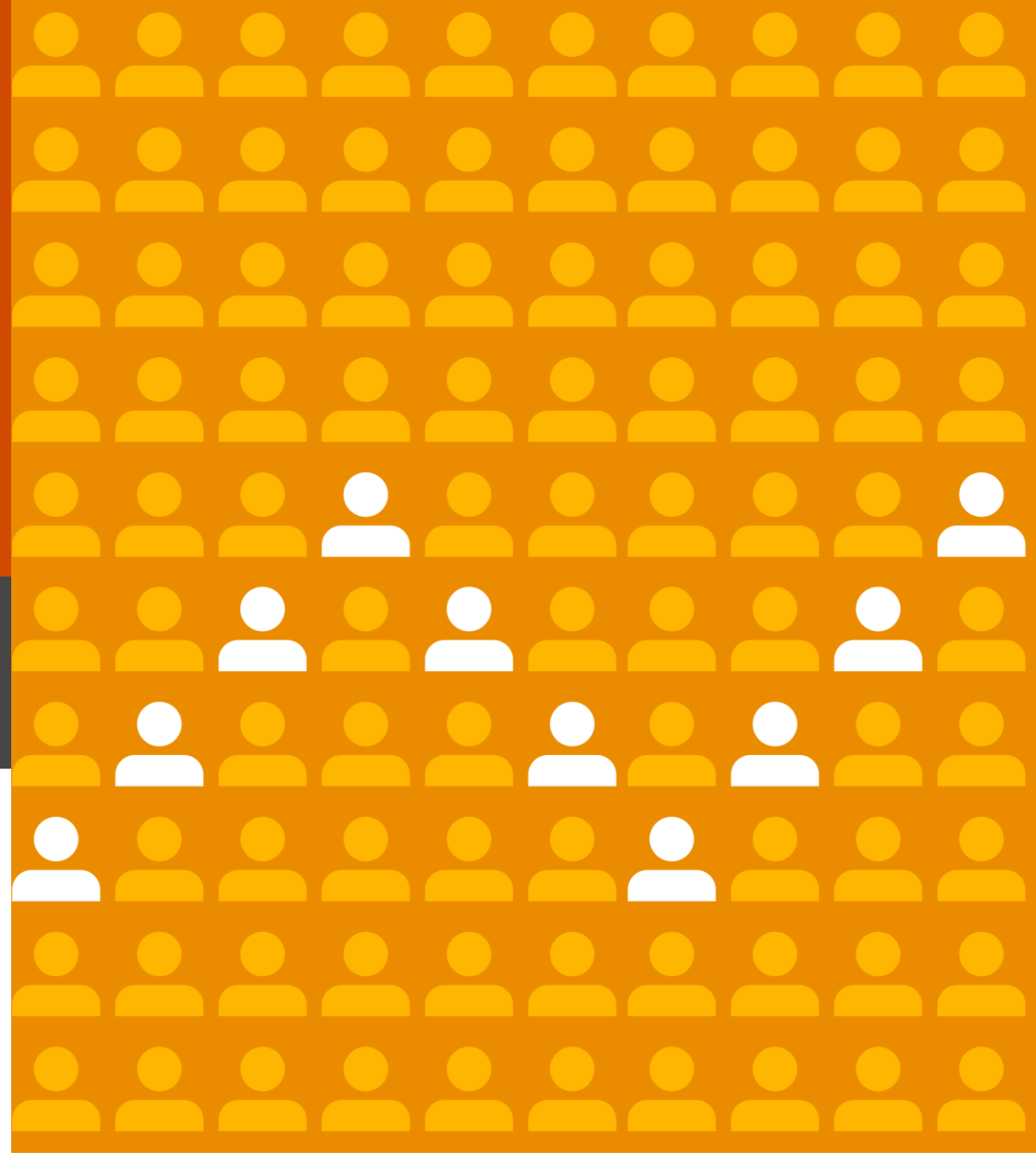


# Digitale Ethik

2019



# Digitale Ethik 2019



Zusammenfassung

---



Ergebnisse

---

Aufstellung im Bereich digitale Ethik



Maßnahmen im Bereich digitale Ethik



Einfluss der digitalen Ethik



Herausforderungen



Einfluss der Stakeholder



Über die Studie

---



Ansprechpartnerin

---



# Zusammenfassung

## 1/2



Die Hälfte der Unternehmen ab 50 Mitarbeitern aus ausgewählten Branchen sieht sich im Bereich digitale Ethik (sehr) **gut aufgestellt** (Schulnoten 1 und 2). Die größten **Optimierungspotenziale** liegen im Bereich Digitalisierung allgemein: Hier stuft nur ein Drittel der Unternehmen die eigene Performance als gut ein. ▶

Das Thema digitale Ethik ist vor allem auf **C-Level-Ebene** (59 %) und in der IT (47 %) angesiedelt. Jedes fünfte Unternehmen hat einen **speziellen Beauftragten**. ▶



Am häufigsten wird eine Richtlinie zum Datenschutz und Umgang mit personenbezogenen Daten als Maßnahme in Verbindung mit digitaler Ethik umgesetzt (78 %).

Hohe Relevanz haben auch **Richtlinien zur Transparenz** im Hinblick auf digitale Themen sowie verbindliche Leitlinien zur internen und externen **Online-Kommunikation**. Diese liegen nicht nur vielfach schon vor (57 % bzw. 43 %), sondern werden zudem von jeweils rund einem Viertel geplant.

Ein Drittel der Unternehmen plant eine ausformulierte **Digitalstrategie** mit Ausführungen zur digitalen Ethik. ▶



Mehr als jedes zweite Unternehmen stellt über verpflichtende **Schulungen bzw. E-Learning-Programme** sicher, dass die Mitarbeiter die Regelungen zur digitalen Ethik bei ihrer Arbeit korrekt anwenden und berücksichtigen.

Häufiger wird die Einhaltung der internen Regelungen über Anlagen zum Arbeitsvertrag (67 %) und die Möglichkeiten zur Meldung von Verstößen bzw. Fehlverhalten (75 %) gewährleistet. ▶

# Zusammenfassung

## 2/2



In sechs von zehn Unternehmen wird die **Unternehmenskultur** durch Fragen zur digitalen Ethik beeinflusst. Mehr Bedeutung hat diese nur beim Umgang mit sensiblen Informationen (85 %) und bei den IT-Sicherheitssystemen (78 %). ▶

Strategien zur digitalen Ethik umzusetzen, stellt viele Unternehmen allerdings vor Probleme: Vor allem **fehlendes Personal** mit den relevanten Kompetenzen und eine **zu geringe Awareness** des Themas sind die größten Herausforderungen. ▶



Ein wichtiger Punkt beim Thema digitale Ethik ist die **Minimierung von Risiken** der Digitalisierung. Hierzu setzen die Unternehmen vor allem auf ausreichenden Schutz gegen Cyberkriminalität bei der Integration von digitalen Lösungen (84 %) und die Nutzung etablierter Softwarelösungen (81 %).

Die Mehrheit der Unternehmen vertraut zudem auf seine **Mitarbeiter**: Hier sind digitale Lösungen kein Ersatz für Mitarbeiter, sondern Unterstützung. Außerdem werden die Mitarbeiter fortgebildet.

