Corporate Digital Responsibility für Steuerberatungen:

Mit digitaler Verantwortung die Kanzlei in die Zukunft führen

Autor: Dr. Saskia Dörr, WiseWay berät Unternehmen, Bonn

Inhalt

1 Die traditionelle unternehmerische Verantwortung der Steuerberatung 2
2 Die digitale Transformation der Steuerberatungsbranche 2
3 Neue datenbasierte Wertschöpfung 3
4 Phasen des Datenmanagements und ethische Fragen 4
5 Mehr als Datenschutz 5
6 Inklusive und faire digitale Wirtschaft und Gesellschaft gestalten 6
7 CDR als Managementkonzept 6
8 Vertrauenserhalt und weitere Wettbewerbsvorteile 8
9 CDR-Agenda bei Steuerberatungen 8
9.1 Schadensvermeidung 9
9.2 Gerechtigkeit 9
9.3 Selbstbestimmung 10
9.4 Arbeitgeber-Fürsorge am digitalisierten Arbeitsplatz 10
9.5 Digitale Inklusion 11
10 Jetzt mit CDR beginnen 11
11 Quellen 12

Zusammenfassung

Traditionell besteht die Verantwortung von Steuerberatern darin, rechtssicher, zuverlässig und streng vertraulich tätig zu sein. Die Digitalisierung verändert das Geschäftsmodell der Steuerberatung – automatisierbare Prozesse werden von Algorithmen übernommen, die Wertschöpfung entsteht zukünftig aus der Wissensgenerierung der Mandantendaten und Übernahme weiterer Dienstleistungen. Die digitale Steuerberaterkanzlei „veredelt“ Datenflüsse zwischen Mandanten, Finanzbehörde und weiteren IT-Dienstleistern. Daraus entwickeln sich Geschäftsmodelle mit einer datenbasierten Wertschöpfung. Aus dem Daten-Lebenszyklus erwachsen über den Datenschutz hinaus ethische Fragen bezüglich Schadensvermeidung, Gleichheit und Selbstbestimmung. Zugleich besteht die Chance, eine inklusive und faire digitale Wirtschaft und Gesellschaft mit zu gestalten. Von Steuerberatungen wird eine vorbildliche Rolle bei der Wertschöpfung aus Daten erwartet, die ihrer Vertrauensposition entspricht. Corporate Digital Responsibility, die freiwillige digitale Unternehmensverantwortung, stellt als Methoden und Wissen zur Verfügung, um Verantwortung in der Steuerberatung zu organisieren. Wesentliche Motivation für eine CDR ist der Erhalt des Vertrauens von Mandanten und das Erzielen weiterer Wettbewerbsvorteile. Die Themen einer CDR-Agenda von Steuerberatungen mit datenbasierter Wertschöpfung werden dargestellt und beispielhaft skizziert. Schließlich werden Schritte und Maßnahmen zur Umsetzung von CDR vorgeschlagen, um die Kanzlei mit digitaler Verantwortung in die Zukunft zu führen.

(cc) BY-NC-ND

1 Die traditionelle unternehmerische Verantwortung der Steuerberatung

Die unternehmerische Verantwortung bei der Beratung in steuerrechtlichen und betriebswirtschaftlichen Angelegenheiten liegt in der Rechtssicherheit, Zuverlässigkeit und strengen Vertraulichkeit. Kernprodukte sind die Erstellung von betrieblichen Steuererklärungen, Einkommensteuererklärungen, Lohn- und Gehaltsabrechnungen, Jahresabschlüsse sowie die Vertretung vor Finanzämtern und Gerichten. Betriebswirtschaftliche Beratungen nehmen in der Umsatzstruktur eher eine untergeordnete Rolle ein (vgl. Pöltl 2018, S. 17 f.). Vertrauen ist dabei Geschäftsgrundlage.

„Gegenseitiges Vertrauen zwischen Kundschaft und Kanzlei ist für eine erfolgreiche Zusammenarbeit unerlässlich, da stets sensible Daten verarbeitet werden.“ (Pöltl 2018, S. 17)

Als Dienstleister im Dreieck zwischen Finanzbehörde und Auftraggeber sind Steuerberatungsgesellschaften sind sie an strenge gesetzliche Vorgaben gebunden. Die elektronische Datenverarbeitung ermöglichte in den letzten Jahrzehnten den immer effizienteren Austausch der Informationen. Die Digitalisierung befördert diese Entwicklung. (Vgl. Pöltl 2018).

