

Antrag 34/I/2022**KDV Tempelhof-Schöneberg****Der Landesparteitag möge beschließen:****Empfehlung der Antragskommission****Überweisen an: FA VII - Wirtschaft und Arbeit, Forum
Netzpolitik (Konsens)****Ein Gesetz für mehr Unternehmenstransparenz im digitalen Raum**

1 Digitalunternehmen, also Unternehmen wie Online-
2 Plattformen oder Soziale Medien, wie sie im europäischen
3 Gesetz über digitale Dienste definiert sind, unterliegen
4 bisher nur wenigen Transparenzpflichten über ihre
5 Arbeit. Aus diesem Grund fordern wir die sozialdemokra-
6 tischen Mitglieder des Bundestages sowie die Mitglieder
7 der S&D Fraktion des Europäischen Parlaments dazu
8 auf, neue Berichtspflichten für Digitalunternehmen zu
9 schaffen. Diese neuen Berichtspflichten sollen schon
10 bestehende Berichtspflichten in der DSGVO oder den
11 neuen europäischen Gesetzen über digitale Dienste und
12 Märkte ergänzen und weiter ausbauen. Um insbeson-
13 dere Start-ups sowie kleine und mittlere Unternehmen
14 nicht zusätzlich zu belasten, sollen diese von den neuen
15 Regelungen ausgenommen werden.

16

17 Im Einzelnen fordern wir:

- 18 • Die europäische *Corporate Social Responsibility (CSR)*
19 Richtlinie muss um die Herausforderungen der Di-
20 gitalisierung ergänzt werden. Durch Aufnahmen
21 von *Corporate Digital Responsibility (CDR)* - Krite-
22 rien wollen wir für Digitalunternehmen neue Be-
23 richtspflichten zu ihrer Arbeit im digitalen Raum
24 schaffen. Diese neuen Berichtspflichten sollen sich
25 an den schon bestehenden Nachhaltigkeitsberichts-
26 pflichten orientieren. So sollen zukünftig mehr In-
27 formationen über die Arbeit dieser Unternehmen
28 der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Di-
29 gitalunternehmen sollten unter anderem darüber
30 berichten, was sie für Verbraucherdaten sammeln,
31 unter welchen Bedingungen ihre KI-Systeme funk-
32 tionieren, wie divers ihre Entwicklungsteams sind
33 oder welche Schulungsangebote sie zu diesen The-
34 men für Mitarbeitende anbieten. Neben den Be-
35 richten sollten Digitalunternehmen auch etwaige
36 Daten zur Verfügung stellen, damit die Berichte
37 durch externe und unabhängige Dritte verifiziert
38 werden können. Sollten die Berichte Mängel der Un-
39 ternehmen in Bezug auf die Einhaltung der Berichts-
40 pflichten aufweisen, müssen diese zeitnah abge-
41 stellt werden. Nicht einhalten der Berichtspflichten
42 oder Nicht-Abstellung von Mängeln muss streng
43 sanktioniert werden.
- 44 • Weiterhin müssen Digitalunternehmen interne Be-
45 auftragte ernennen, die Externen als Ansprechper-
46 son fungieren und die Berichtspflichten im Unter-
47 nehmen durchsetzen und überwachen.
- 48 • Digitalunternehmen müssen darüber hinaus im Zu-

49 ge der neuen Regelung auch dazu verpflichtet werden,
50 bei der Einführung und Entwicklung neuer digitaler
51 Dienste und Produkte eine sogenannte Folgenabschätzung
52 durchzuführen. In diesem Bericht sollten die Tragweite
53 und mögliche entstehende Auswirkungen der neuen
54 digitalen Dienste und Produkte auf die Gesellschaft
55 analysiert werden. Die Folgenabschätzungen müssen
56 öffentlich zugänglich und überprüfbar sein sowie
57 Maßnahmen enthalten, wie potenzielle negative
58 Auswirkungen neuer digitaler Dienste und Produkte
59 vermindert werden können.
60