Ein Drittel der Unternehmen nutzt **künstliche Intelligenz** so, dass sie mit den Unternehmens- und ethischen Grundwerten konform geht. ▶



Zahlreiche interne und externe **Stakeholder** nehmen Einfluss auf die Ausgestaltung der Regelungen zur digitalen Ethik. Den größten Einfluss haben der Gesetzgeber (73 %), aber auch Kunden (58 %) und Mitarbeiter (60 %). In fast sechs von zehn Unternehmen wird aber auch **externen Beratern** ein starker Einfluss auf die Ausgestaltung der Richtlinien zur digitalen Ethik attestiert. ▶

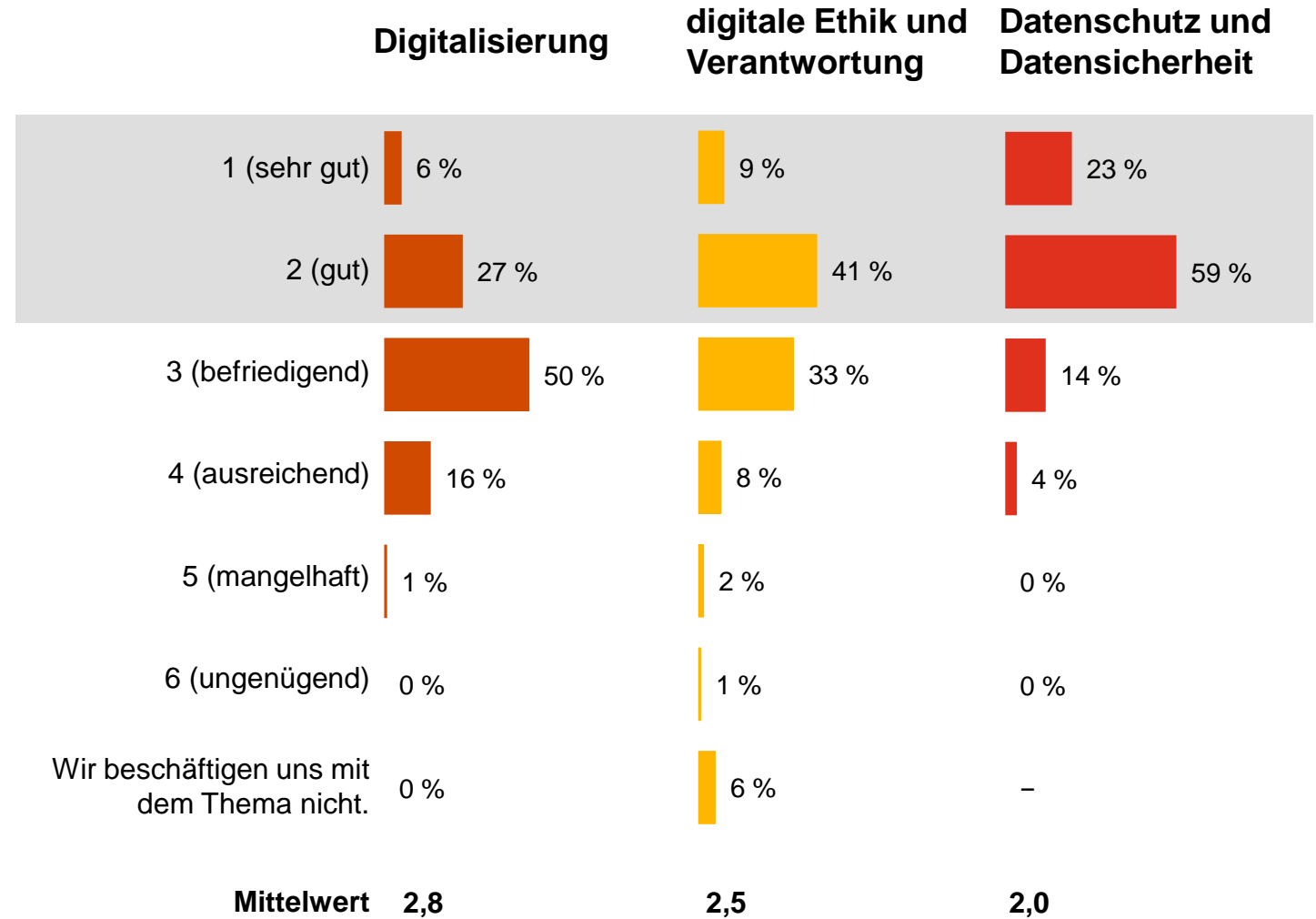


# Wie gut sind die Unternehmen aufgestellt?

Die Hälfte der Unternehmen ist im Bereich digitale Ethik und digitale Verantwortung (sehr) gut aufgestellt. Die größten Optimierungspotenziale liegen im Bereich Digitalisierung allgemein.

Frage 1: Wie würden Sie die Aufstellung Ihres Unternehmens in den folgenden Bereichen alles in allem einstufen? Sagen Sie es mir bitte anhand einer Schulnote von eins bis sechs (1 = sehr gut, 6 = ungenügend). Sofern Sie sich mit einem Thema nicht beschäftigen, geben Sie dies bitte an.

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage)





# Wie gut sind die Unternehmen aufgestellt?

Pharmazeutik-Unternehmen stufen sich in den Bereichen digitale Ethik und Digitalisierung überdurchschnittlich häufig als gut aufgestellt ein.

Frage 1: Wie würden Sie die Aufstellung Ihres Unternehmens in den folgenden Bereichen alles in allem einstufen? Sagen Sie es mir bitte anhand einer Schulnote von eins bis sechs (1 = sehr gut, 6 = ungenügend). Sofern Sie sich mit einem Thema nicht beschäftigen, geben Sie dies bitte an.

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt: Noten 1+2)



## Schulnoten 1 und 2

	Total	Branche					
		Automobil	Pharmazeutik	ind. Produktion	Transp./Logistik	Handel	Konsumgüter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
Datenschutz und Datensicherheit	82 %	92 %	86 %	88 %	64 %	84 %	76 %
digitale Ethik und digitale Verantwortung	50 %	44 %	74 %	48 %	44 %	48 %	42 %
Digitalisierung	33 %	22 %	54 %	34 %	30 %	32 %	24 %
in keinem Bereich (sehr) gut aufgestellt	10 %	4 %	4 %	4 %	26 %	6 %	14 %



# Wer beschäftigt sich mit digitaler Ethik?

Das Thema digitale Ethik ist vor allem auf C-Level-Ebene und in der IT angesiedelt. Jedes fünfte Unternehmen hat einen speziellen Beauftragten.

## C-Level



**darunter**

CEO	20 %
CIO	11 %
CDO	6 %
Sonstige Vorstände/ Geschäftsführung	31 %

## ein spezieller Beauftragter für digitale Verantwortung und Ethik



## spezielle Bereiche



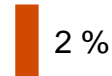
Bereich IT	47 %
Bereich Compliance	5 %
Unternehmenskommunikation/ Pressestelle	4 %

## dezentral



die einzelnen Bereiche bzw. Abteilungen für sich	10 %
die einzelnen Teams für sich	3 %

## jemand anders



## keiner



Frage 2: Wer beschäftigt sich in Ihrem Unternehmen regelmäßig mit dem Thema digitale Ethik und digitale Verantwortung?

Basis: alle Befragten, N = 300 (Mehrfachnennung)





## Ergebnisse

# Wer beschäftigt sich mit digitaler Ethik?

In Pharmazeutik-Unternehmen beschäftigen sich C-Level-Vertreter besonders häufig mit dem Thema digitale Ethik.

