

Digitale Verantwortung nach Maß

CDR mit Hilfe der Digital Responsibility Goals®

Silke Weich, Ferdinand Ferroli und Jutta Juliane Meier

1. Digital Responsibility Goals: Messbare Verantwortung in der digitalen Welt

Die Gesellschaft befindet sich im Zeitalter der digitalen Transformation bereits seit geraumer Zeit an einem Punkt, an dem Nutzen und Risiken der Digitalisierung gegeneinander aufgewogen werden und hinterfragt wird, ob die Balance noch stimmt. Dabei verstehen wir zunehmend, was sich im Bereich Digitalisierung positiv auf unsere Lebensqualität, unsere ökonomischen Leistungen und die (nachhaltige) globale Entwicklung insgesamt auswirkt und wo die Risiken lauern, die für uns physisch, psychisch, demokratisch und wirtschaftlich eine Herausforderung darstellen (vgl. OECD 2019). Seitdem die Entwicklung und der Diskurs rund um Künstliche Intelligenz und Large Language Models mit der Veröffentlichung von ChatGPT im November 2022 (vgl. OpenAI 2022) enorm an Fahrt aufgenommen haben, stellt sich die Frage nach Chancen und Risiken noch verstärkt. Wir nehmen wahr, dass sich die Welt hinsichtlich digitaler Entwicklungen in drei Lager aufgeteilt hat: Jene, die sich aller Daten bedienen und daraus das Beste (für sich) machen. Damit meinen wir das Modell amerikanischer Großkonzerne (wohlwissend, dass die meisten unserer Daten auf US-Servern liegen und lange Zeit frei verfügbar waren). Schauen wir nach China, sehen wir ein autokratisches Datenmanagement, bei dem jeder Mensch in seinen digitalen und auch analogen Bewegungsprofilen dem Überwachungsstaat unterliegt. Und zuletzt bewegt sich bereits seit einigen Jahren als drittes Lager die Europäische Union zunehmend in Richtung Datenschutz, (Digitale) Souveränität und stärkt die Selbstbestimmung ihrer Bürger*innen.

Was mit der Datenschutzgrundverordnung im Jahr 2016 (bzw. ihrer Vorgängerin, der Datenschutzrichtlinie aus dem Jahr 1995) begann, hat sich zu einem umfassenden Katalog digitaler

Rechtsetzung und Bürger*innenrechte (vgl. Straub/Bogenstahl 2023) entwickelt, die unterschiedliche Bereiche der Digitalisierung regulieren. So steigt sowohl durch den rasanten technologischen Wandel als auch durch die zunehmende Regulierung und deren Begleiterscheinungen, die Vielfalt an Rechten, Pflichten, Risiken und Chancen für unsere digitalisierte Gesellschaft und Wirtschaft. Deshalb ist es dringend notwendig diese Komplexität auf ein verständliches Maß herunterzubrechen und für die Zivilgesellschaft sowie für Politik und Wirtschaft verständlich und zugänglich zu machen. Im vorliegenden Artikel beschreiben wir das Rahmenwerk der von Identity Valley® entwickelten Digital Responsibility Goals, mit dem wir eine Lösung anbieten, um Verantwortung in der Digitalisierung erstmals messbar und damit vergleichbar zu machen. Hiermit geben wir der Gesellschaft, den Bürger*innen sowie allen Nutzer*innen digitaler Lösungen Informationen, um informierte Entscheidungen hinsichtlich ihrer digitalen Interaktionen zu treffen. Ferner bieten wir Entwickler*innen sowie Anbieter*innen digitaler Produkte Orientierung und Handreichungen, um Vertrauenswürdigkeit von Beginn an in den Management- und Entwicklungsprozess zu integrieren.

2. Entwicklung globaler Zielbilder

Im Jahr 2015 veröffentlichten die Vereinten Nationen die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) (vgl. United Nations 2015). Diese dienen als gemeinsames Zielbild für eine weltweite soziale, nachhaltige und faire Entwicklung. Auf Basis der SDGs sollen alle Länder ihre Maßnahmen zur Verbesserung von Gesundheit, Bildung, Gleichheit sowie zur Bekämpfung von Armut, Klimawandel und Konflikten ausrichten und entsprechend dokumentieren. Im Zeitraum 2012-2015, in dem das Zielbild der SDGs entwickelt wurde, spielte eine verantwortungsvolle Digitalisierung noch keine zentrale Rolle, weshalb es kaum Bestrebungen für einen solchen Ansatz im digitalen Raum gab.