2 Die digitale Transformation der Steuerberatungsbranche

Mit digitaler Transformation ist die Veränderung des individuellen Lebens, von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft durch digitale Vernetzung und Digitaltechnologien gemeint.

„Durch die technologischen Möglichkeiten wird die Netzwelt in die physische Welt (rück-) integriert. Die Folge: Wir gehen nicht mehr ins Netz – so wie es Ende der 90-Jahre hieß: „Ich bin drinnen.“ – sondern wir, die Dinge und unsere Umgebung sind Teil des Netzes, das alles durchdringt.“ (Dörr 2020a, S. 11)

Digitale Transformation entsteht durch die grundlegenden Prozesse Digitalisierung, d. h. die Übersetzung bislang analog vorliegender in maschinell lesbare Informationen, durch Datafizierung d. h. der (vernetzte) Zugriff und die Verarbeitung dieser Daten und durch die Algorithmisierung, d. h. die systematische maschinelle Problemlösung. Sie betreffen alle Teile der Wirtschaft und unterschiedlichste Branchen, jedoch nicht in gleichem Maß.

Eine Reihe von Transformationsimpulsen durch die Digitalisierung betrifft die Steuerberatungen, so dass sie zu den stark betroffenen Branchen gerechnet werden kann.

„Dann kommt noch ein bisschen künstliche Intelligenz dazu und ich brauche den Steuerberater für diese Tätigkeiten nicht mehr.“ Karl-Heinz Land (Haufe Lexware 2016)

Als wesentliche Impulse für die Umgestaltung der Steuerberater-Branche werden ausgemacht:

- Sehr hohes Automatisierungspotenzial für Jobs im Bereich Buchführung, Accounting und Auditing gemäß der Studie von Frey und Osborne aus dem Jahr 2013
- Rationalisierung der Vermittlungsprozesse zwischen Mandanten und Finanzbehörde
- Technologische Möglichkeiten mit „Big Data“ enorme Datenmengen „in Echtzeit“ zu verarbeiten und mit sog. „Künstlicher Intelligenz“ zu verarbeiten und zu analysieren
- Neuerungen im Datenschutz mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) seit Mai 2018, da vertraulicher Umgang mit personenbezogenen Daten zum Kerngeschäft von Steuerberatungen gehört
- Möglichkeiten der digitalisierten Beratung, z. B. durch algorithmische Analysen, formularbasierten Assessments, Live Webinaren und virtuellen Beratungsgesprächen mit Videoconferencing-Lösungen

(cc) BY-NC-ND

- Absenkung der Markeintrittsbarrieren und neue Akteure im Markt, wie z. B. IT-Dienstleister

(vgl. Pöltl 2018, Haufe Digitale Kanzlei 2019).

Die digitale Transformation zeigt in den Steuerberatungen in Deutschland bereits deutliche Veränderungen. Im Digitalisierungsindex wies die Branche 2020 einen Wert von 112,1 auf (bei maximal 200 Punkten). Und im Durchschnitt über alle Kanzleien sehen 80 % einen sehr großen oder großen Einfluss der Digitalisierung auf das zukünftige Geschäftsmodell. Das ist ein Anstieg um 7 Prozentpunkte gegenüber 2019 (vgl. DATEV 2020).

Neue Aufgabengebiete sind dabei u. a. das digitale Kanzleimanagement, die Digitalisierung der Workflows, die Veränderung der betrieblichen Organisation innerhalb der Kanzlei und die digitale Kommunikation und Zusammenarbeit mit Mandanten (vgl. Zunke 2020). Mit der digitalen Transformation verändern sich jedoch vor allem Geschäftsmodelle, d. h. die Wertschöpfung in den Unternehmen. Zentral sind datenbasierte Geschäftsmodelle bis hin zur sog. Plattformökonomie, deren Wertschöpfung rein in der Vermittlung von Transaktionen völlig ohne Produktionsmittel besteht und die heute zu den wertvollsten Unternehmen global zählen (vgl. Dörr 2020a, S. 19 ff.).