	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
<b>C-Level, darunter</b>	<b>59 %</b>	<b>64 %</b>	<b>70 %</b>	<b>52 %</b>	<b>62 %</b>	<b>58 %</b>	<b>48 %</b>
CEO	20 %	14 %	12 %	14 %	30 %	26 %	24 %
CIO	11 %	16 %	6 %	14 %	12 %	6 %	12 %
CDO	6 %	10 %	6 %	4 %	2 %	4 %	12 %
sonstige Vorstände/Geschäftsführung	31 %	30 %	62 %	28 %	22 %	34 %	10 %
<b>ein spezieller Beauftragter für digitale Verantwortung und Ethik</b>	<b>19 %</b>	<b>20 %</b>	<b>20 %</b>	<b>24 %</b>	<b>16 %</b>	<b>16 %</b>	<b>18 %</b>
<b>spezielle Bereiche, darunter</b>	<b>54 %</b>	<b>60 %</b>	<b>62 %</b>	<b>62 %</b>	<b>52 %</b>	<b>36 %</b>	<b>54 %</b>
der Bereich IT	47 %	56 %	52 %	60 %	40 %	32 %	42 %
der Bereich Compliance	5 %	4 %	12 %	2 %	8 %	2 %	4 %
die Unternehmenskommunikation/ Pressestelle	4 %	6 %	-	-	4 %	4 %	10 %
<b>dezentral, darunter</b>	<b>12 %</b>	<b>28 %</b>	<b>2 %</b>	<b>14 %</b>	<b>12 %</b>	<b>6 %</b>	<b>10 %</b>
die einzelnen Bereiche bzw. Abteilungen für sich	10 %	22 %	2 %	12 %	8 %	6 %	10 %
die einzelnen Teams für sich	3 %	12 %	-	4 %	4 %	-	-
<b>jemand anders</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>-</b>	<b>4 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>
<b>keiner</b>	<b>5 %</b>	<b>2 %</b>	<b>-</b>	<b>2 %</b>	<b>10 %</b>	<b>6 %</b>	<b>8 %</b>

Frage 2: Wer beschäftigt sich in Ihrem Unternehmen regelmäßig mit dem Thema digitale Ethik und digitale Verantwortung?

Basis: alle Befragten, N = 300 (Mehrfachnennung)

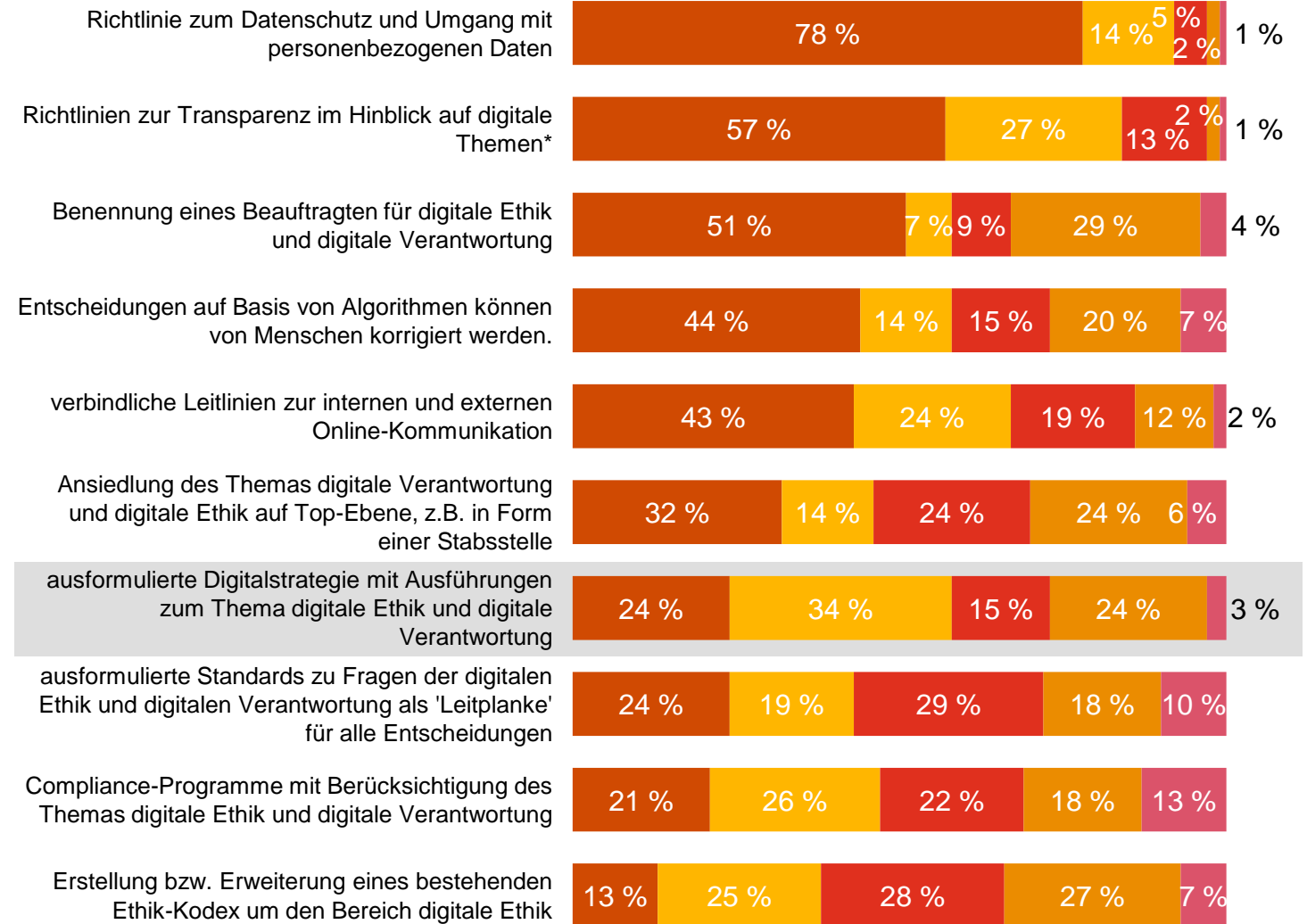






# Welche Maßnahmen werden umgesetzt?

Ein Drittel der Unternehmen plant eine ausformulierte Digitalstrategie mit Ausführungen zur digitalen Ethik.



Sonstige umgesetzte Maßnahmen:  
3 % (primär Schulungen)

- machen wir bereits
- ist sinnvoll und geplant
- ist sinnvoll, aber nicht geplant
- ist nicht sinnvoll und nicht geplant
- weiß nicht

\* wie z.B. Datensicherheit, Verarbeitung personenbezogener Daten etc.

Frage 3: Welche der folgenden Maßnahmen in Verbindung mit digitaler Ethik und digitaler Verantwortung werden in Ihrem Unternehmen umgesetzt, welche erachten Sie als sinnvoll und sind auch geplant, welche sind aus Ihrer Sicht sinnvoll, aber nicht geplant, und welche sind nicht sinnvoll und auch nicht geplant?  
Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; sortiert nach Top: machen wir bereits)





# Welche Maßnahmen werden umgesetzt?

Das Thema digitale Ethik ist in den Branchen Automobil und Konsumgüter überdurchschnittlich häufig auf Top-Ebene angesiedelt.

