

Wer Vertrauen einfordert, muss Verantwortung anbieten: CDR als Handlungs-, Ordnungs- und Diskursverantwortung

Martin von Broock

»Lately it seems this industry is becoming better known for a less noble innovation – the belief you can claim credit without accepting responsibility« (Leswing 2019). Diese auf die Unternehmen des Silicon Valley zielende Kritik stammt nicht von einem Politiker oder einem NGO-Vertreter. Mit seinem Statement verweist Apple-CEO Tim Cook auf einen Klärungsbedarf: Welche Verantwortung tragen Unternehmen als treibende Kräfte der digitalen Transformation? Seit einiger Zeit wird diese Diskussion unter den Begriffen »digitale Unternehmensverantwortung« bzw. »Corporate Digital Responsibility (CDR)« geführt. Dabei geht es um die Frage, inwieweit die mit der Digitalisierung einhergehenden Herausforderungen eine weitere Präzisierung, Ergänzung, Neuausrichtung oder auch Neubestimmung bisheriger Konzepte unternehmerischer Verantwortung erfordern. Bislang bestehen hierzu erst ansatzweise Orientierungen.

Ein möglicher Weg zur weiteren Klärung liegt darin, CDR über bestehende Definitionen – etwa im Hinblick auf etablierte Konzepte der Corporate Social Responsibility (CSR) oder der Nachhaltigkeit – zu erfassen. Umgekehrt kann der Begriff auch von den Problemen der Praxis her erschlossen werden. So lässt sich mit einiger Berechtigung fragen: Welche (neuen) Herausforderungen liegen dem (neuen) Begriff »Corporate Digital Responsibility« eigentlich zugrunde? Dieser Weg wird hier in drei Schritten verfolgt. Zunächst wird knapp das (ethische) Potenzial digitaler Wertschöpfung dargelegt. Anschließend werden systematische Konflikte der Praxis herausgearbeitet. Aus diesem Spannungsfeld lassen sich schließlich Ansatzpunkte für Investitionen in eine strategische CDR ableiten.

Die Idealvorstellung: Digitale Transformation als gesellschaftliche Zusammenarbeit

Aus (wirtschafts-)ethischer Perspektive lässt sich die digitale Transformation idealtypisch als gesellschaftliche Zusammenarbeit zum wechselseitigen Vorteil (in Anlehnung an Rawls 1993/2005) denken: Das Teilen, Verknüpfen, Analysieren und Verwerten von Daten eröffnet zweifellos vielfältige Chancen für gesellschaftliche Selbstaufklärung, nachhaltige Fortschritte und bessere Lebensbedingungen für die Menschen (Floridi et al. 2018). Dies gilt im Besonderen auch für Prozesse digitaler Wertschöpfung.

Wertschöpfungspartner teilen ihre Daten mit Unternehmen in der Erwartung, im Gegenzug Problemlösungen zu erhalten – oder allgemeiner: Entlastung und Mehrwert zu erfahren. Unternehmen unterbreiten ihrerseits entsprechende Angebote in der Erwartung, neue Geschäftsmodelle, Wachstum und Investitionen zu realisieren. Und schließ-

lich können datengetriebene Wertschöpfungsprozesse maßgeblich zur Bewältigung übergeordneter gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen, indem sie soziale Teilhabe fördern und eine effizientere Nutzung knapper gemeinschaftlicher Ressourcen und Infrastrukturen ermöglichen.

Zahlreiche konkrete Beispiele lassen sich etwa in den Bereichen Energie, Mobilität, Gesundheit oder Logistik anführen. Ihnen allen gemein ist folgender Zusammenhang: Ein wichtiger Schlüssel zur Bewältigung vieler gesellschaftlicher Herausforderungen sind digitale Innovationen, die indes von Unternehmen nur dann bereitgestellt werden können, wenn deren Wertschöpfungspartner ihrerseits die für jene Innovationen notwendigen Beiträge erbringen. Umgekehrt und zugespitzter formuliert: Ohne das Teilen von Daten und ohne die Zustimmung zu deren Verwertung sind keine digitalen Innovationen möglich; und ohne digitale Innovationen sind nur begrenzte Fortschritte sowohl im Hinblick auf individuelle Entlastungen als auch auf gesellschaftliche Problemlösungen realisierbar.

