sonst keine Rolle.

11 Gesellschaftliche Verantwortung – Corporate Digital Citizenship

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Kontext der Digitalisierung kann mit dem Begriff Corporate Digital Citizenship gekennzeichnet werden. Er umfasst zum einen das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen in Bezug auf die sozialen Probleme der digitalen Gesellschaft – und zum anderen die politische Verantwortung von Unternehmen im Rahmen ihrer Geschäftsmodelle und bei ihrer politischen Einflussnahme. Zum gesellschaftlichen Engagement zählen zwei wesentliche CDR-Bereiche: „Digitale Mündigkeit und Teilhabe“ sowie „Wissen mit der Gesellschaft teilen“. Die politische Verantwortung teilt sich ebenfalls in zwei CDR-Bereiche: „Umgang mit digitaler Machtkonzentration“ und „Politische Einflussnahme und digitale Innovationen“.

Digitale Mündigkeit und Teilhabe

Ein großes gesellschaftliches Problem besteht darin, dass viele Menschen von der Teilhabe an der digitalen Gesellschaft ausgeschlossen sind – sei es, weil es ihnen an digitalen Kompetenzen mangelt, sei es, weil ihnen die Zugangsmöglichkeiten erschwert oder verwehrt werden. Digitale Mündigkeit und Teilhabe setzt als CDR-Bereich für Unternehmen genau dort an: Unternehmen leisten mit ihren spezifischen Mitteln und Fähigkeiten Beiträge zu einer inklusiven, sozial gerechten und offenen digitalen Gesellschaft. Dazu können sie beispielsweise Aktivitäten der digitalen Bildung (z.B. Angebote zur Förderung digitaler Kompetenzen) und der digitalen Inklusion (z.B. Barrierefreiheit für digitale Produkte und Services) verfolgen. In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten finden sich Angaben zu solchen Aktivitäten vor allem bei Unternehmen der Branche Medien/Informationsdienstleister. Aktivitäten zielen beispielsweise auf die Überbrückung des Digital Divide, die

Entwicklung von Medienkompetenz und die Aufklärung über die Verbreitung von Fake News und Hate Speech im Internet.

Wissen mit der Gesellschaft teilen

Verfügen Unternehmen über große Datenmengen von gesellschaftlicher Relevanz, so können sie diese nutzen, um gesellschaftliche Probleme zu lindern. Der CDR-Bereich Wissen mit der Gesellschaft teilen bedeutet somit beispielsweise, dass Unternehmen relevante große Datenmengen gezielt zu Gemeinwohlzwecken einsetzen (Big Data for Good). Damit Innovationen und Wissen allen gesellschaftlichen Akteuren zur Verfügung stehen, können Unternehmen einen Beitrag leisten, indem sie offene Formate und Verfahren zur Bereitstellung relevanter Daten unterstützen (Open Data, Open Source, Open Access). In den Nachhaltigkeitsberichten informieren nur sehr wenige Unternehmen über das Teilen von Wissen und Kompetenzen zum Wohl der Gesellschaft. Einzelne Ansätze von Open Source, Open Data oder Open Access werden zwar genannt, aber sie sind nicht detailliert genug beschrieben, um sie richtig bewerten zu können.

Umgang mit digitaler Machtkonzentration

Für das gesellschaftliche Problem, dass sich Daten, Kapital und Marktmacht in den Händen weniger Digitalkonzerne konzentrieren, steht der Begriff Plattformökonomie. Doch der *Umgang mit digitaler Machtkonzentration* ist eine Herausforderung, der sich alle Unternehmen stellen sollten. CDR bedeutet hier, dass grundsätzlich jedes Unternehmen, das an der Digitalisierung teilhat, eine politische Mitverantwortung trägt – eine Mitverantwortung dafür, dass die neuen Institutionen im digitalen Raum (digitale Märkte, digitale Plattformen, digitale Gemeingüter) entsprechend gesellschaftlicher Werte (Demokratie, Gerechtigkeit, Freiheit, Offenheit) ausgestaltet werden. Die Übernahme dieser Verantwortung könnte etwa darin bestehen, dass Unternehmen auf mehr digitale Souveränität hinarbeiten, indem sie sich ihre Abhängigkeiten bewusst machen und dabei helfen, alternative Infrastrukturen aufzubauen (z.B. Gaia-X als sichere und vertrauenswürdige Dateninfrastruktur für Europa oder das Vorhaben SDEPS für eine geteilte digitale europäische öffentliche Sphäre). In den untersuchten Berichten spielen solche Überlegungen zum Umgang mit der Machtkonzentration im digitalen Raum so gut wie keine Rolle. Allein eine Mitwirkung an dem Gaia-X-Projekt erwähnen drei Unternehmen kurz.

Politische Einflussnahme und digitale Innovationen

Im letzten CDR-Bereich geht es um *Politische Einflussnahme und digitale Innovationen* beziehungsweise um deren Wechselverhältnis. Die politische Einflussnahme von Unternehmen im Kontext von digitalen Innovationen kann dreierlei bedeuten: die Förderung von technologischen Innovationen und Visionen (Zukunftstechnologien), die Beeinflussung neuer digitalpolitischer Regulierungen (z.B. Datenschutz, digitale Märkte) und die Nutzung neuer digitaler Möglichkeiten für die politische Einflussnahme selbst (Digital Lobbying). In den Nachhaltigkeitsberichten finden sich zwar ein paar Informationen zur politischen Einflussnahme mit Bezügen zur Technologie- und Innovationspolitik. Doch diese Darstellungen erscheinen sehr stark in einem einseitigen Lichte von Innovation und Fortschritt. Es müsste viel deutlicher werden, inwieweit die Unternehmen die Förderung von Technologien im Hinblick auf Nachhaltigkeitskriterien bewerten und wie sich ihre politischen Positionen daran bemessen.

ADRESSE UND KONTAKT

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig

Potsdamer Straße 105

10785 Berlin

Telefon: + 49 – 30 – 884 594-0

Telefax: + 49 – 30 – 882 54 39

E-Mail: mailbox@ioew.de

www.ioew.de