

Digital Ethicswashing und Reporting: Braucht es ESGDigital?

Die Herausforderungen der digitalen Transformation erfassen auch das Berichtswesen. Was kann man von der Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichte der letzten Jahrzehnte lernen und welche Trends stehen am Horizont?

Von Peter Seele

Die Reporting-Welt wird von der digitalen Transformation in zweierlei Weise erfasst und zur Veränderung angeregt: Zum einen wird das Berichtswesen selbst digital. Dies umfasst das Datenmanagement wie auch das Berichtformat selbst bis hin zu maschinenlesbaren Berichten wie dem 10-K-Bericht im taxonomischen XBRL-Standard etwa für die U.S. Securities and Exchange Commission. Die zweite Seite der digitalen Transformation im Berichtswesen ist allerdings weniger entwickelt und standardisiert: Das Berichten über Herausforderungen der Digitalisierung als Inhalt des Berichtswesens entlang von anerkannten und freiwilligen ESG-Standards wie GRI oder SASB.



Auch wenn die Digitalisierung als Grosstrend noch vergleichsweise jung ist, so sind doch die ethischen Herausforderungen immens.



ESG plus Digitalisierung = ESGD

Der klassische Dreischritt der nachhaltigen Entwicklung von Mensch, Planet und Profit (triple bottom line) oder das besonders im nachhaltigen Finanzwesen etablierte Spektrum von ESG (Umwelt, Soziales, Governance) beinhaltet (noch) keine Themen, wie sie unter dem Begriff der nachhaltigen Digitalisierung verhandelt werden. Hier besteht in meinen Augen ein dringender Nachholbedarf, und zwar auf den beiden oben angesprochenen Ebenen: Standardisierung und Verrechtlichung. Auch wenn die Digitalisierung als Grosstrend noch vergleichsweise jung ist, so sind doch die ethischen Herausforderungen immens. Dies kann man auch an der Vielzahl grosser Skandale wie Datenlecks oder Cyberangriffe ablesen, die Unternehmen erschüttern und Verbraucher verunsichern. Beides ist nicht im Interesse von Unternehmen, Verbrauchern und der Volkswirtschaft im Allgemeinen. Die Themen, die bislang noch vergleichsweise unterrepräsentiert sind im Berichtswesen, lauten: Datenschutz, Privatsphäre, Datenzugang, Überwachung, Menschenrechte, Diskriminierung durch Algorithmen oder Verantwortungsfragen von automatischen Entscheidungssystemen durch künstliche Intelligenz.

Was man von der Greenwashing-Debatte lernen kann

Aus der Greenwashing-Forschung wissen wir, dass Grauzonen Greenwashing zusätzlich ermöglichen und verstärken. Für das grüne Thema Umwelt hat

sich in den letzten Jahrzehnten viel getan: Die freiwilligen und rechtlich verbindlichen Standards sind nun dominant, auch im Berichtswesen. Analog zur grünen Umweltbewegung damals kann man die Entwicklung der digitalen Transformation heute sehen. Die letzten Jahre der digitalen Transformation waren dementsprechend analog auch von der Ungestümheit und Unreguliertheit des Anfangs gekennzeichnet. Legendär die Worte des jungen Facebookgründers und heutigem Master of the Meta-Universe Mark Zuckerberg: Privacy is dead. Und: move fast and break things. Dass dabei geltendes Gesetz gebeugt und gebrochen wurde und dass dabei Versprechen der Zusicherung nicht eingehalten wurde, ist heute – auch gerichtlich – bekannt. Den First-Mover-Vorteil hatten also in einigen Fällen die aggressiven Plattformunternehmen, das Nachsehen heute haben vor allem kleine und spät digitalisierte Unternehmen, welche die Wucht der Skandale und Cyberattacken abbekommen, ohne die Pionier-Renditen erwirtschaftet oder neue Märkte durch Eroberung oder Verdrängung gewonnen zu haben – oder selbst davon betroffen sind.

Drei Vorschläge für ESGD

Die Frage lautet im Folgenden, welche Trends für das Berichtswesen sich aus dieser Gemengelage festhalten lassen:

1 Digitales Ethik-Washing: Seit 2019 gibt es erste Kommentare und Artikel zum Thema des Digitalen Ethik-Washing (oder, wenn es mehr um KI geht: Mashine-Washing). Verstanden wird darunter – analog zum Greenwashing – die irreführende Kommunikation von Massnahmen der digitalen Ethik. Dazu können Richtlinien der Selbstregulierung zählen. Auch kann man darunter die Einführung von Ethics Boards verstehen, die aber eher eine Alibifunktion einnehmen, wie sich spätestens bei der Entlassung von Mitgliedern zeigt, wenn diese etwas publizieren, was dem Unternehmen nicht genehm ist.

2 ESGD goes GRI: Um die Grauzonen der frühen Jahre zu reduzieren, wäre der nächste logische Schritt die weitere Standardisierung der Behandlung ethischer Herausforderungen des Digitalen. Einzelne Unternehmen habe bereits zusätzlich einen alleinstehenden Data Protection Report im Angebot. Dies ist in meinen Augen vorbildlich, da die Verantwortung auch zur Offenlegung bereits wahrgenommen wird. Dies betrifft insbesondere Unternehmen, die im Informations- und Kommunikationssektor aktiv sind. Für die Institutionalisierung der Standardisierung wäre es hingegen folgerichtig, wenn sich die bestehenden, auf Indikatoren basierenden Richtlinien wie GRI oder SASB ein weiteres Kapitel oder einen weiteren Substandard explizit zur digitalen Ethik mit den oben angesprochenen Themen einführen würden. Damit die digitale Sphäre auch entsprechend prominent sichtbar würde, könnte man über die Erweiterung des Akronyms nachdenken als ESGD (environment, social, governance, digital), um auch die nachhaltige Digitalisierung zu berücksichtigen.

3 Verhaltenskodex für Digitales. Neben dem Berichtswesen wäre auch eine Erweiterung der Verhaltenskodizes zu überlegen, damit nicht nur die rückblickende Perspektive des Reporting erfasst wird, sondern auch Mitarbeitende eine Richtlinie für legitimes Verhalten für Gegenwart und Zukunft erhalten.



Falls nichts geschieht, werden Freerider und Ethics-Washer belohnt, und das wäre gewiss nicht im Sinne einer Digitalisierung, die allen Unternehmen und Stakeholdern nützt.



Fazit:

Möglicher Nachteil, wie auch bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung, wäre einmal mehr der administrative Mehraufwand, den Unternehmen in der zusätzlichen Berichterstattung auf sich zu nehmen hätten. Man könnte deshalb zunächst sektorenspezifisch vorgehen. Sinn und Zweck der Übung wäre aber nicht der zusätzliche Mehraufwand, sondern die Förderung der Glaubwürdigkeit in der Unternehmenskommunikation – auch für die Herausforderungen der digitalen Transformation. Falls nämlich nichts geschieht, werden Freerider und Ethics-Washer belohnt, und das wäre gewiss nicht im Sinne einer Digitalisierung, die allen Unternehmen und Stakeholdern nützt.



PROF. PETER SEELE ist Professor für Wirtschaftsethik an der Università della Svizzera italiana in Lugano. Dort verantwortet er diverse Forschungsprojekte, unter anderem zu den Themenschwerpunkten Digitalisierung der Nachhaltigkeit und Public Affairs.