Digitale Transformation setzt mithin gesellschaftliche Zusammenarbeit voraus. Zusammenarbeit erfordert indes Vertrauen. Insofern ist es wenig verwunderlich, dass sich der Faktor Vertrauen zu einem Schlüsselbegriff in den gesellschaftlichen Debatten wie auch in unternehmerischen Leitbildern zur Digitalisierung entwickelt hat (z. B. Europäische Kommission 2019; BMAS 2017; SAP 2019).

Umso mehr stellt sich aber die Frage, welche verlässlichen, vertrauensbildenden Voraussetzungen – jenseits reiner Vertrauensappelle – von wem zu schaffen sind, damit die für den digitalen Wandel notwendigen Kooperationen tatsächlich zustande kommen. Hier geht es zweifellos um geteilte Verantwortlichkeiten: von der Rahmengestaltung durch Regierungen über eine kritische Begleitung der Ordnungsprozesse durch politische Parteien, zivilgesellschaftliche Gruppen, Verbände, Gewerkschaften, Kirchen und Wissenschaft, klärende Rechtsprechungen durch Gerichte bis hin zu einer Mitverantwortung von Verbrauchern und Bürgerinnen, die eigenen Entscheidungen hinreichend zu überdenken.

Aus dieser Perspektive bezieht sich CDR zunächst allgemein auf die Art und den Umfang der Beiträge, mit denen Unternehmen ihrerseits vertrauensbildende Voraussetzungen für digitale Transformationsprozesse mitgestalten oder beeinflussen (Suchanek 2015). Eine genauere Bestimmung solcher unternehmerischen Beiträge könnte etwa über die Erfassung und Analyse positiver Beispiele vorgenommen werden. Tatsächlich existieren bereits viele individuelle oder kollektive Unternehmensinitiativen, die in diesem Sinne auf Vertrauensbildung in digitaler Wertschöpfung abzielen, etwa durch das Bekenntnis zum werteorientierten Einsatz von KI (für einen Überblick AlgorithmWatch 2019).

Allerdings birgt der alleinige Fokus auf positive Leuchttürme, gemeinsame Werte und Chancen einige Risiken. Denn eine der »lessons learned« aus der CSR-Diskussion ist, dass sich gesellschaftliche Diskussionen zur unternehmerischen Verantwortung insbesondere an wahrgenommenen Konflikten orientieren und eben nur bedingt an verfügbaren Best Practices. Es sind vor allem faktische, vermutete oder potenziell mögliche Schädigungen im Zuge unternehmerischen Handelns, die Vertrauen unterminieren. Und diese Vertrauensverluste lassen sich allenfalls begrenzt über gute Taten an anderer Stelle oder allgemeine Wertebekennnisse kompensieren. Entsprechend sollte eine strategisch ausgerichtete CDR vor allem jene Konflikte in den Blick nehmen, die das (meist unbestrittene) Ziel vertrauensvoller Kooperation zum Zwecke digitaler Innovationen zwischen Unternehmen, ihren direkten Wertschöpfungspartnern und der Gesellschaft nachhaltig gefährden könnten. Anderenfalls laufen Unternehmen Gefahr, sich nach »Greenwashing« und »Blue-

washing« dem Vorwurf des »Mathwashing« (Woods 2016) auszusetzen: der unbewussten oder vorsätzlichen Relativierung ihrer Verantwortung durch Verweis auf vermeintlich objektive digitale Technologien.