Das Füllen dieser Lücke wurde jedoch in der zweiten Hälfte der 2010er Jahre immer notwendiger, was spätestens seit dem Cambridge Analytica Skandal 2016 (vgl. BfDI 2018) auch für eine breitere Öffentlichkeit offensichtlich wurde. Somit waren die SDGs von 2019 bis 2021 für uns Inspiration und bewährte Best Practice zur Entwicklung des Rahmenwerks für digitale Verantwortung, den Digital Responsibility Goals (DRGs). Wir leisten hiermit einen Beitrag zu einem dringend notwendigen Paradigmenwechsel, der eine mensch- und planetzentrierte Digitalisierung fördert und befähigt. Dabei sollen der Mensch und seine Bedürfnisse stets im Mittelpunkt stehen,

während Organisationen und Unternehmen einen verantwortungsvollen Umgang mit ihrer Digitalisierung unter Beweis stellen können.

Ein verwandter Ansatz ist das Unternehmenskonzept der Corporate Social Responsibility (CSR) (vgl. Czechowski 2024). Unternehmen übernehmen hierbei bisher überwiegend freiwillige Leistungen, die soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte ihres Handelns betreffen und häufig über gesetzliche Forderungen hinausgehen. Seit 2024 wird die CSR-Berichtspflicht für börsennotierte Unternehmen mit über 500 Beschäftigten durch die Corporate Sustainability Directive (CSRD) ausgeweitet, sodass mehr Unternehmen betroffen sind, darunter auch kleinere und nicht kapitalmarktorientierte Unternehmen, abhängig von bestimmten Kriterien wie Bilanzsumme, Umsatzerlösen und Mitarbeiterzahl. Durch dynamische Entwicklungen am Markt, wie verstärkte Öffentlichkeitsarbeit, Transparenz und Verbraucher*innenaufklärung, wird CSR aber zunehmend zu einem integralen Bestandteil strategischer Planungen in vielen Unternehmen. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei die Wahrung der Authentizität. Immer wieder kommt es vor, dass Unternehmen sich zur Aufwertung ihrer Reputation oder im Zuge einer verbesserten Marketingstrategie sozial verträgliche Images verschaffen, die nicht der Realität entsprechen oder häufig nicht transparent nachvollziehbar sind (Greenwashing oder Bluewashing). So stellen solche Werterahmen ohne messbare Vergleichsgrößen oft eine große Herausforderung für Verbraucher*innen dar, da diese häufig nicht wissen, ob sie sich auf eine spezifische Aussage eines Unternehmens bezüglich dessen sozialen und nachhaltigen Engagements und Managements verlassen können.

Je transparenter und authentischer Unternehmen und Organisationen also auftreten und je offener sie für ihre Zielgruppen, Stakeholder und sonstige Interessierte sind, desto glaubwürdiger stellen sich auch ihre Werte und ethischen Grundsätze dar. Doch was haben Unternehmen und Organisationen am Ende davon, wenn sie Ressourcen in CSR-Maßnahmen stecken? Die Antwort auf diese Frage ist grundsätzlich ermutigend, denn die Forschung hat gezeigt, dass CSR zu mehr Stabilität in Krisenzeiten (vgl. Lins et al. 2015) sowie zu besserer wirtschaftlicher Performance führen (vgl. Chernev/Blair 2015).

Die Frage nach dem Nutzen von Rahmenwerken stellt sich nun auch hinsichtlich der Implementierung digital-ethischer Grundsätze in der Unternehmenspraxis, wo der Ansatz der Corporate Digital Responsibility (CDR) in Unternehmen zunehmend an Bedeutung gewinnt. Auch hier kann man davon ausgehen, dass CDR positive Effekte erzielen kann. Bereits im Jahr 2022 gaben in einer Studie zur unternehmerischen Verantwortung im digitalen Zeitalter 80% der Befragten an, dass

Corporate Digital Responsibility für den Unternehmenserfolg eine wichtige Rolle spielen werde (vgl. Deloitte 2022).

3. Digital Responsibility Goals

Durch die rasant zunehmende Digitalisierung ist es eine große Herausforderung für die Gesellschaft, Schritt zu halten und zu jedem Zeitpunkt ausreichend informiert zu sein, sodass die digitalen Möglichkeiten souverän und auf vertrauenswürdiger Basis genutzt werden können. So hat der D21-Digital-Index 2023/2024 gezeigt, dass mehr als die Hälfte der Gesellschaft der Digitalisierung skeptisch gegenübersteht und sich nur etwas weniger als die Hälfte eher offen bis optimistisch äußert (vgl. Initiative D21 e. V. 2024; eGovernment 2024). Mit diesen gesellschaftlichen Zweifeln hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit digitaler Anwendungen gewinnt für Unternehmen nicht nur ein Nachweis digital verantwortungsvollen Handelns an Bedeutung, sondern auch die Beweisführung, dass ihre Produkte nicht schädlich für ihre Anwender*innen, deren Umfeld sowie unsere Umwelt und somit für unsere Gesellschaft und Demokratie sind.