Frage 3: Welche der folgenden Maßnahmen in Verbindung mit digitaler Ethik und digitaler Verantwortung werden in Ihrem Unternehmen umgesetzt, welche erachten Sie als sinnvoll und sind auch geplant, welche sind aus Ihrer Sicht sinnvoll, aber nicht geplant, und welche sind nicht sinnvoll und auch nicht geplant?

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top: machen wir bereits)



	machen wir bereits	Branche					
		Total	Auto- mobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel
Basis	300	50	50	50	50	50	50
Richtlinie zum Datenschutz und Umgang mit personenbezogenen Daten	<b>78 %</b>	90 %	68 %	74 %	78 %	82 %	74 %
Richtlinien zur Transparenz im Hinblick auf digitale Themen wie z.B. Datensicherheit, Verarbeitung personenbezogener Daten etc.	<b>57 %</b>	62 %	50 %	54 %	58 %	56 %	64 %
Benennung eines Beauftragten für digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>51 %</b>	54 %	64 %	38 %	48 %	46 %	56 %
Entscheidungen auf Basis von Algorithmen können von Menschen korrigiert werden.	<b>44 %</b>	40 %	64 %	48 %	36 %	40 %	38 %
verbindliche Leitlinien zur internen und externen Online-Kommunikation	<b>43 %</b>	34 %	64 %	42 %	40 %	30 %	48 %
<b>Ansiedlung des Themas digitale Verantwortung und digitale Ethik auf Top-Ebene, z.B. in Form einer Stabsstelle</b>	<b>32 %</b>	<b>42 %</b>	<b>32 %</b>	<b>20 %</b>	<b>36 %</b>	<b>22 %</b>	<b>40 %</b>
ausformulierte Digitalstrategie mit Ausführungen zum Thema digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>24 %</b>	20 %	30 %	12 %	30 %	26 %	26 %
ausformulierte Standards zu Fragen der digitalen Ethik und digitalen Verantwortung als 'Leitplanke' für alle Entscheidungen	<b>24 %</b>	20 %	42 %	18 %	28 %	24 %	12 %
Compliance-Programme mit Berücksichtigung des Themas digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>21 %</b>	24 %	38 %	12 %	22 %	10 %	18 %
Erstellung bzw. Erweiterung eines bestehenden Ethik-Kodex um den Bereich digitale Ethik	<b>13 %</b>	6 %	20 %	10 %	18 %	12 %	12 %
Sonstiges (umgesetzt; primär Schulungen)	<b>3 %</b>	4 %	-	2 %	-	10 %	-



## Welche Maßnahmen sind geplant?

Handel und Automobilindustrie planen überdurchschnittlich häufig verbindliche Leitlinien zur internen und externen Online-Kommunikation.

Frage 3: Welche der folgenden Maßnahmen in Verbindung mit digitaler Ethik und digitaler Verantwortung werden in Ihrem Unternehmen umgesetzt, welche erachten Sie als sinnvoll und sind auch geplant, welche sind aus Ihrer Sicht sinnvoll, aber nicht geplant, und welche sind nicht sinnvoll und auch nicht geplant?

Basis: alle Befragten; N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt: ist sinnvoll und geplant)

ist sinnvoll und geplant

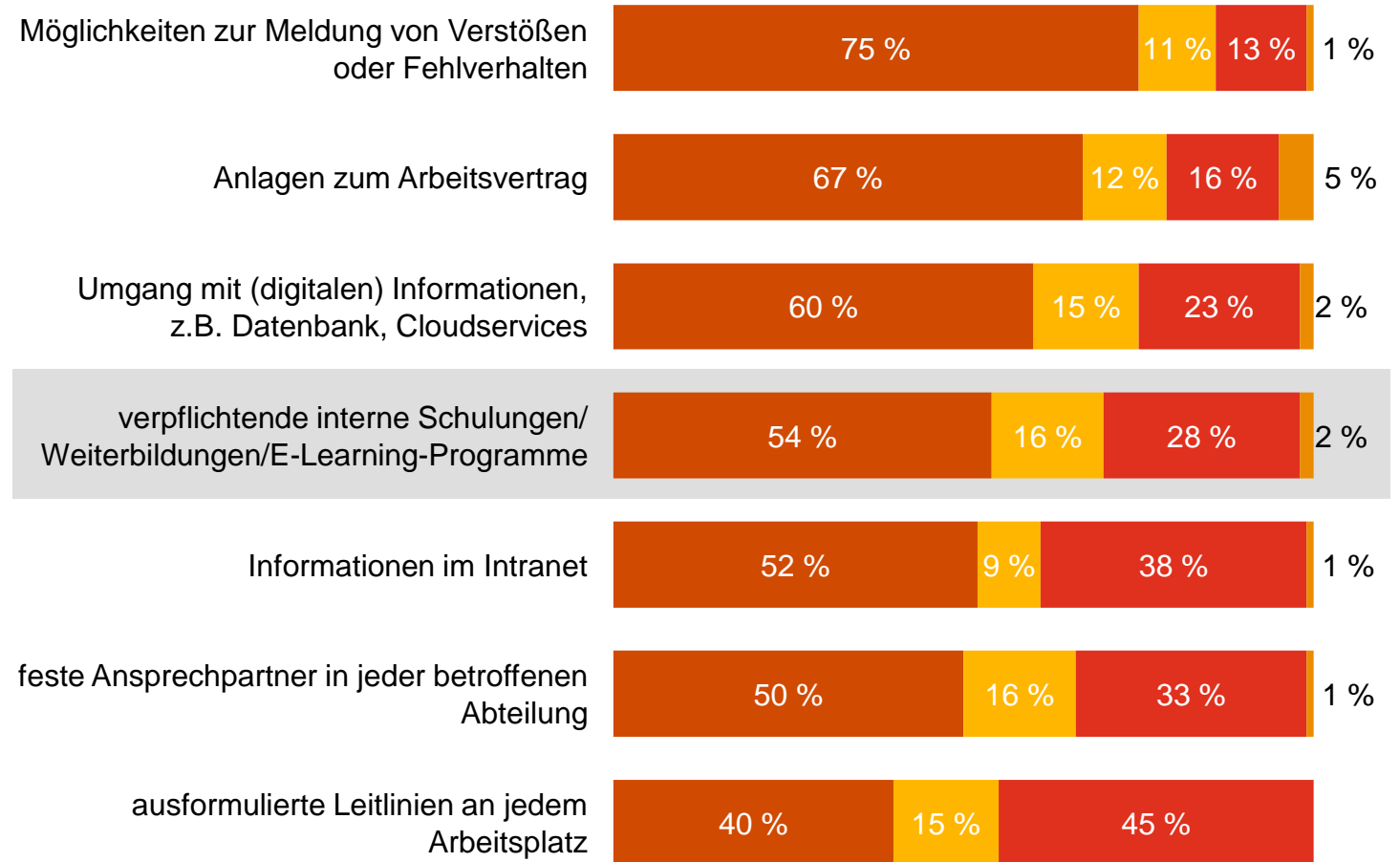
	Total	Branche					
		Auto-mobil	Pharma-zeutik	ind. Pro-duktion	Transp./Logistik	Handel	Konsum-güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
ausformulierte Digitalstrategie mit Ausführungen zum Thema digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>34 %</b>	32 %	36 %	32 %	30 %	36 %	38 %
Richtlinien zur Transparenz im Hinblick auf digitale Themen wie z.B. Datensicherheit, Verarbeitung personenbezogener Daten etc.	<b>27 %</b>	26 %	38 %	26 %	24 %	30 %	18 %
Compliance-Programme mit Berücksichtigung des Themas digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>26 %</b>	36 %	28 %	30 %	18 %	28 %	16 %
Erstellung bzw. Erweiterung eines bestehenden Ethik-Kodex um den Bereich digitale Ethik	<b>25 %</b>	24 %	30 %	26 %	24 %	24 %	22 %
<b>verbindliche Leitlinien zur internen und externen Online-Kommunikation</b>	<b>24 %</b>	<b>30 %</b>	<b>26 %</b>	<b>16 %</b>	<b>20 %</b>	<b>36 %</b>	<b>16 %</b>
ausformulierte Standards zu Fragen der digitalen Ethik und digitalen Verantwortung als 'Leitplanke' für alle Entscheidungen	<b>19 %</b>	12 %	28 %	18 %	20 %	20 %	18 %
Ansiedlung des Themas digitale Verantwortung und digitale Ethik auf Top-Ebene, z.B. in Form einer Stabsstelle	<b>14 %</b>	8 %	30 %	10 %	16 %	18 %	4 %
Richtlinie zum Datenschutz und Umgang mit personenbezogenen Daten	<b>14 %</b>	10 %	22 %	14 %	14 %	10 %	12 %
Entscheidungen auf Basis von Algorithmen können von Menschen korrigiert werden.	<b>14 %</b>	8 %	18 %	14 %	12 %	12 %	18 %
Benennung eines Beauftragten für digitale Ethik und digitale Verantwortung	<b>7 %</b>	6 %	10 %	4 %	4 %	10 %	8 %