Die Realität: Interessenkonflikte und Missbrauchsrisiken

Grundsätzlich gilt: Wer anderen Daten anvertraut, macht sich verletzlich. Im oben beschriebenen Dreiklang zwischen individueller Entlastung, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Datenverwertung lassen sich aus der Unternehmensperspektive heraus zwei wesentliche Spannungsfelder bestimmen:

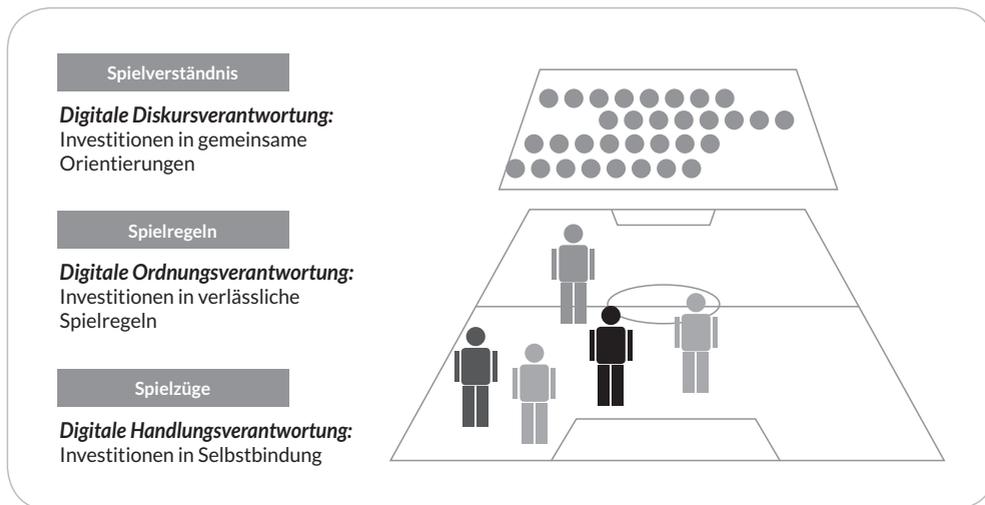
1. Unternehmerischer Nutzen versus individuelle Entlastung

Im Wettbewerb um Technologieführerschaft, Marktanteile und Wachstum bieten sich Unternehmen stets auch Gelegenheiten für Geschäftsmodelle, bei denen unternehmerische Vorteile zum Nachteil der Datenbereitsteller realisiert werden. Das kann der Fall sein, wenn Daten – wie im Fall Amazon/Alexa diskutiert – grundsätzlich ohne Zustimmung verwertet werden (Deutscher Bundestag 2019). Nachteile können des Weiteren entstehen, wenn anvertraute Daten und daraus gewonnene Informationen ohne Zustimmung mit Dritten geteilt werden, wie im Fall Facebook/Cambridge Analytica (US District Court 2019). Die Konflikte zeigen sich bereits im innerbetrieblichen Kontext: Einerseits bieten digitale Technologien vielfältige Potenziale zur Effizienzsteigerung und damit einhergehend zur Entlastung von Beschäftigten; andererseits ermöglichen sie engere Kontrollen bis hin zu verdeckten Leistungsmessungen zum Nachteil von Beschäftigten (Bertelsmann Stiftung 2019).