3 Neue datenbasierte Wertschöpfung

Die Steuerberaterbranche liegen Mandanten-Informationen, die die Ausgangslage für die Tätigkeiten sind, heute bereits oft digitalisiert vor. Es ist jedoch noch großes Potenzial zur weiteren Datennutzung vorhanden.

„Allein im Hinblick auf die riesigen Datenmengen, die bisher bei den meisten Steuerberatern ungenutzt herumliegen, zeigt sich außerdem deutlich das große Potenzial der Digitalisierung.“ (Nowak 2020)

In digitalen Steuerberatungskanzleien werden Prozesse automatisiert und algorithmenbasierte Analysen angestoßen. Mit neuen digitalen Geschäftsmodellen „veredeln“ digitale Steuerberater-Kanzleien Datenflüsse zwischen Mandanten, Finanzbehörde und weiteren IT-Dienstleistern durch Sammlung, Aufbereitung, Analyse, Verbesserung der Datenqualität, Speicherung, Ermöglichung des Zugangs und der Nutzung der Daten (vgl. Dörr 2020a, S. 17 f.).

Mittels Datenanalysen und Datenanreicherung kann die Auswertung steuerlicher und betriebswirtschaftlicher Geschäftsdaten verbessert. Dabei kommen Prognose- und Entscheidungsunterstützungssysteme auf Basis von sog. „Künstlicher Intelligenz“ oder maschinellem Lernen zum Einsatz. Auf Basis ihrer Ergebnisse können weitere Dienstleistungen, wie z. B. digitalisierte Beratungen, mit hoher Effizienz angeboten werden. Insbesondere die Digitalisierung von Steuererklärung und -erhebung ist eine Chance für effiziente Einhaltung der Steuergesetzgebung.

Das Geschäftsmodell des Steuerberaters verändert sich damit grundlegend von den gesetzlich definierten Vorbehaltsaufgaben und den auf Basis der Steuerberatervergütungsverordnung (StBVV) vereinbaren Tätigkeiten hin zu einem datenbasierten Geschäftsmodell mit nutzungsbezogenen Erlösquellen. Darunter ist folgendes zu verstehen:

„Datenbasiert sind Dienstleistungen, Produkte oder Services, die bei einem Kunden Mehrwert schaffen, indem Daten, darauf basierende Modelle oder datengeneriertes Wissen als notwendiger Bestandteil der Wertschöpfung verwendet werden.“ (Swiss Alliance 2020)

Folgende Definitionen für Unternehmen mit datenbasierten Wertschöpfungsprozesse können auf Steuerberatungen zutreffen (vgl. Swiss Alliance 2020):

- **Personenbezug**: Das Unternehmen sammelt, aggregiert oder verkauft Daten von anderen Unternehmen, die dann zur Entscheidungsfindung über Personen verwendet werden, z. B. bei der Sammlung und Aggregation von Mandantendaten inklusive der Mitarbeiterdaten mit den Daten aus weiteren Quellen wie Sozialbehörden etc.

(cc) BY-NC-ND

- **Automatisierte Entscheidungssysteme als Nutzer:** Das Unternehmen nutzt von Dritten gelieferte Prognose- oder Entscheidungsunterstützungssysteme, um Entscheidungen über Personen zu treffen bzw. für Mandanten vorzubereiten, z. B. beim Einsatz von „Künstlicher Intelligenz“ zur Analyse steuerlicher Sachverhalte („Tax Data Analytics“) oder für Fragen des HR-Controllings.
- **Algorithmen, die in das Leben von Menschen eingreifen:** Das Unternehmen erstellt und/oder verwendet Produkte oder Dienstleistungen, welche mit datenbasierten Algorithmen Entscheidungen treffen, die in das Leben von Menschen eingreifen, z. B. bei algorithmischen Analysen von Daten der Lohnbuchhaltung und der Personalabteilungen der Mandanten.
- **Automatisierte Entscheidungssysteme als Anbieter:** Das Unternehmen liefert Dritten Prognose- oder Entscheidungsunterstützungssysteme, die Entscheidungen über Menschen treffen oder solche Entscheidungen unterstützen, z. B. bei der Bereitstellung von Entscheidungsunterstützungssystemen nach mandantenspezifischen Scorings von steuerlichen oder betriebswirtschaftlichen Sachverhalten.