# Wie wird die Einhaltung der Regelungen sichergestellt?

Mehr als jedes zweite Unternehmen stellt über verpflichtende Schulungen bzw. E-Learning-Programme sicher, dass die Mitarbeiter die Regelungen zur digitalen Ethik bei ihrer Arbeit korrekt anwenden und berücksichtigen.



■ machen wir bereits   ■ ist geplant   ■ ist nicht geplant   ■ weiß nicht

Frage 4: Wie stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter die unternehmensinternen Regelungen zu digitaler Verantwortung und digitaler Ethik in ihrer täglichen Arbeit anwenden und berücksichtigen? Sagen Sie mir bitte, ob Sie die jeweilige Maßnahme bereits machen, ob sie geplant ist oder ob sie nicht geplant ist. Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; sortiert nach Top: machen wir bereits)





## Wie wird die Einhaltung der Regelungen sichergestellt?

Die Automobilbranche nutzt überdurchschnittlich häufig das Intranet, damit alle Mitarbeiter Informationen zu den hauseigenen Regelungen zur digitalen Ethik anwenden können.

Frage 4: Wie stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter die unternehmensinternen Regelungen zu digitaler Verantwortung und digitaler Ethik in ihrer täglichen Arbeit anwenden und berücksichtigen? Sagen Sie mir bitte, ob Sie die jeweilige Maßnahme bereits machen, ob sie geplant ist oder ob sie nicht geplant ist.

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top: machen wir bereits)

machen wir bereits

	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
Möglichkeiten zur Meldung von Verstößen oder Fehlverhalten	<b>75 %</b>	74 %	78 %	74 %	72 %	64 %	86 %
Anlagen zum Arbeitsvertrag	<b>67 %</b>	72 %	70 %	70 %	56 %	64 %	70 %
Umgang mit (digitalen) Informationen, z.B. Datenbank, Cloudservices	<b>60 %</b>	68 %	62 %	52 %	64 %	54 %	58 %
verpflichtende interne Schulungen/ Weiterbildungen/E-Learning-Programme	<b>54 %</b>	52 %	68 %	46 %	52 %	54 %	54 %
<b>Informationen im Intranet</b>	<b>52 %</b>	<b>70 %</b>	<b>58 %</b>	<b>46 %</b>	<b>46 %</b>	<b>44 %</b>	<b>46 %</b>
feste Ansprechpartner in jeder betroffenen Abteilung	<b>50 %</b>	40 %	68 %	44 %	44 %	48 %	58 %
ausformulierte Leitlinien an jedem Arbeitsplatz	<b>40 %</b>	40 %	46 %	42 %	40 %	32 %	38 %





# Wie soll die Einhaltung der Regelungen außerdem sichergestellt werden?

Jedes fünfte Pharmazeutik-Unternehmen will verpflichtende Schulungen seiner Mitarbeiter einführen.

Frage 4: Wie stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter die unternehmensinternen Regelungen zu digitaler Verantwortung und digitaler Ethik in ihrer täglichen Arbeit anwenden und berücksichtigen? Sagen Sie mir bitte, ob Sie die jeweilige Maßnahme bereits machen, ob sie geplant ist oder ob sie nicht geplant ist.

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt: ist geplant)



	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
feste Ansprechpartner in jeder betroffenen Abteilung	<b>16 %</b>	14 %	20 %	10 %	18 %	20 %	12 %
<b>verpflichtende interne Schulungen/Weiterbildungen/E-Learning-Programme</b>	<b>16 %</b>	<b>10 %</b>	<b>22 %</b>	<b>20 %</b>	<b>14 %</b>	<b>12 %</b>	<b>16 %</b>
ausformulierte Leitlinien an jedem Arbeitsplatz	<b>15 %</b>	8 %	20 %	16 %	10 %	18 %	18 %
Umgang mit (digitalen) Informationen, z.B. Datenbank, Cloudservices	<b>15 %</b>	16 %	14 %	20 %	8 %	14 %	16 %
Anlagen zum Arbeitsvertrag	<b>12 %</b>	6 %	12 %	8 %	16 %	18 %	10 %
Möglichkeiten zur Meldung von Verstößen oder Fehlverhalten	<b>11 %</b>	14 %	14 %	16 %	6 %	12 %	4 %
Informationen im Intranet	<b>9 %</b>	10 %	6 %	12 %	8 %	6 %	10 %