2. Unternehmerischer Nutzen versus nachhaltige gesellschaftliche Problemlösungen

Kooperationsgewinne zwischen Unternehmen und ihren direkten Wertschöpfungspartnern können zu (mitunter unintendierten) Nachteilen für Dritte führen. Dies ist etwa der Fall, wenn durch datengetriebene Geschäftsmodelle unbeteiligte Gruppen einseitig neue Belastungen erfahren, wie dies beispielsweise hinsichtlich der Auswirkungen des Airbnb-Geschäftsmodells auf den Wohnungsmarkt diskutiert wird (Klimm 2019). Neben solchen sozialen Folgen werden zunehmend auch die ökologischen Effekte digitaler Innovationen erörtert, etwa im Hinblick auf die Energieintensität datenbasierter Infrastrukturen wie auch in Bezug auf die Spannung zwischen knappen, konfliktbehafteten Ressourcen einerseits und immer kürzeren Produktlebenszyklen im digitalen Zeitalter andererseits (Höfner und Frick 2019). Und schließlich können digitale Innovationen und Geschäftsmodelle systemische Risiken entfalten: Wenn immer mehr Menschen bei vielen grundlegenden Bedarfen in die Abhängigkeit digitaler Geschäftsmodelle gelangen, die von immer weniger Unternehmen bereitgestellt werden, dann geraten der wirtschaftliche und in der Folge mitunter auch der politische Wettbewerb – als wesentliche Funktionsimperative von Demokratie und Marktwirtschaft – unter Druck (Zuboff 2019).

Abbildung 1: Ebenen unternehmerischer Verantwortung



Quelle: von Broock 2012

Die Herausforderung: CDR als Investition in Handlungen, Ordnungen und Diskurse

Wenn sich CDR, ausgehend von der Idee digitaler Transformation als gesellschaftliche Zusammenarbeit, (1) auf unternehmerische Beiträge zur Vertrauensbildung in digitale Wertschöpfungsprozesse bezieht und wenn (2) die erfolgskritischen Faktoren für jene Vertrauensbildung insbesondere wahrgenommene Konflikte zwischen unternehmerischem Nutzen, individueller Entlastung und nachhaltiger gesellschaftlicher Problemlösung sind, dann stellt sich folglich (3) die Frage, inwieweit Unternehmen im Interesse ihrer Vertrauenswürdigkeit jene Konflikte wahrnehmen, ansprechen und bearbeiten. Strategische CDR sollte mit anderen Worten insbesondere auf die Anstrengungen abstellen, die Unternehmen zur Begrenzung möglicher Konflikte im Zuge digitaler Wertschöpfungsprozesse aufwenden. Diese Anstrengungen können auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen.

In Anlehnung an die Metapher des Spiels ist hier im Hinblick auf eine strategische CDR zu unterscheiden zwischen Investitionen in eigene Spielzüge (i. S. digitaler Handlungsverantwortung), in die Mitgestaltung gemeinsamer Spielregeln (i. S. digitaler Ordnungsverantwortung) und in die Förderung eines gemeinsamen Spielverständnisses (i. S. digitaler Diskursverantwortung) (von Broock 2012).

1. Digitale Handlungsverantwortung: Investitionen in Selbstbindung

Der Erfolg digitaler Geschäftsmodelle hängt unmittelbar davon ab, in welchem Maße Wertschöpfungspartner den Unternehmen ihre Daten zur weiteren Verwertung anvertrauen. Ein spezifisches Problem im digitalen Wandel besteht nun darin, dass wir heute die künftigen Potenziale und Missbrauchsrisiken, die mit geteilten Daten einhergehen, kaum abschätzen können. Dies zeigt sich etwa in den Debatten um die tatsächlichen Aus-

prägungen Künstlicher Intelligenz. Umso wichtiger wird die Frage: Woran können die direkten Wertschöpfungspartner ihr Vertrauen in die Unternehmen, das gerade unter jenen ungewissen Bedingungen immer wichtiger wird, festmachen? Spiegelbildlich fragt CDR im Sinne digitaler Handlungsverantwortung, inwieweit Unternehmen mögliche Spielräume zur Selbstbindung nutzen. Unter Bezug auf die Ergebnisse verschiedener Kommissionen (z. B. IEEE 2019; Datenethik-Kommission 2019) lassen sich hier konkretere Ansatzpunkte ableiten: In welchem Maße investiert ein Unternehmen mit Blick auf digitale Prozesse in die Ausbildung von Verantwortungskompetenzen, in Qualität und Sicherheit, in die Herstellung von Transparenz, in die Vermeidung von Diskriminierungen und vor allem in die Gewährleistung von Erklärbarkeit und Rechenschaft?