Ziel muss also sein, das Interesse der Gesellschaft an den Herausforderungen des digitalen Wandels zu wecken und ihr Vertrauen durch Nachvollziehbarkeit und Transparenz zu gewinnen. Dies setzt ein Mindestmaß an Verständnis für digitale Anwendungen und Produkte voraus, jedoch kann nicht erwartet werden, dass jede*r Nutzer*in sich vollumfänglich mit den technischen Hintergründen eines digitalen Produktes auseinandersetzen kann und will. Schließlich setzen sich Autofahrer*innen auch in ein Fahrzeug und vertrauen den Herstellern, dass alles funktioniert und sie damit sicher ans Ziel gelangen. Wohl wissend, dass in der Produktentwicklung insbesondere sicherheitsrelevante Kriterien und Standards nachweislich befolgt werden müssen und während des Betriebes strenge, wiederkehrende Kontrollmechanismen, wie der TÜV, kontinuierlich sicherheitsrelevante Kriterien nachverfolgen.

Der Ansatz der Digital Responsibility Goals trägt dazu bei, Corporate Digital Responsibility für Konsument*innen verständlich zu machen, indem verantwortungsvolles digitales Verhalten erstmals messbar und somit nachvollziehbar und vergleichbar wird. Auf diese Weise können Organisationen und Unternehmen nicht nur ihre (vertrauenswürdigen) digitalen Handlungsweisen besser „vermarkten“, sondern werden im direkten Vergleich mit anderen Organisationen dazu angespornt, sich mit Wettbewerbern z. B. in einem Digital Responsibility Ranking zu vergleichen.

Dies könnte sowohl dazu beitragen, Anreize für ein besseres digitales Ökosystem zu schaffen, als auch der europäischen Digitalwirtschaft einen Wettbewerbsvorteil durch den Unique Selling Point (USP) der digitalen Verantwortung verschaffen.

4. Vertrauen durch Orientierung und Vergleichbarkeit

Wie sieht dieser Ansatz nun konkret aus? Das DRG Rahmenwerk wurde in 2021 in Zusammenarbeit mit einem Expert*innengremium aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft entwickelt und im Juni 2021 erstmals im Rahmen einer Veranstaltung mit Vertreterinnen aus Industrie, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Mitgliedern des Europäischen Parlaments in Brüssel der Öffentlichkeit vorgestellt. Es besteht aus sieben Zielen DRG#1 Digitale Kompetenz, DRG#2 Cybersicherheit, DRG#3 Privatsphäre, DRG#4 Daten Fairness, DRG#5 Vertrauenswürdige Algorithmen, DRG#6 Transparenz sowie DRG#7 Menschliche Verantwortung & Identität.

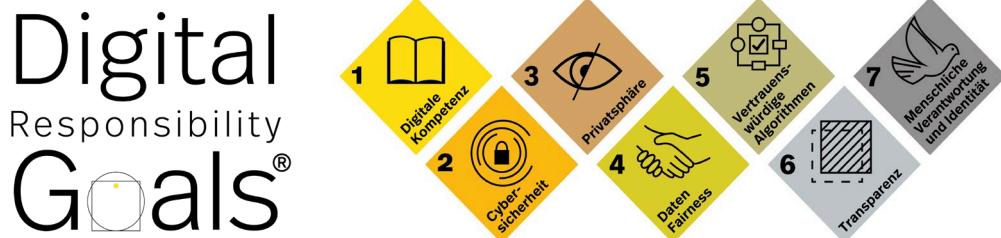


ABBILDUNG 1: DIGITAL RESPONSIBILITY GOALS®
(QUELLE: IDENTITY VALLEY® 2022)

Jedes DRG steht für eine klare Botschaft, bei der grundsätzlich der Mensch im Mittelpunkt steht:

- DRG#1 – Digitale Kompetenz steht für einen freien und informierten Zugang zu digitalen Dienstleistungen und Infrastruktur sowie einen souveränen und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Technologien.
- DRG#2 – Cybersicherheit steht für sichere Technologien zur Vorbeugung gegen Kompro-mittierung und Manipulation und den Schutz von persönlichen Daten.
- DRG#3 – Privatsphäre steht für den Schutz der Menschenwürde, Nutzer*innen haben per-sönliche Kontrolle über ihre Daten, mit welchen zweckgebunden und sparsam umgegangen wird.
- DRG#4 – Daten Fairness steht für den Schutz auch nicht personenbezogener Daten sowie den Austausch und die Anwendbarkeit von Daten zwischen Akteuren in Datenökosystemen.
- DRG#5 – Vertrauenswürdige Algorithmen stehen für eine nachvollziehbare, überprüfbare und faire Verarbeitung erhobener Daten. Dies ist Grundvoraussetzung für eine vertrauens-würdige KI.
- DRG#6 – Transparenz steht für die Offenlegung aller Prinzipien, die Produkten, Dienstleis-tungen und Prozessen digitaler Lösungen und deren Komponenten zugrunde liegen.
- DRG#7 – Menschliche Verantwortung & Identität steht für den Schutz der menschlichen Identität, die menschliche Verantwortung bei der Entwicklung. Digitale Lösungen werden mensch-zentriert, nachhaltig und unter menschlicher Aufsicht entwickelt.