61

62

63 **Begründung**

64 Für uns Sozialdemokrat*innen ist klar, dass Unternehmen
65 eine große gesellschaftliche Verantwortung tragen. Dieser
66 Verantwortung können Unternehmen aber nur gerecht
67 werden, wenn sie auch transparent agieren und
68 Informationen der Öffentlichkeit preisgeben. Nur so ist
69 es Beobachtenden möglich, Rückschlüsse auf das Handeln
70 von Unternehmen zu ziehen. So gibt es bisher zum
71 Beispiel kaum öffentlich verfügbare Informationen über
72 den genauen Aufbau von Lieferketten von Unternehmen.
73 Oftmals werden Produkte und Dienstleistungen entlang
74 der Lieferkette unter sehr schlechten Arbeitsbedingungen
75 produziert, der Schutz von Arbeitnehmenden nicht
76 eingehalten oder Schadstoffe in Luft und Umwelt
77 entladen. Unternehmen beuten dabei immer wieder
78 Mensch und Umwelt für ihre Gewinne aus. Begünstigt
79 wird dieses kapitalistische Verhalten, da kaum
80 Transparenzpflichten für Unternehmen bestehen.
81 So können diese im Verborgenen tun und lassen,
82 was sie wollen, ohne große Konsequenzen für ihr
83 Handeln zu spüren. Die Europäische Kommission
84 will sich dieser Problematik mit einer neuen sogenannten
85 "Corporate Social Responsibility" (CSR) Richtlinie
86 annehmen. CSR steht dabei für eine soziale
87 Verantwortung, die Unternehmen in Bezug auf die
88 Gesellschaft und Umwelt haben. Dabei geht es
89 primär darum, dass große sowie kapitalmarktorientierte
90 kleine und mittelständige Unternehmen in jährlichen
91 CSR-Berichten über konkrete Maßnahmen berichten
92 müssen, die sie ergreifen, um die europäischen
93 Nachhaltigkeitsziele einzuhalten. Dabei müssen
94 auch eine Vielzahl von Informationen (z.B. Informationen
95 über vorhandenes Intellektuelles,- Human-, Soziales
96 und Beziehungskapital im Unternehmen, Informationen
97 über die strategischen Nachhaltigkeitsziele des
98 Unternehmens sowie Informationen über die
99 unternehmerischen Maßnahmen zur Einhaltung
100 des Pariser Klimaabkommens) der Öffentlichkeit
101 bereitgestellt werden. Dies soll auch der Politik
ermöglichen, Maßnahmen einzuleiten, wenn
Unternehmen nicht genug zum Erreichen der
Nachhaltigkeitsziele beitragen. Dieser Ansatz stellt
zwar einen guten An-

102 fang dar, um gesellschaftliche Verantwortungsübernah-
103 me von Unternehmen einzufordern und diese auch zu be-
104 obachten, doch zeigt sich insbesondere durch die Corona-
105 Pandemie und die damit einhergehende schnell voran-
106 schreitenden Digitalisierung aller Lebensbereiche, dass
107 ein bloßer Blick auf die ökologisch-nachhaltige Transfor-
108 mation nicht ausreichend ist. Vielmehr stellt der auf Basis
109 des Hyperkapitalismus betriebene digitale Wandel unsere
110 Gesellschaft vor neue große Herausforderungen.

111

112 Die Digitalisierung stellt Gesellschaft und Unternehmen 113 vor große Herausforderungen

114 So werden durch digital-agierende Unternehmen immer
115 mehr persönliche Daten der Nutzenden gesammelt, oh-
116 ne das es effektive Möglichkeiten gibt, dies zu unterbin-
117 den. Auf Basis dieser Daten werden Persönlichkeits- und
118 Emotionsprofile erstellt, um zielgerichtete Werbung an-
119 zuzeigen und dadurch die Nutzenden zu Käufen zu ani-
120 mieren. Datenschutz und Datensicherheit spielen dabei
121 für die wenigsten Unternehmen eine wichtige Rolle, wie
122 die immer öfter auftretenden Leaks von sensiblen Daten
123 zeigen. Neben dem Einsatz von Daten im Rahmen von
124 personenbezogener Werbung werden diese auch zur Ent-
125 wicklung von neuen Systemen Künstlicher Intelligenz ein-
126 gesetzt. Zwar bergen diese Systeme einige Vorteile für
127 Unternehmen, aber auch hier können die sozialen Kos-
128 ten sehr hoch sein. Zum Beispiel replizieren diese Systeme
129 häufig diskriminierende und klassifizierende Verhaltens-
130 muster. So zeigte die Kindergeld-Affäre in den Niederlan-
131 den eindrucksvoll, wie von der Verwaltung eingesetzte KI-
132 Systeme Personen mit Migrationshintergrund systema-
133 tisch diskriminierten und zu Unrecht Kindergeldrückzah-
134 lungsforderungen an diese Familien gestellt wurden. Ein
135 anderes Beispiel aus Österreich zeigt, dass in der Verwal-
136 tung eingesetzte KI-Systeme auch nach Geschlecht diskri-
137 minieren. So hat ein Arbeitsmarktservice in Österreich das
138 Geschlecht "weiblich" als eine negative Eigenschaft für
139 den Arbeitsmarkt bewertet und weiblich gelesene Perso-
140 nen dadurch systematisch an Jobs mit geringeren Qualifi-
141 kationsanforderungen verwiesen. Neben der öffentlichen
142 Verwaltung sind es auch insbesondere intransparente KI-
143 Systeme privater Unternehmen, die Schaden für die Ge-
144 sellschaft verursachen, wie die Facebook Leaks Ende 2021
145 eindrucksvoll gezeigt haben. Digitale Dienste und Produk-
146 te haben aber nicht nur eine direkte diskriminierende Wir-
147 kung auf ihre Nutzenden, sondern schließen häufig auch
148 schon Personen von vornherein durch fehlende Barriere-
149 freiheit aus. Inklusion muss daher auch bei der Entwick-
150 lung von digitalen Diensten und Produkten von Beginn an
151 mitgedacht werden. Weiterhin zeigt sich auch mit Blick
152 auf andere Nachhaltigkeitsaspekte, dass KI-Systeme häu-
153 fig nicht das Halten, was sie oftmals Versprechen. So steigt
154 der Ressourcen- und Rohstoffverbrauch von neuen digita-