Die Möglichkeiten unternehmerischer Selbstbindung stehen indes unter dem Vorbehalt der Nicht-Ausbeutbarkeit: Unter Wettbewerbsbedingungen können einzelne Unternehmen hier nur insoweit investieren, wie die damit einhergehenden Kosten oder Einschränkungen von den Wertschöpfungspartnern tatsächlich honoriert und nicht durch andere Anbieter ausgebeutet werden.

2. Digitale Ordnungsverantwortung: Investitionen in verlässliche Spielregeln

Der Erfolg digitaler Geschäftsmodelle hängt mittelbar stets auch von den politischen und wirtschaftlichen Ordnungen ab, in die Unternehmen eingebettet sind: Jene Ordnungen bestimmen, welche Formen digitaler Wertschöpfung unter welchen Voraussetzungen überhaupt zugelassen werden. Zugleich schaffen sie für Unternehmen die notwendige Verlässlichkeit für Investitionen in digitale Geschäftsmodelle. Denn Ordnungen weisen Unternehmen nicht nur im positiven Sinne Verantwortung zu; sie begrenzen jene Verantwortung auch und sichern so Unternehmen gegen unberechtigte Erwartungen und Ansprüche ab.

Im digitalen Wandel liegt die Herausforderung darin, dass die bestehenden Ordnungen (noch) nicht hinlänglich auf die neuen Möglichkeiten digitaler Innovationen ausgerichtet sind; mitunter wird die Metapher vom »Wilden Westen« bemüht (Pandya 2019). In Ermangelung eines gemeinsamen Spielfelds können sowohl wechselseitige Ausbeutungsrisiken als auch unklare Erwartungshaltungen im Hinblick auf unternehmerische Verantwortung entstehen. Diese Unsicherheiten können Kooperationen be- oder auch verhindern mit dem Ergebnis, dass die Potenziale digitaler Innovationen und Wertschöpfung unausgeschöpft bleiben – zum Nachteil von Einzelnen, von Unternehmen und der Gesellschaft.

Angesichts dessen nimmt CDR im Sinne digitaler Ordnungsverantwortung die Frage in den Blick, in welchem Maße Unternehmen in die Mitgestaltung gemeinsamer Spielregeln investieren (vgl. auch Philipp Schreck in diesem Band). Beiträge lassen sich hier einerseits leisten durch die Unterstützung von Initiativen zur kollektiven Selbstbindung – Industrievereinbarungen oder branchenübergreifende Bündnisse –, innerhalb derer sich eine hinreichende Zahl von Unternehmen auf gemeinsame verlässliche Standards einigt. Andererseits besteht die Möglichkeit, dass Unternehmen die Politik aktiv zur Herstellung eines »level playing field« auffordern, wie Beispiele von Microsoft und Salesforce zeigen (Smith 2018; CBS 2018).

Die erfolgreiche (Mit-)Gestaltung digitaler Ordnung steht indes unter dem Vorbehalt, dass ein hinreichend gemeinsames Verständnis in der Gesellschaft im Hinblick auf die grundlegenden Prämissen besteht, an denen sich die digitale Transformation ausrichten

sollte (mitunter wird auch vom »Narrativ« gesprochen). Angesichts der weitreichenden Einflussmöglichkeiten digitaler Technologien in sämtlichen Bereichen des menschlichen Zusammenlebens einerseits sowie eines intensiven globalen Wettbewerbs um digitale Technologieführerschaft andererseits – der sich auch als Wettstreit unterschiedlicher Ordnungen und Werte vollzieht – gewinnt die Verständigung über jene gestaltungsleitenden Orientierungen zunehmend an Bedeutung.