Die DRGs setzen sich im Prinzip aus jeweils drei Ebenen zusammen. Die obere Ebene ist das sichtbare Ziel, welches das DRG-Leitbild darstellt. Jedes Ziel steht dabei für eine zu verbessernde digitale Dimension und ihre Komplexität wird in einem Symbol zusammengefasst. Diese Ebene dient der gesamtgesellschaftlichen Orientierung für Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft. Die zweite Ebene bilden die DRG-Leitkriterien. Diese geben Handlungsanweisungen für vertrauens-volles Agieren im digitalen Raum. Dies dient der Orientierung für Unternehmen, Forschung und Verwaltung. Die dritte Ebene ist die der DRG-Leitindikatoren, mithilfe derer bewertet werden kann, inwieweit eine bestimmte technische Anwendung oder ein Organisationsprozess die Leit-kriterien erfüllt. Auf Basis der Leitindikatoren kann eine Quantifizierung und ein Vergleich von verantwortungsvollem Handeln erfolgen. Hiermit wird Information für Verbraucher*innen, Nut-zer*innen und den Markt gegeben.

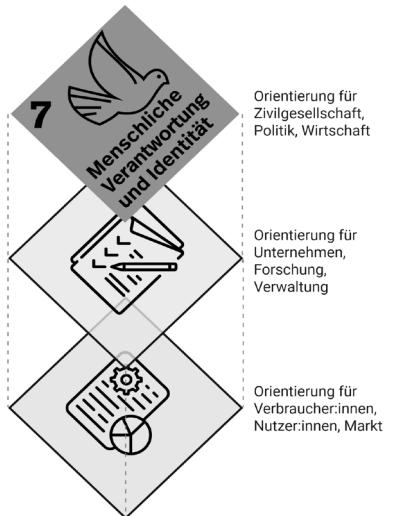


ABBILDUNG 2: AUFBAU DER DRGS (QUELLE: IDENTITY VALLEY® 2024A)

Jedes DRG-Leitbild wird durch fünf Leitkriterien gestützt, die beschreiben, welche Voraussetzungen erforderlich sind, um den jeweiligen Digital Responsibility Goals zu entsprechen. Die DRG-Leitkriterien dienen somit bereits in der Konzeptionsphase als Leitfaden, um eine vertrauenswürdige Digitalisierung von Anfang an in die Planung zu integrieren. Dies ist entsprechend auch für kleine und mittlere Unternehmen von Vorteil, die möglicherweise nicht über ausreichende Ressourcen verfügen, um digitale Verantwortung umzusetzen.

Um geeignete, messbare Indikatoren für die dritte Ebene zu identifizieren und auf ihre Tauglichkeit zu überprüfen, haben wir in 2024 ein prototypisches Assessment entwickelt. Dabei werden auf Basis der DRG-Leitkriterien Messindikatoren bestimmt, mit denen digital verantwortungsvolles Handeln mess- und überprüfbar gemacht wird. Mithilfe eines detaillierten Fragenkatalogs wird die konkrete Umsetzung von spezifischen Leitkriterien abgefragt (z. B. die Umsetzung digitaler Barrierefreiheit) und systematisch bewertet.

Da für jedes DRG diverse Kriterien abgefragt werden, kann die Bewertung sehr differenziert ausfallen. So kann beispielsweise bei DRG#2 Cybersicherheit eine hohe Punktzahl erreicht werden, wenn ein Unternehmen nach ISO 27001 zertifiziert ist, über einen Sicherheitsexperten im

Team verfügt, regelmäßige Penetrationstests durchführt und einen Incident-Response-Plan besitzt. Gleichzeitig könnte ein Unternehmen z. B. bei DRG#7 Menschliche Verantwortung & Identität schlechter abschneiden, wenn die sozialen und ökologischen Folgen der Unternehmensprozesse nicht berücksichtigt werden, Nachhaltigkeit und Klimaschutz nicht Teil des Geschäftsplans sind und Entscheidungen getroffen werden, die Einfluss auf Familienleben, Gesundheit, Arbeitsplatz, Finanzen oder Identität der Nutzer*innen haben.