Gesetzlich wurde dies durch die Änderung von § 11 StBerG des JStG 2019 v. 12.12.2019 ermöglicht. Darin wurde zweifelsfrei klargestellt, dass es Steuerberatern möglich ist, auch besondere Kategorien personenbezogener Daten als Verantwortliche weisungsfrei i. S. d. DSGVO zu verarbeiten. Steuerberater sind nach dem Gesetz keine Auftragsverarbeiter von Daten (vgl. Haufe Digitale Kanzlei 2021).

Damit ist Datenmanagement sowie der Einsatz von algorithmischen Prognose- oder Entscheidungsunterstützungssysteme integraler Teil des Aufgabenspektrums von digitalisierten Steuerberatungen.

4 Phasen des Datenmanagements und ethische Fragen

Die Datenwertschöpfung kann in einem Daten-Lebenszyklus strukturiert werden, die unterschiedlichen Ergebnisse und Wertbeiträge für das Unternehmen haben ist (vgl. Swiss Alliance 2020).

- Datenerzeugung und -akquirierung. Das Ergebnis besteht aus digitalisierten Informationen, d. h. Daten, die mit Metadaten angereichert sein können.
- Datenspeicherung und -management. Das Ergebnis sind Datenbanken inklusive Zugriffsregeln und entsprechenden Sicherheitsmechanismen.
- Datenanalyse und Wissensgenerierung. Das Ergebnis ist ein Datenprodukt, d. h. ein Mechanismus zur Erzeugung von Wissen aus der Datenbank oder dieses Wissen selbst mit dem Ziel, datenbasierte Wertschöpfung zu ermöglichen.
- Digitale Produkte und Services. Das Ergebnis ist die Wirkung eines Datenprodukts, d. . die Effekte von datenbasierten Produkten oder Services auf die reale Welt außerhalb des Unternehmens.

Jede Phase ist von anderen spezifischen ethischen Herausforderungen geprägt ist (vgl. Swiss Alliance 2020). In den ersten beiden Phasen ergeben sich die ethischen Fragen aus der Erhebung und Verarbeitung persönlicher Daten, z. B. welche Daten werden erfasst (z. B. Verhaltensdaten), wie sind die Datenschutzerklärungen formuliert, welche Cookies werden im System von Dritten platziert, wie sind die Zugriffsregeln auf die Daten, wie werden die Daten geschützt, wie werden die Daten mit Daten von Dritten kombiniert.

Für die anderen beiden Phasen liegt der ethische Fokus auf dem Mechanismus, der zur Wissenserzeugung genutzt wird. Dabei handelt es sich um alle Formen der Datenanalytik, für die auch Machine Learning und der sog. Künstlichen Intelligenz (KI) eingesetzt werden. Bei diesen

(cc) BY-NC-ND

„selbstlernenden“ Systeme wird die Wirkweise des Algorithmus in hohem Maße durch die Trainingsdaten bestimmt. Sie unterliegt Veränderungen, die nicht unter allen Umständen vorhersehbar sind. Es wäre unter ethischen Gesichtspunkten zu prüfen, ob die Trainings- und Anwendungsdaten einer KI zu falschen bzw. unerwünschten Einsichten bzw. Modellen führen, d. h. ob die Nutzung ethisch problematische Folgen wie Diskriminierung führen kann. (Vgl. Swiss Alliance 2020)

Steuerberatungen als Anwendende automatisierter Prognose- oder Entscheidungsunterstützungssysteme stehen vor der Herausforderung einer ethischen Auswahl und Implementierung der Systemlösungen für die Datenanalyse und Wissensgenerierung. Es besteht in der Fach-Community Einigkeit über eine Reihe grundsätzlicher ethischer Prinzipien bei der Entwicklung und Anwendung von sog. Künstlicher Intelligenz, die in zahlreichen Leitlinien aufgegriffen und detailliert werden (vgl. Dörr 2020, S. 142 ff.). Eine praktische Hilfestellung bei der Auswahl, z. B. durch einen ISO-Standard oder ein „KI-Label“ steht jedoch noch aus. Bisher gibt es keine Standards am Markt, die eine Überprüfung der Einhaltung solcher ethischen Prinzipien für eine KI-Software durch unabhängige Dritte zertifizieren.