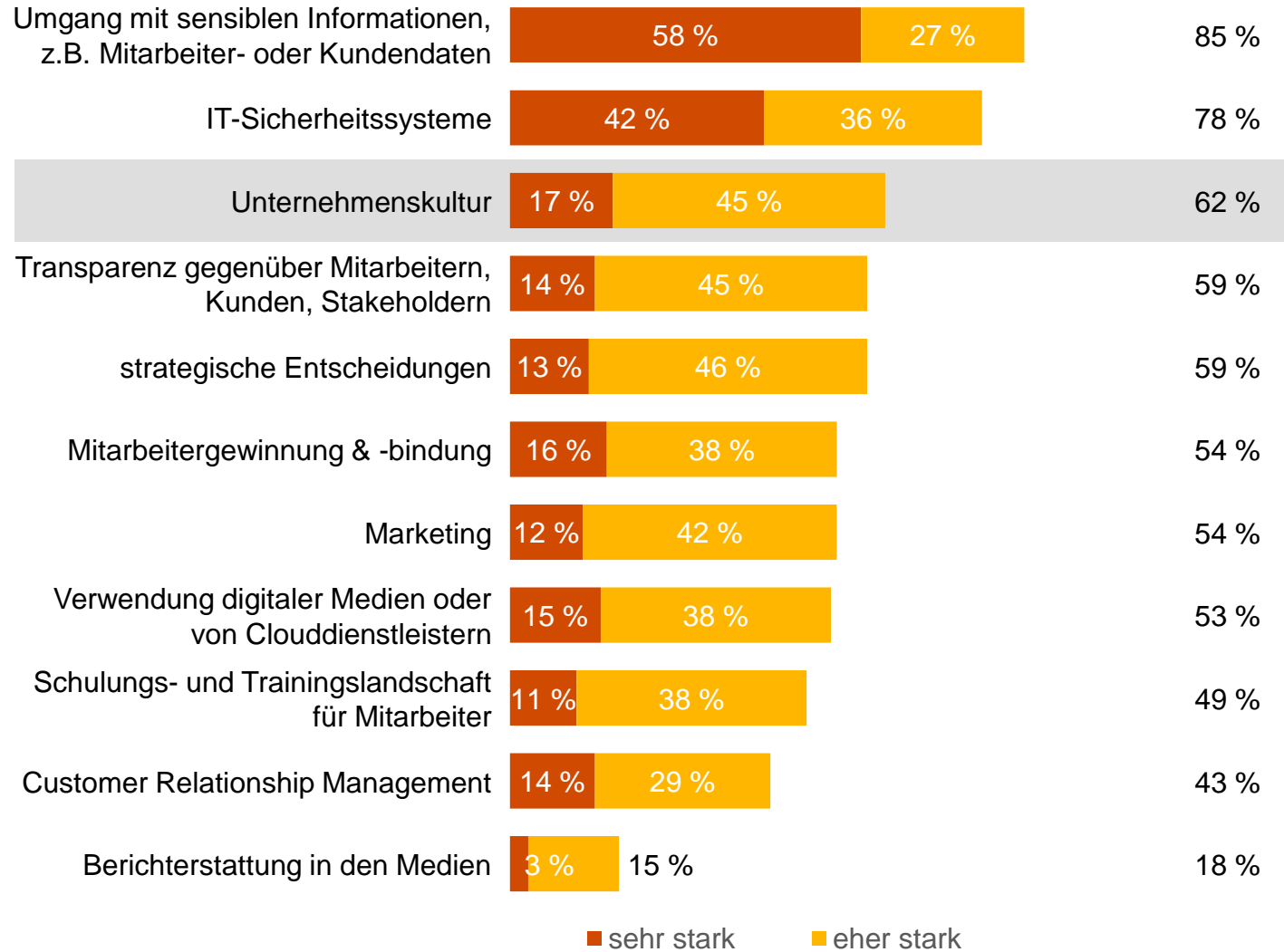
# Welche Themen werden von digitaler Ethik beeinflusst?

In sechs von zehn Unternehmen wird die Unternehmenskultur durch Fragen zur digitalen Ethik beeinflusst.

Frage 5: Wie stark beeinflussen Fragen zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung die folgenden Themen innerhalb Ihres Unternehmens? Ist das sehr stark, eher stark, weniger stark oder gar nicht bzw. so gut wie gar nicht?  
Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top2: sehr stark+eher stark)



Top2: sehr stark+eher stark





## Welche Themen werden von digitaler Ethik beeinflusst?

In der Automobilbranche beeinflussen Fragen zur digitalen Ethik sieben von zehn Unternehmen bei der Verwendung digitaler Medien oder von Clouddienstleistern. Dieser Bereich ist damit das am drittstärksten beeinflusste Thema.

Frage 5: Wie stark beeinflussen Fragen zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung die folgenden Themen innerhalb Ihres Unternehmens? Ist das sehr stark, eher stark, weniger stark oder gar nicht bzw. so gut wie gar nicht?  
Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top2: sehr stark+eher stark)

Top2: sehr stark+eher stark

	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
Umgang mit sensiblen Informationen, z.B. Mitarbeiter- oder Kundendaten	<b>85 %</b>	94 %	88 %	84 %	78 %	82 %	84 %
IT-Sicherheitssysteme	<b>78 %</b>	86 %	90 %	70 %	68 %	76 %	80 %
Unternehmenskultur	<b>62 %</b>	66 %	86 %	48 %	56 %	60 %	52 %
Transparenz gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Stakeholdern	<b>59 %</b>	56 %	64 %	62 %	56 %	50 %	66 %
strategische Entscheidungen	<b>59 %</b>	70 %	74 %	48 %	58 %	60 %	40 %
Mitarbeitergewinnung & -bindung	<b>54 %</b>	68 %	68 %	46 %	48 %	52 %	44 %
Marketing	<b>54 %</b>	64 %	70 %	38 %	46 %	54 %	54 %
<b>Verwendung digitaler Medien oder von Clouddienstleistern</b>	<b>53 %</b>	<b>72 %</b>	<b>60 %</b>	<b>34 %</b>	<b>52 %</b>	<b>52 %</b>	<b>50 %</b>
Schulungs- und Trainingslandschaft für Mitarbeiter	<b>49 %</b>	54 %	60 %	46 %	48 %	42 %	44 %
Customer Relationship Management	<b>43 %</b>	52 %	56 %	44 %	40 %	38 %	26 %
Berichterstattung in den Medien	<b>18 %</b>	6 %	24 %	12 %	20 %	20 %	26 %







## Was sind die größten Herausforderungen?

Vor allem fehlendes Personal mit den relevanten Kompetenzen sowie eine zu geringe Awareness des Themas sind die größten Herausforderungen bei der Umsetzung von Strategien zur digitalen Ethik.

fehlendes Personal mit entsprechenden Kompetenzen

56 %

zu geringe Wahrnehmung der Thematik im Unternehmen

51 %

Umgang der Mitarbeiter mit digitalen Informationen

44 %

ungeeignete Softwarelösungen, z.B. fehlende Kompatibilität oder veraltet

35 %

Umsetzung der Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz entsprechend unserer Richtlinien

35 %

Risiken der Cyberkriminalität

34 %

unklares regulatorisches Umfeld

26 %

zu geringe finanzielle Ressourcen

26 %

bisher keine Einbindung in die Compliance-Strategie

17 %

zu wenig geregelter und kontrollierter Einsatz von Künstlicher Intelligenz

14 %

Maßnahmen mindern die Wettbewerbsfähigkeit

7 %

andere Herausforderungen oder Risiken

2 %

Frage 6: Welches sind in Ihrem Unternehmen derzeit die größten Herausforderungen bei der Umsetzung von Strategien zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung?

Basis: alle Befragten, N = 300 (Mehrfachnennung)





## Was sind die größten Herausforderungen?

Ungeeignete Softwarelösungen sind in der Logistikbranche die zweitgrößte Herausforderung bei der Umsetzung von Strategien zur digitalen Ethik.