Ziel ist es die jeweiligen Ergebnisse der Evaluierung in einem Digital Responsibility Score (Abbildung 3) wiederzugeben, der schließlich Orientierung geben soll. Diese detaillierte und differenzierte Bewertung der einzelnen DRGs ermöglicht es Nutzer*innen, zu entscheiden, welche Ziele digitaler Verantwortung, für sie prioritär sind und in welchen Bereichen sie ein besonders hohes Bewertungsergebnis vorziehen, bevor sie sich für ein digitales Produkt oder die Dienste eines Unternehmens entscheiden. Ferner erhalten Unternehmen und Organisationen auf diese Weise Orientierung, wo gerade ihre Stärken in der digitalen Verantwortung liegen und wo ggf. noch Raum für Verbesserung ist.

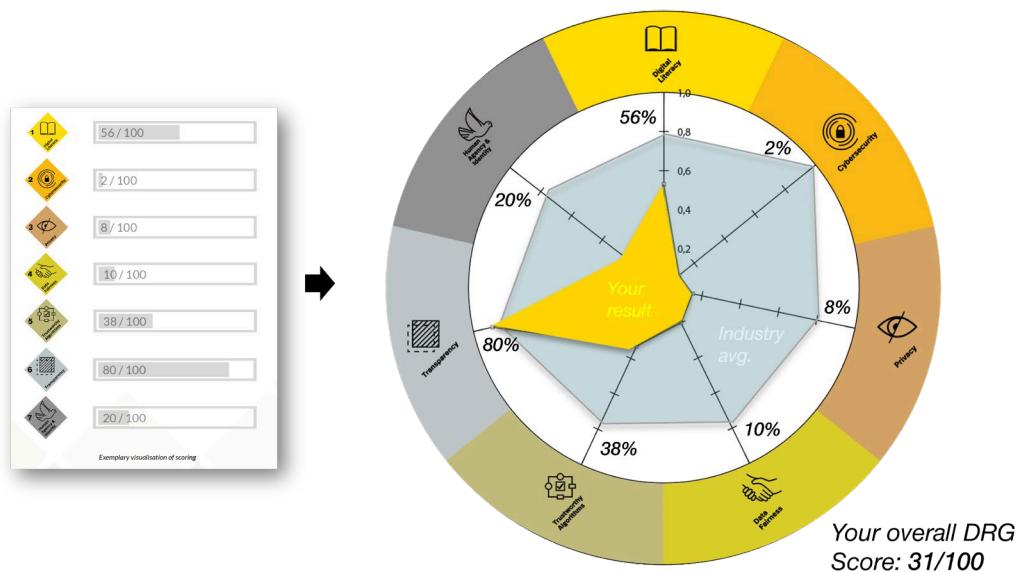


ABBILDUNG 3: BEISPIEL EINES DIFFERENZIERTEN DIGITAL RESPONSIBILITY SCORE (QUELLE: IDENTITY VALLEY® 2024B)

Die Messung und Bewertung der digitalen Verantwortung anhand der DRGs wird begleitet von entsprechenden Handlungsempfehlungen zur Verbesserung digitaler Abläufe in Organisationen und Unternehmen. Durch die Erstellung eines (sektorspezifischen) Rankings von bewerteten Organisationen im Rahmen eines Digital Responsibility Goals-Index (DRG-Index, Abbildung 4) kann in der Folge erreicht werden, dass Organisationen oder Unternehmen mit einer hohen Bewertung für ihr Produkt/Unternehmen werben können. Jene mit Verbesserungspotential werden hingegen motiviert ihre Ergebnisse zu modifizieren und erhalten hierzu entsprechende Handlungsempfehlungen. Das hat den Nebeneffekt, dass das allgemeine Niveau auf der Makroebene digitaler Verantwortung angehoben wird.

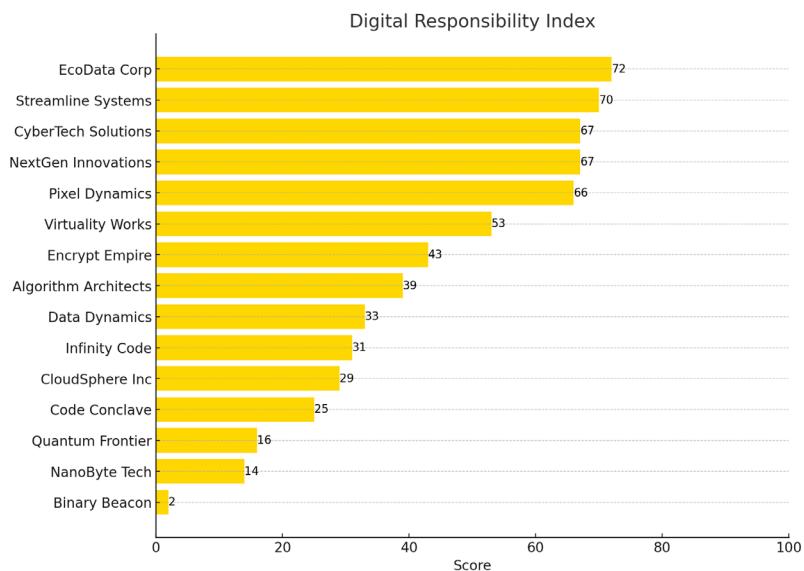


ABBILDUNG 4: FIKTIVES RANKING VON UNTERNEHMEN IM RAHMEN EINES DRG-INDEX (QUELLE: IDENTITY VALLEY® 2024C)