3. Digitale Diskursverantwortung: Investitionen in gemeinsame Orientierungen

Digitale Innovationen und Geschäftsmodelle eröffnen, wie eingangs dargestellt, vielfältige Kooperationsgewinne. Zugleich gehen mit ihnen notwendigerweise auch disruptive Effekte, Risiken und unintendierte Nebenwirkungen einher. Manche Konflikte werden sich nicht vollständig auflösen lassen. Denn selbst zwischen den mittlerweile in zahlreichen Leitlinien genannten Werten entstehen Dilemmata: etwa zwischen der gesellschaftlichen Notwendigkeit zum Teilen von Daten einerseits und dem individuellen Streben nach informationeller Selbstbestimmung andererseits, oder auch zwischen dem Wunsch nach umfassender Transparenz und der Prämisse der Privatheit.

Umso wichtiger wird deshalb die gesellschaftliche Verständigung im Hinblick darauf, welche mit der Digitalisierung einhergehenden unvermeidbaren Eingriffe, Belastungen oder gar Schädigungen unter welchen Bedingungen zumutbar sind und wo Grenzen zu ziehen sind (vgl. auch Andreas Suchanek in diesem Band). Anderenfalls lässt sich den Unternehmen im digitalen Zeitalter eine »Verantwortung für die Auswirkungen ihres Handelns auf die Gesellschaft« (Europäische Kommission 2011) kaum sinnvoll zuschreiben. Und je unklarer die Unterscheidung zwischen notwendigen Zumutungen und unberechtigten Schädigungen im digitalen Wandel bleibt, umso schwieriger wird die Ableitung begründeter Vertrauenserwartungen an Unternehmen. In der Folge geraten nicht nur die jeweiligen Unternehmen unter Druck, sondern auch die politischen und wirtschaftlichen Ordnungen.

Der Ordnung des Spielfelds geht also die Klärung der Frage voraus, welchen Prämissen wir bei der (Neu-)Gestaltung von Ordnungen folgen bzw. wie wir das (neue) Spiel spielen wollen (von Broock 2012). Dies erfordert gesellschaftliche Aufklärungs- und Aushandlungsprozesse. Vor diesem Hintergrund stellt CDR im Sinne digitaler Diskursverantwortung die Frage, in welchem Maße sich Unternehmen in jene gesellschaftlichen Debatten mit ihrem Wissen, ihren Erwartungen an andere, aber insbesondere auch mit eigenen Angeboten einbringen. Beiträge können etwa über die Initiierung und Unterstützung von Dialogen, Leitbildprozessen oder auch die Mitarbeit in Kommissionen geleistet werden.

Vertrauensbildung verlangt dabei, über eine reine Beschreibung von Werten und Wirklichkeit hinaus Position zu konkreten Konflikten zu beziehen. Denn erst im Konflikt erweist sich der Wert von Werten bzw. die tatsächliche Haltung eines Akteurs (Kreps 1995). Und erst über klare Positionierungen wird eine Aushandlung gemeinsamer Orientierungen überhaupt möglich. Eine solche wertebasierte Positionierung liefert etwa die von der Automobilindustrie unterstützte Ethik-Kommission »Automatisiertes und Vernetztes Fahren« im Hinblick auf die algorithmisierte Verrechnung von Menschenleben (BMVI 2017). Ein weiteres Beispiel bietet der vom Bundesverband der Personalmanager initiierte Ethikbeirat HR Tech mit Blick auf die Nutzung solcher Daten, die einer willentlichen Steuerung der Betroffenen entzogen sind (Ethikbeirat HR Tech 2019).

Fazit

Wertschöpfung gründet (gerade) auch im digitalen Zeitalter auf gesellschaftlicher Zusammenarbeit. Zusammenarbeit setzt Vertrauen voraus. Vertrauen verlangt, dass sich Wertschöpfungspartner hinreichend darauf verlassen können, nicht benachteiligt zu werden. Dafür sind gemeinsame, verlässliche Orientierungen zu schaffen. Aus dieser Perspektive fokussiert CDR auf die spezifischen Beiträge, die Unternehmen zur Gestaltung solcher Orientierungen im Interesse einer Förderung digitaler Innovationen und Wertschöpfungsprozesse leisten: auf der Handlungs-, der Ordnungs- und der Diskursebene.