Frage 6: Welches sind in Ihrem Unternehmen derzeit die größten Herausforderungen bei der Umsetzung von Strategien zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung?  
Basis: alle Befragten, N = 300 (Mehrfachnennung)



	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
fehlendes Personal mit entsprechenden Kompetenzen	<b>56 %</b>	54 %	52 %	62 %	42 %	60 %	64 %
zu geringe Wahrnehmung der Thematik im Unternehmen	<b>51 %</b>	48 %	48 %	44 %	52 %	52 %	60 %
Umgang der Mitarbeiter mit digitalen Informationen	<b>44 %</b>	48 %	52 %	34 %	36 %	42 %	52 %
<b>ungeeignete Softwarelösungen, z.B. fehlende Kompatibilität oder veraltet</b>	<b>35 %</b>	<b>32 %</b>	<b>26 %</b>	<b>30 %</b>	<b>48 %</b>	<b>38 %</b>	<b>38 %</b>
Umsetzung der Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz entsprechend unserer Richtlinien	<b>35 %</b>	40 %	42 %	32 %	26 %	38 %	32 %
Risiken der Cyberkriminalität	<b>34 %</b>	42 %	42 %	26 %	30 %	36 %	30 %
unklares regulatorisches Umfeld	<b>26 %</b>	24 %	18 %	18 %	30 %	34 %	34 %
zu geringe finanzielle Ressourcen	<b>26 %</b>	22 %	22 %	30 %	30 %	22 %	30 %
bisher keine Einbindung in die Compliance-Strategie	<b>17 %</b>	14 %	18 %	8 %	24 %	24 %	14 %
zu wenig geregelter und kontrollierter Einsatz von Künstlicher Intelligenz	<b>14 %</b>	16 %	24 %	16 %	8 %	12 %	10 %
Maßnahmen mindern die Wettbewerbsfähigkeit	<b>7 %</b>	10 %	8 %	2 %	8 %	12 %	4 %
andere Herausforderungen oder Risiken	<b>2 %</b>	-	-	10 %	4 %	-	-



# Welche Maßnahmen zur Risikominimierung werden umgesetzt?

Zur Minimierung von Risiken der Digitalisierung nutzt ein Drittel der Unternehmen künstliche Intelligenz so, dass sie mit den Unternehmens- und ethischen Grundwerten konform geht.

ausreichender Schutz gegen Cyberkriminalität bei der Integration von digitalen Lösungen



Nutzung etablierter Softwarelösungen, um Risiken zu minimieren, z.B. Fehlfunktionen



digitale Lösungen als Unterstützung unserer Mitarbeiter statt als Ersatz



hohe Investitionen in Maßnahmen zur Datensicherheit und zum Datenschutz



Fortbildungen zur Digitalisierung\*



Etablierung von Richtlinien für eine effektive digitale Ethik als Bestandteil der Unternehmenskultur



regelmäßige Überprüfung der Akzeptanz von Maßnahmen beim Kunden



Nutzung Künstlicher Intelligenz so, dass sie mit unseren Unternehmens- und ethischen Grundwerten konform geht



\* z.B. zu veränderten Tätigkeitsfeldern, Datenschutz, Einsatz von Big Data etc.

Frage 7: Welche der folgenden Maßnahmen zur Minimierung von Risiken der Digitalisierung setzen Sie in Ihrem Unternehmen um?  
Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage (ja/nein), aufgeführt: Anteil "ja")





# Welche Maßnahmen zur Risikominimierung werden umgesetzt?

Vor allem in den Branchen Automobil und Pharmazeutik werden Fortbildungen zur Digitalisierung eingesetzt, um Risiken der Digitalisierung zu minimieren.

	Total	Branche					
		Automobil	Pharma- zeutik	ind. Pro- duktion	Transp./ Logistik	Handel	Konsum- güter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
ausreichender Schutz gegen Cyberkriminalität bei der Integration von digitalen Lösungen	<b>84 %</b>	94 %	88 %	86 %	70 %	80 %	88 %
Nutzung etablierter Softwarelösungen, um Risiken zu minimieren, z.B. Fehlfunktionen	<b>81 %</b>	74 %	86 %	82 %	78 %	82 %	82 %
digitale Lösungen als Unterstützung unserer Mitarbeiter statt als Ersatz	<b>67 %</b>	54 %	74 %	68 %	54 %	82 %	72 %
hohe Investitionen in Maßnahmen zur Datensicherheit und zum Datenschutz	<b>67 %</b>	76 %	62 %	62 %	60 %	68 %	72 %
<b>Fortbildungen zur Digitalisierung, z.B. zu veränderten Tätigkeitsfeldern, Datenschutz, Einsatz von Big Data etc.</b>	<b>66 %</b>	<b>80 %</b>	<b>74 %</b>	<b>64 %</b>	<b>56 %</b>	<b>66 %</b>	<b>58 %</b>
Etablierung von Richtlinien für eine effektive digitale Ethik als Bestandteil der Unternehmenskultur	<b>64 %</b>	56 %	70 %	64 %	54 %	72 %	66 %
regelmäßige Überprüfung der Akzeptanz von Maßnahmen beim Kunden	<b>55 %</b>	46 %	58 %	56 %	60 %	62 %	46 %
Nutzung Künstlicher Intelligenz so, dass sie mit unseren Unternehmens- und ethischen Grundwerten konform geht	<b>34 %</b>	22 %	44 %	28 %	30 %	38 %	44 %

Frage 7: Welche der folgenden Maßnahmen zur Minimierung von Risiken der Digitalisierung setzen Sie in Ihrem Unternehmen um? Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage (ja/nein), aufgeführt: Anteil "ja")





# Welche Stakeholder haben Einfluss?

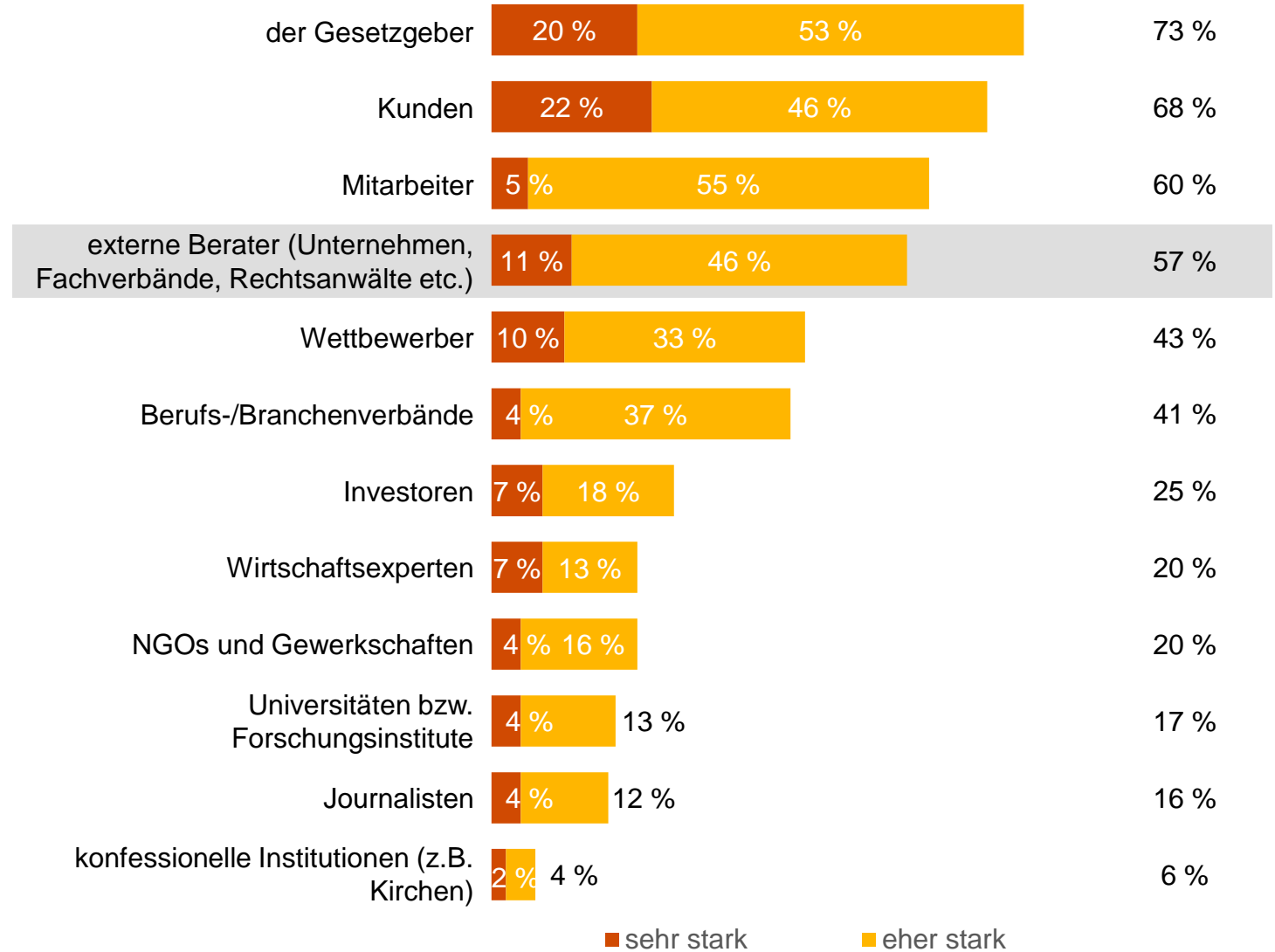
In fast sechs von zehn Unternehmen beeinflussen externe Berater die Ausgestaltung unternehmensinterner Regelungen zur digitalen Ethik bzw. den Umgang mit diesem Thema.