5. Erprobung der Digital Responsibility Goals

Wir erforschen die Umsetzung des DRG-Rahmenwerks seit 2022 als Konsortialpartner in zwei unterschiedlichen Forschungsprojekten. Im vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz geförderten Gaia-X Projekt TEAM-X¹ (Trusted Ecosystems of Applied Medical Data Exchange) geht es um die Nutzung und Weiterverarbeitung von Patient*innendaten im Primärdatenmarkt (Verarbeitung von Daten im Sinne der Patient*innenheilung) und Sekundärdatenmarkt (Bereitstellung von Daten für Forschung, Entwicklung, Lehre). Gaia-X ist eine gemeinsame Initiative verschiedener europäischer Länder mit dem Ziel, eine föderierte und sichere Dateninfrastruktur für Europa aufzubauen. Ein europäisches Ökosystem für den Datenaustausch in einer vertrauenswürdigen Umgebung soll dabei die digitale Souveränität der Bürger*innen garantieren, verschiedene Datenökosysteme miteinander verbinden und die europäische Datenwirtschaft der Zukunft stärken. Im Rahmen von Gaia-X werden diverse Projekte unterschiedlicher Domänen gefördert. Darunter auch TEAM-X, dessen Ziel es ist, eine technische Lösung zu entwickeln, die Patient*innen ermöglicht, selbstbestimmt ihre Gesundheitsdaten zu verwalten und zu entscheiden, wer darauf Zugriff haben darf. Im weiteren Schritt wird die Schnittstelle einen vertrauenswürdigen Datenraum hergestellt, um Daten im Rahmen eines Datenökosystems interoperabel zu machen und sie entsprechend für Forschung, Entwicklung und Lehre zur Verfügung stellen zu können. Im Rahmen des Projektes werden die DRGs entlang der Entwicklung digitaler Lösungen vom Design bis zur Implementierung erprobt und es werden Handlungsanweisungen für eine vertrauenswürdige Entwicklung erarbeitet.

Im Zentrum des Datenökosystems stehen die Patient*innen, die selbstbestimmt über ihre Daten verfügen und ausreichend informiert werden, um zu entscheiden, mit wem sie ihre Daten teilen. Die behandelnden Institutionen erhalten ausreichend Daten, um Patient*innen die bestmögliche Therapie zu ermöglichen, indem sie auch auf Erfahrungswerte aus einem Datenökosystem zurückgreifen können. Je mehr Menschen bereit sind, ihre Daten für Wissenschaft und Lehre bereit zu stellen, desto präziser können Krankheitsbilder erforscht und zielgerichtete Therapieansätze ausgearbeitet werden. Dies bietet enorme Vorteile für die Gesellschaft in gesundheitlicher und ökonomischer Hinsicht. Basis hierfür ist grundsätzlich ein vertrauenswürdiges System, in dem sich Individuen zu jeder Zeit sicher fühlen. Diesen Ansatz will Team-X weiter ausbauen und die DRGs bieten das Rahmenwerk für eine vertrauenswürdige Konzeption, Umsetzung und den Betrieb digitaler Lösungen (siehe Abbildung 5). Im Rahmen eines

¹ Weitere Informationen unter: <https://project-team-x.eu/>.

Accelerator-Programmes fördert TEAM-X kleine und mittlere Unternehmen sowie Start-ups mit innovativen Ideen im Bereich der digitalen Gesundheitsverbesserung. Zudem erhielt das TEAM-X in 2022 die Auszeichnung für den Innovationspreis Reallabore für digitale Kompetenz des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (vgl. Kommhaus 2022).

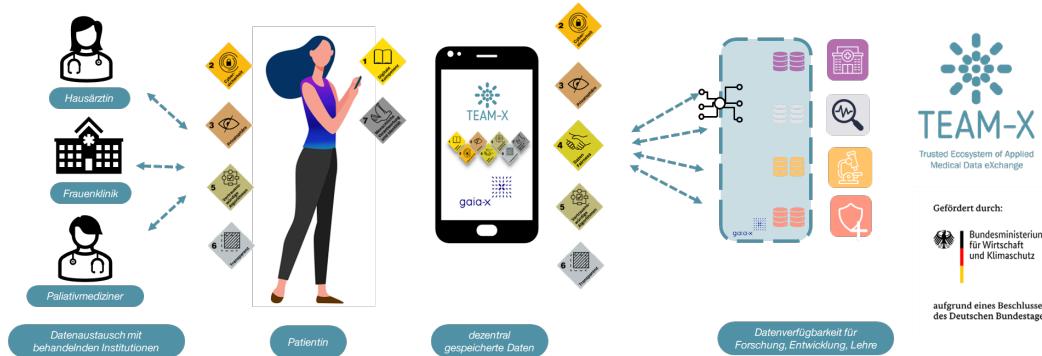


ABBILDUNG 5: DRGS AUF DER PATIENT*INNENREISE IM GESUNDHEITSDATENÖKOSYSTEM VON TEAM-X
(QUELLE: TEAM-X 2022)