155 len Systemen stetig immer weiter an. Auch kommt es bei
156 der Entwicklung solcher Systeme häufig zum Einsatz von
157 prekären Beschäftigungsverhältnissen, um zum Beispiel
158 Datensätze zu kurieren oder Ergebnisse zu überprüfen. Ei-
159 ne digitale und globale Arbeitswelt ermöglicht es Unter-
160 nehmen, Arbeitskräfte für wenig Geld auf der ganzen Welt
161 einzustellen. Da Unternehmen maßgeblich die Entwick-
162 lung von immer neuen digitalen Diensten und Produkten
163 vorantreiben, tragen sie hierbei auch eine entscheidende
164 Verantwortung, ihre digitalen Dienste und Produkte im
165 Sinne der Nutzenden zu entwickeln und negative Einflüs-
166 se dieser zu vermeiden. Neben dieser gesellschaftlichen
167 Verantwortung tragen Unternehmen auch eine Verant-
168 wortung ihren eigenen Mitarbeitenden gegenüber. Die-
169 se müssen auf die Herausforderungen der voranschrei-
170 tenden Digitalisierung vorbereitet werden. Zum Beispiel
171 bedarf es Schulungsangebote, um neue digitale Fähigkei-
172 ten zu erlernen. Auch müssen Mitarbeitende für die ent-
173 stehenden sozialen Auswirkungen von neuen digitalen
174 Diensten und Produkten sensibilisiert werden, um poten-
175 ziell negative Auswirkungen schon in der Entwicklungs-
176 phase frühzeitig zu erkennen. Weiterhin müssen Arbeit-
177 gebende darauf achten, dass Diversität eine gelebte Praxis
178 im Unternehmen darstellt. Nur so können neue Technolo-
179 gien darauf trainiert werden, bestehende diskriminieren-
180 de Verhaltensmuster zu erkennen und diesen entgegen-
181 zuwirken.

182

183 Es braucht Transparenz und Verantwortungsübernahme 184 durch Unternehmen

185 Es zeigt sich, dass die Herausforderungen, die die Digita-
186 lisierung mit sich bringt, sehr weitreichend sind. Viel zu
187 lange haben sich Unternehmen im digitalen Raum unge-
188 stört austoben können. Damit muss jetzt endlich Schluss
189 sein! Neben einer sozialen Unternehmensverantwortung
190 im analogen Raum bedarf es viel mehr auch einer Ver-
191 antwortungsübernahme des eigenen unternehmerischen
192 Handelns in Bezug auf die Digitalisierung. Dieses auch
193 als "Corporate Digital Responsibility" (CDR) benannte Ver-
194 halten von Unternehmen stellt eine Erweiterung der CSR
195 eines Unternehmens auf die digitale Welt dar. Genauso
196 wie bei CSR steht auch bei CDR Transparenz im Vorder-
197 grund. Unternehmen, die sich eine CDR-Strategie geben,
198 verpflichten sich, Maßnahmen umzusetzen, um die Her-
199 ausforderungen des digitalen Wandels anzugehen und di-
200 gitale Dienste und Produkte im Sinne der Gesellschaft zu
201 entwickeln. Bedauerlicherweise gibt es im Gegenzug zu
202 der CSR Richtlinie der europäischen Kommission noch kei-
203 ne gesetzlichen Vorgaben für CDR. Somit ist es den Unter-
204 nehmen selbst überlassen, ob sie besonders verantwor-
205 tungsvoll im digitalen Raum agieren oder nicht. Gerade
206 aber bei den skizzierten Herausforderungen, die durch die
207 Digitalisierung für unsere Gesellschaft entstehen, bedarf

208 es strengen gesetzlichen Vorgaben für Unternehmen. |