Im Kontext digitaler Transformation werden unternehmerische Beiträge insbesondere auf der Ordnungs- und Diskursebene immer wichtiger. Denn einerseits wächst die Wissens- und Kompetenzlücke zwischen Innovatoren und Regulatoren stetig. Insofern besteht aufseiten von Politik und Zivilgesellschaft Dialogbedarf, wie verschiedene Initiativen zeigen (z. B. BMJV 2019). Andererseits benötigen Unternehmen ihrerseits im Interesse von Investitions- und Planungssicherheit hinreichende Klarheit über die Inhalte und Grenzen ihrer Verantwortung. Dies gilt besonders für solche Technologien, deren Auswirkungen sie selbst nicht abschätzen können. Umso mehr bedarf es einer gemeinsamen Arbeit am Spielfeld. Bezogen auf das Eingangszitat lautet dabei die Prämisse: Wer Vertrauen einfordert, muss Verantwortung anbieten.

Dr. Martin von Broock ist Vorsitzender des Vorstands am Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik (WZGE). Gemeinsam mit Branchen, Unternehmen und ihren Stakeholdern entwickelt er nationale und internationale Projekte und Dialogprozesse zur gesellschaftlichen Verantwortung wirtschaftlicher Akteure. Er ist Mitglied im Beirat für Integrität und Unternehmensverantwortung der Daimler AG, im Stakeholderkreis der Initiative Chemie³ sowie im CSR-Forum der Bundesregierung. Vor seinem Eintritt ins WZGE arbeitete er mehrere Jahre in einer internationalen Kommunikations- und Politikberatung für Unternehmen und Verbände aus den Branchen Finanzen, Immobilien und Energie sowie für verschiedene Bundes- und Landesministerien. *martin.vonbroock@wcge.org*

Quellen

- AlgorithmWatch (2019). »AI Ethics Guidelines Global Inventory«. <https://algorithmwatch.org/en/project/ai-ethics-guidelines-global-inventory/> (Download 10.1.2020).
- Bertelsmann Stiftung (2019). *Der maschinelle Weg zum passenden Personal – zur Rolle algorithmischer Systeme in der Personalauswahl*. Gütersloh. www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/SNV_Robo_Recruiting_final.pdf (Download 10.1.2020).
- BMAS – Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2017). *Weißbuch Arbeiten 4.0 – Arbeiten weiter denken*. Berlin. www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a883-weissbuch.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (Download 10.1.2020).
- BMJV – Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (2019). *CDR-Initiative – eine gemeinsame Plattform*. Berlin. www.bmjbv.de/DE/Themen/FokusThemen/CDR-Initiative/_downloads/cdr_plattform.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (Download 10.1.2020).