Im einem weiteren, von der EU im Rahmen des Forschungsprogramms Horizon Europe geförderten Projekt, wird aktuell das Forschungsprojekt DRG4Food² realisiert, in dem die DRGs als Basis für die vertrauenswürdige Entwicklung technischer Lösungen entlang der gesamten Lebensmittelkette erprobt werden – von der Produktion über die Verarbeitung und Vermarktung bis hin zum Verbrauch. Ziel ist es, einen Beitrag zu einem nachhaltigeren und digital vertrauenswürdigeren datengetriebenen Lebensmittelsystem in Europa zu leisten und hierfür entsprechende Policy-Leitlinien, Toolboxen etc. zur Verfügung zu stellen. Abbildung 6 gibt einen Überblick über diverse Anwendungsbeispiele im Rahmen des DRG4Food Projekts.

² Weitere Informationen unter: <https://drg4food.org>.



Funded by
the European Union

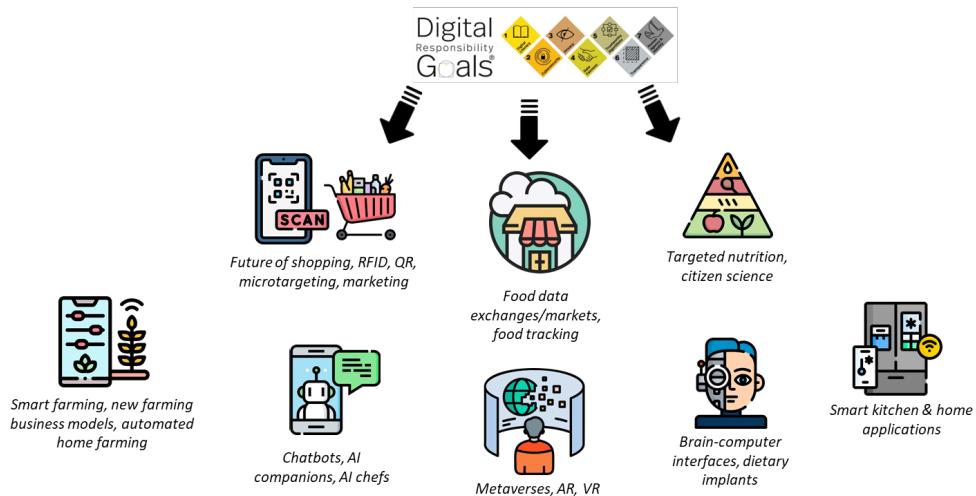


ABBILDUNG 6: DRG4FOOD – BEISPIELHAFTE ANWENDUNGEN
(QUELLE: DRG4FOOD 2024)

Diese Projektforschung bietet Identity Valley als noch junge gemeinnützige Organisation eine effektive Möglichkeit, die DRGs umfangreich und auf europäischer Ebene unter realen technologischen Bedingungen zu testen, um zukunftsweisende Ergebnisse im Sinne einer mensch-orientierten digitalen Zukunft zu erzielen. Im Rahmen eines im Projekt DRG4Food integrierten Accelerator-Wettbewerbs werden dafür Unternehmen gefördert, die praxisorientierte digitale Anwendungen für den Lebensmittelsektor entwickeln, wobei die DRGs im gesamten Entwicklungszyklus Berücksichtigung finden.

Ein Beispiel hierfür ist die Entwicklung einer KI-gesteuerten Anwendung für Kinder, die durch interaktives Lernen deren Digitalkompetenz fördert und eine gesündere Ernährung unterstützt. Ein weiteres Projekt widmet sich der Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln von der Er-

zeugung bis zum Verbrauch, um eine engere Verbindung zwischen Hersteller*innen und Verbraucher*innen zu schaffen. Durch die Integration der DRGs von der Produktentwicklung bis zur Implementierung, wird bei den digitalen Anwendungen „Trust by Design“ realisiert. Dies minimiert technologische Risiken von Anfang an, steigert das Vertrauen der Verbraucher*innen und trägt letztlich zum nachhaltigeren wirtschaftlichen Erfolg bei.