Frage 8: Wie sehr beeinflussen die folgenden Stakeholder die Ausgestaltung von unternehmensinternen Regelungen zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung bzw. den Umgang mit diesen Themen? Ist das sehr stark, eher stark, eher wenig oder gar nicht?

Basis: alle Befragten, N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top2: sehr stark+eher stark)



Top2: sehr stark+eher stark





## Welche Stakeholder haben Einfluss?

Externe Berater nehmen vor allem in den Branchen Pharmazie und Konsumgüter Einfluss auf Ausgestaltung und Umgang mit dem Thema digitale Ethik.

Frage 8: Wie sehr beeinflussen die folgenden Stakeholder die Ausgestaltung von unternehmensinternen Regelungen zur digitalen Ethik und digitalen Verantwortung bzw. den Umgang mit diesen Themen? Ist das sehr stark, eher stark, eher wenig oder gar nicht?

Basis: alle Befragten. N = 300 (skalierte Abfrage; dargestellt Top2: sehr stark+eher stark)

Top2: sehr stark+eher stark

	Total	Branche					
		Automobil	Pharmazeutik	ind. Produktion	Transp./Logistik	Handel	Konsumgüter
Basis	300	50	50	50	50	50	50
der Gesetzgeber	<b>73 %</b>	76 %	92 %	74 %	64 %	76 %	58 %
Kunden	<b>68 %</b>	80 %	82 %	58 %	60 %	66 %	66 %
Mitarbeiter	<b>60 %</b>	62 %	70 %	50 %	52 %	66 %	58 %
<b>externe Berater (Unternehmen, Fachverbände, Rechtsanwälte etc.)</b>	<b>57 %</b>	<b>46 %</b>	<b>78 %</b>	<b>52 %</b>	<b>50 %</b>	<b>46 %</b>	<b>66 %</b>
Wettbewerber	<b>43 %</b>	40 %	42 %	36 %	42 %	42 %	56 %
Berufs-/Branchenverbände	<b>41 %</b>	42 %	58 %	44 %	38 %	40 %	24 %
Investoren	<b>25 %</b>	18 %	32 %	24 %	28 %	28 %	20 %
Wirtschaftsexperten	<b>20 %</b>	10 %	34 %	10 %	18 %	18 %	30 %
NGOs und Gewerkschaften	<b>20 %</b>	24 %	28 %	14 %	24 %	20 %	10 %
Universitäten bzw. Forschungsinstitute	<b>17 %</b>	8 %	36 %	20 %	14 %	12 %	10 %
Journalisten	<b>16 %</b>	20 %	18 %	14 %	14 %	16 %	14 %
konfessionelle Institutionen (z.B. Kirchen)	<b>6 %</b>	4 %	16 %	6 %	4 %	6 %	2 %





# Hintergrund und Untersuchungsansatz



## Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer telefonischen Befragung unter Führungskräften in Unternehmen ab 50 Mitarbeitern aus ausgewählten Branchen zum Thema „**Digitale Ethik**“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH durchgeführt wurde.



## Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: CATI-Befragung
- Zielgruppe: Unternehmen ab 50 Mitarbeitern aus den Branchen Automobil, Pharmazeutik, industrielle Produktion, Transport und Logistik, Handel, Konsumgüter
- Ansprechpartner im Unternehmen: C-Level und erweiterte Geschäftsführung (2. und 3. Führungsebene), die die Digitalstrategie und das Thema Digitale Ethik (mit) verantworten
- Stichprobengröße: N = 300 (N = 50 je Branche)
- Erhebungszeitraum: März/April 2019
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.



# Statistik



## Anteil Investitionen in Digitalisierung Total

1-2 %	21 %
3-4 %	26 %
5-9 %	28 %
10 % und mehr	8 %
weiß nicht/keine Angabe	17 %



## Jahresumsatz in Euro Total

unter 10 Millionen	12 %
10 bis unter 50 Millionen	37 %
50 bis unter 100 Millionen	31 %
100 bis unter 500 Millionen	11 %
500 Millionen bis unter 1 Milliarde	2 %
1 Milliarde und mehr	1 %
keine Angabe	6 %



## Anzahl Mitarbeiter Total

50 bis unter 250	77 %
250 bis unter 500	15 %
500 bis unter 1.000	4 %
1.000 bis unter 5.000	3 %
5.000 bis unter 10.000	-
10.000 und mehr	1 %



## Haupttätigkeitsbereich Total

CEO	8 %
CIO	3 %
CDO	1 %
sonstige Vorstände/ Geschäftsführung	41 %
Beauftragter für Digitalisierung und/oder digitale Ethik und digitale Verantwortung	3 %
IT	32 %
Compliance	1 %
Unternehmenskommunikation/ Pressestelle	4 %
ein anderer Bereich	7 %



## Position Total

Vorstand/Geschäftsführung	18 %
2. Führungsebene	61 %
3. Führungsebene	21 %



## Branche Total

Automobil	
Pharmazeutik	
industrielle Produktion	je N = 50 (quotiert)
Transport/Logistik	
Handel	
Konsumgüter	

Basis: alle Befragten, N = 300 (Einfachnennung)







Ihre Ansprechpartnerin

## **Franziska Weyer**

PwC Marketing & Communications

Moskauer Straße 19

40227 Düsseldorf

Telefon: +49 211 981-7611

Mobil: +49 175 1100250

E-Mail: [franziska.weyer@pwc.com](mailto:franziska.weyer@pwc.com)