In der letzten Phase des Daten-Lebenszyklus, der Bereitstellung von digitalen Produkten und Services, stehen deshalb die Kontrolle von unerwünschten Wirkungen oder Nebenwirkungen des digitalen Produkts oder Service sowie das Missbrauchspotenzial bei ihrer Anwendung im ethischen Fokus. (Vgl. Swiss Alliance 2020)

5 Mehr als Datenschutz

Jede Datenverarbeitung bedarf selbstverständlich einer Rechtsgrundlage. Die Europäische Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) bildet in Deutschland den Rechtsrahmen für Angebot und Nutzung datenbasierter Anwendungen. Sie gilt zwar bezüglich der eingeräumten Rechte für Verbraucher als vorbildlich, aber ihre Umsetzung lässt breiten Spielraum zwischen Legalität und ethischer Legitimität.

Ihr Kern – die „freiwillige Einverständniserklärung“ – überlässt es beispielsweise den Nutzern zu entscheiden, ob sie den Sammlungen, Analysen und Weitergabe ihrer Daten zustimmen. Aus Studien ist aber bekannt, dass Datenschutzerklärungen häufig schwer zu erfassen sind und einfach „angeklickt“ werden (vgl. Obar & Oeldorf-Hirsch 2018). Aufgrund fehlender alternativer Services stimmen diejenigen, die gerne einen digitalen Service nutzen wollen, ohnmächtig zu. Ob dieses Konzept Verbraucher und Nutzer selbstbestimmt durch einen „durchdigitalisierten“ Alltag trägt, darf mindestens bezweifelt werden (vgl. Palmetshofer et al. 2017).

Die ethischen Ansprüche in der Datennutzung beziehen sich auf die Erwartung einer Nichtschädigung als Nutzer, dem Respekt vor Selbstbestimmung und der gesellschaftlichen Gerechtigkeit (vgl. Swiss Alliance 2020, Dörr 2020b). Es obliegt dem Anbietenden, die Umsetzung des Datenschutzes dahingehend zu konkretisieren und den rechtlichen Spielraum nicht zum eigenen Vorteil auszunutzen.

„Unternehmen sind heute als gesellschaftliche Akteure jenseits rein ökonomischer Ziele und gesetzlicher Vorgaben gefordert, Universalinteressen umzusetzen.“ (Dörr 2020a, S. 8).

Es bestehen zahlreiche Bemühungen von Seite der Regulierung auf Ebene der Bundesrepublik und der Europäischen Union, mögliche Schädigungen der genannten Art für Verbraucher sowie Unternehmen durch Gesetzgebungsverfahren zu mindern, wie z. B. die Novellierung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), der Digital Services Act und der Digital Markets Act.

Aufgrund der Dynamik der globalen digitalökonomischen Entwicklung und der Trägheit von Gesetzgebungsverfahren ist abzusehen, dass zwar manche Lücke zwischen Universalinteressen und

(cc) BY-NC-ND

aktuellen Gesetzen durch weitergehende Regulierung geschlossen wird, aber auch immer wieder neue Regulierungsbedarfe entstehen werden.

6 Inklusive und faire digitale Wirtschaft und Gesellschaft gestalten

Neben den individuellen Risiken der Digitalisierung sind die sozialen Risiken Teil der globalen Nachhaltigkeitsdebatte. Sie wird durch die United Nations konzertiert und manifestiert sich in den „Sustainable Development Goals“ (SDG, Agenda 2030), die 2015 von über 190 Nationen unterzeichnet wurden (vgl. Ahrend 2020). Nachhaltigkeit im Digitalzeitalter heißt, u. a. eine inklusive digitale Wirtschaft und Gesellschaft zu gestalten, die digitalen Menschenrechte zu achten sowie digitales Vertrauen und Sicherheit zu fördern (vgl. United Nations 2020, S. 4).

Die globale Corona-Pandemie hat die Dringlichkeit der digitalen Inklusion deutlich gemacht. Sie hat uns gezeigt, wie sehr wir alle – nicht nur in der Wirtschaft – zunehmend auf digitale Technologien angewiesen sind. Sei es, um in Kontakt zu bleiben, um uns zu versorgen oder um Zugang zu Gesundheitsversorgung und Bildung zu erhalten. Mit der Digitalisierung vergrößert sich jedoch die digitale Kluft zu Milliarden Menschen insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern, die von der digitalen Wirtschaft ausgeschlossen sind (vgl. World Benchmark Alliance 2020). Und auch bei uns vergrößert sich der Abstand zwischen denen, die „an der zunehmenden Digitalisierung in irgendeiner Form teilhaben“ und jenen, die „im digitalen Abseits stehen“ – immerhin 18 % der Deutschen (vgl. D21 Initiative 2020, S. 7).