6. Monitoring mit Hilfe des DRG-Rahmenwerks

Mit den Digital Responsibility Goals stellen wir ein normatives Rahmenwerk für die Messung digitaler Verantwortung in Unternehmen dar, das einfach nachvollziehbar und anwendbar als Grundlage für Monitoring-Anwendungen zur Überprüfung, Messung und Darstellung digitaler Verantwortung dient. Das hilft Unternehmen und Organisationen nicht nur die steigenden Rechte, Pflichten, Chancen und Risiken im digitalen Raum zu überblicken. Sie haben ferner die Möglichkeit sich am Markt zu vergleichen und digitale Verantwortung und Vertrauenswürdigkeit als besonderes Merkmal ihres unternehmerischen Handelns darzustellen. Zudem werden auf diese Weise Nutzer*innen über die digitale Vertrauenswürdigkeit von Unternehmen aufklärt und sind somit ausreichend informiert, um entscheiden zu können, welche digitale Anwendung, bzw. digitalen Services sie bevorzugen. Durch ein Zusammenspiel all dieser Faktoren, können die DRGs dazu beitragen, ein insgesamt vertrauenswürdiges digitales Ökosystem zu unterstützen, das das menschliche Wohlergehen in den Mittelpunkt stellt.

Literaturverzeichnis

- BfDI (2018): Die richtigen Lehren aus dem Facebook-Skandal ziehen, URL: https://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2018/03_Facebook.html (aufgerufen am 23/10/2024).
- Chernev, A. / Blair, S. (2015): Doing Well by Doing Good: The Benevolent Halo of Corporate Social Responsibility, in: Journal of Consumer Research, Vol. 41 / No. 6, 1412–1425.
- Czechowski, P. (2024): CSR 6 – Erste Schritte für Unternehmen, Institut für Managementberatung, URL: <https://ifm-business.de/aktuelles/business-news/csr-6-erste-schritte-fuer-unternehmen.html> (aufgerufen am: 31/08/2024).

- Deloitte (2022): Corporate Digital Responsibility Survey 2022: Unternehmerische Verantwortung im digitalen Zeitalter, URL: <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/innovation/contents/corporate-digital-responsibility.html> (aufgerufen am: 31/08/2024).
- DRG4FOOD (2024): Home, URL: <https://drg4food.eu/> (aufgerufen am: 30/10/2024).
- eGovernment (2024): Studie: Gesellschaft steht Digitalisierung skeptischer gegenüber, URL: <https://www.egovernment.de/studie-gesellschaft-steht-digitalisierung-skeptischer-gegenueber-a-89c494753be0440f964ab85e7fd11ad3/> (aufgerufen am: 31/08/2024).
- Identity Valley® (2022): Digital Responsibility Goals, URL: <https://identityvalley.eu/de/drg> (aufgerufen am 23/10/2024).
- (2024a): WIE funktionieren die DRGs?, URL: <https://identityvalley.eu/de/drg> (aufgerufen am 23/10/2024).
 - (2024b): Digital Responsibility Goals, URL: <https://identityvalley.eu/de/drg> (aufgerufen am 23/10/2024).
 - (2024c): Digital Responsibility Goals, URL: <https://identityvalley.eu/de/drg> (aufgerufen am 23/10/2024).
- Initiative D21 e. V. (2024): D21-Digital-Index 2023/2024, URL: https://initiatived21.de/uploads/03_Studien-Publikationen/D21-Digital-Index/2023-24/d21digitalindex_20232024.pdf (aufgerufen am: 31/08/2024).
- Kommhaus (2022): Innovationspreis Reallabore 2022 geht an Forschungsprojekt für digitale Kompetenz, URL: <https://newsroom.kommhaus.com/innovationspreis-reallabore-2022-geht-an-forschungsprojekt-fuer-digitale-kompetenz/> (aufgerufen am 23/10/2024).
- Lins, K. V. / Servaes, H. / Tamayo, A. (2015): Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis, URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2555863 (aufgerufen am: 31/08/2024).
- OECD (2019): How's Life in the Digital Age? Opportunities and Risks of the Digital Transformation for People's Well-being, OECD Publishing, Paris, URL: <https://doi.org/10.1787/97892-64311800-en> (aufgerufen am: 31/08/2024).
- OpenAI (2022), Introducing ChatGPT, URL: <https://openai.com/index/chatgpt/> (aufgerufen am: 31/08/2024).
- Straub, S. / Bogenstahl, C. (2023): Die aktuelle EU-Gesetzgebung im Bereich Digitalisierung und Datenwirtschaft, URL: https://www.iit-berlin.de/wp-content/uploads/2023/03/EU-Gesetzgebung_Digitalisierung-und-Datenwirtschaft_2023_iit.pdf (aufgerufen am: 31/08/2024).
- Team-X (2022): Was macht Team-X? URL: <https://project-team-x.eu/> (aufgerufen am 23/10/2024).
- United Nations (2015): Sustainable Development Goals, URL: <https://sdgs.un.org/goals> (aufgerufen am: 31/08/2024).