- BMVI – Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2017). *Ethik-Kommission Automatisiertes und Vernetztes Fahren. Bericht*. Berlin. www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/DG/bericht-der-ethik-kommission.pdf?__blob=publicationFile (Download 10.1.2020).
- Broock, Martin von (2012). *Spielzüge – Spielregeln – Spielverständnis. Eine Investitionsheuristik für die soziale Ordnung*. Marburg.
- CBS (2018). »Salesforce CEO Marc Benioff calls for national privacy law. Interview mit CBS This Morning«. 16.5.2018. www.youtube.com/watch?v=FV9NY-LmrkY&app=desktop (Download 10.1.2020).
- Deutscher Bundestag/WD 10 (2019). »Zulässigkeit der Transkribierung und Auswertung von Mitschnitten der Sprachsoftware ›Alexa‹ durch Amazon. Sachstandsbericht«. www.bundestag.de/resource/blob/650728/3f72e6abc1c524961e5809002fe20f21/WD-10-032-19-pdf-data.pdf (Download 10.1.2020).
- Ethikbeirat HR Tech (2019). »Richtlinien für den verantwortungsvollen Einsatz von Künstlicher Intelligenz und weiteren digitalen Technologien in der Personalarbeit«. www.ethikbeirat-hrtech.de/wp-content/uploads/2019/09/Ethikbeirat_und_Richtlinien_Konsultationsfassung_final.pdf (Download 10.1.2020).
- Europäische Kommission (2011): Eine neue EU-Strategie (2011–14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR). <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/DE/1-2011-681-DE-F1-1.Pdf> (Download 10.1.2020).
- Europäische Kommission (2019). »Independent High-Level Expert Group on Artificial Intelligence – Ethics Guidelines for Trustworthy AI«. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=60419 (Download 10.1.2020).
- Floridi, Luciano, Josh Cowls, Monica Beltrametti, Raja Chatila, Patrice Chazerand, Virginia Dignum, Christoph Luetge, Robert Madelin, Ugo Pagallo, Francesca Rossi, Burkhard Schafer, Peggy Valcke und Efy Vayena (2018). »AI4People – An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations«. *Minds and Machines* (28) 4. 689–707. www.research.ed.ac.uk/portal/files/77587861/FloridiEtAlMM2018AI4PeopleAnEthicalFrameworkFo (Download 10.1.2020).
- Höfner, Anja, und Vivian Frick (Hrsg.) (2019). *Was Bits und Bäume verbindet. Digitalisierung nachhaltig gestalten*. München. www.santarius.de/wp-content/uploads/2019/07/Bits-Baeume_Web.pdf (Download 10.1.2020).
- Klimm, Leo (2019). »Europas Städte verbünden sich gegen Airbnb«. *Süddeutsche Zeitung* 17.10.2019. www.sueddeutsche.de/wirtschaft/airbnb-treffen-paris-muenchen-1.4643054 (Download 10.1.2020).
- Kreps, David M. (1995). »Corporate Culture and Economic Theory«. *Perspectives on positive political economy*. Hrsg. James E. Alt. Cambridge. 90–143.
- Leswing, Kif (2019). »Apple CEO Tim Cook: Technology companies need to take responsibility for chaos they create«. *CNBC* 16.6.2019. www.cnb.com/2019/06/16/apple-ceo-tim-cook-stanford-commencement-speech.html (Download 10.1.2020).
- Pandya, Jayshree (2019). »The Wild West Of Cyberspace«. *Forbes.com* 24.9.2019. www.forbes.com/sites/cognitiveworld/2019/09/24/the-wild-west-of-cyberspace/#7f91b52eb6b8 (Download 10.1.2020).
- Rawls, John (1993/2005). *Politischer Liberalismus*. Frankfurt am Main.
- SAP (2019). »Bill McDermott in Davos: ›Vertrauen beflügelt die menschliche Erfahrung««. <https://news.sap.com/germany/2019/01/mcdermott-davos-customer-experience/> (Download 10.1.2020).

- Smith, Brad (2018). »Facial Recognition Technology: The Need for Public Regulation and Corporate Responsibility«. *Microsoft Blog* 13.7.2018. <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2018/07/13/facial-recognition-technology-the-need-for-public-regulation-and-corporate-responsibility/> (Download 10.1.2020).
- Suchanek, Andreas (2015). *Unternehmensethik. In Vertrauen investieren*. Tübingen.
- The IEEE Global Initiative on Ethics of Autonomous and Intelligent Systems (2019). »From Principles to Practice«. <https://ethicsinaction.ieee.org/> (Download 10.1.2020).
- US District Court, Northern District of California (2019). »Securities and Exchange Commission vs. Facebook, Inc.«. www.sec.gov/litigation/complaints/2019/comp-pr2019-140.pdf (Download 10.1.2020).
- Woods, Tyler (2016). »Mathwashing, Facebook and the zeitgeist of data worship«. *Technical.ly Brooklyn*. <https://technical.ly/brooklyn/2016/06/08/fred-benenson-mathwashing-facebook-data-worship/> (Download 10.1.2020).
- Zuboff, Shoshana (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York.