Digitalisierung ist in einer Vertrauenskrise. Das Vertrauen in die Technologie schwindet, da Bürger, Verbraucher und Regierungen die Risiken und Schäden ihrer ungeprüften und unkontrollierten Anwendungen erkennen (vgl. World Benchmarking Alliance 2020). Viele in Deutschland haben Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit digitaler Services: 53 % der Bürger meinen, Unternehmen kommen ihrer digitalen Verantwortung (eher) nicht nach (vgl. Thorun et al. 2018) und 61 % der Deutschen würden aufhören bei einem Unternehmen zu kaufen, das ihre Daten nicht adäquat schützt (vgl. Veritas 2018).

Digitale Ungleichheit ist wesentliches Risiko für eine zunehmende Fragmentierung der Gesellschaften global mit möglichen schwerwiegenden Folgen für Wohlergehen, Demokratie, Zusammenhalt und Weiterentwicklung Die Befragten des „Global Risks Perception Survey“ bewerteten „digitale Ungleichheit“ sowohl als kritische Bedrohung für die Welt in den nächsten zwei Jahren als auch als siebtwahrscheinlichstes langfristiges Risiko. Davor steht als größtes Risiko die globale Klimakrise sowie die Coronakrise (vgl. World Economic Forum 2021).

Nachhaltigkeit zu fördern und damit die Erreichung der Sustainable Development Goals bis zum Jahr 2030 zu ermöglichen, ist moralischer Imperativ unserer Zeit (vgl. Dörr 2020. S. 2 ff.). Durch die Coronakrise wurde der Wunsch der Menschen nach Wandel weltweit verstärkt: 86 % wollen signifikante Veränderungen, um die Welt nach COVID-19 gerechter und nachhaltiger zu machen (vgl. World Economic Forum 2020).

Mit der wirtschaftlichen Nutzung von Daten gehen wirtschaftsethische Dilemmata sowie Herausforderungen für die nachhaltige Entwicklung einher (vgl. Dörr 2020b). Von Steuerberatungen wird aufgrund ihrer Vertrauensstellung für Mandanten und ihre Mitarbeiter aufgrund des Umgangs mit höchst sensiblen Daten eine vorbildliche Haltung erwartet, die über das gesetzlich Geforderte hinaus geht. Zugleich besteht die Chance, eine inklusive und faire digitale Wirtschaft und Gesellschaft mit zu gestalten.

7 CDR als Managementkonzept

(cc) BY-NC-ND

Die Verantwortung für eine wünschenswerte digitale Zukunft ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Unternehmen kommt jedoch aufgrund des Vorteils, den sie aus der Digitalisierung ziehen, eine besondere Rolle zu. Immer mehr Unternehmen nehmen daher ihre Verantwortung wahr und integrieren diese neuen gesellschaftliche Ansprüche in ihr Unternehmenshandeln.

Corporate Digital Responsibility (CDR) bezeichnet die erweiterte Perspektive der verantwortungsvollen Unternehmensführung in der digitalen Welt dar. Sie setzt die Ansprüche der Ethik methodisch um und unterstützt bei der Organisation von Verantwortung im Unternehmen (vgl. Dörr 2020, Lobschat 2020).

Corporate Digital Responsibility (CDR) wird aktuell folgendermaßen definiert: CDR gehört als Bereich zu einer umfassenden Unternehmensverantwortung (Corporate Responsibility, CR) in einer zunehmend digitalisierten Wirtschaft und Gesellschaft. Es handelt sich um „freiwillige unternehmerische Aktivitäten im digitalen Bereich, die über das heute gesetzlich Vorgeschriebene hinausgehen und die digitale Welt aktiv zum Vorteil der Gesellschaft mitgestalten.“ (vgl. Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz 2018, S. 1).

CDR bezieht sich einerseits auf die Beachtung digitaler Nachhaltigkeit (d. h. die Nachhaltigkeit von Daten und Algorithmen, vgl. Stürmer et al. 2017, Smart-Data-Begleitforschung 2018) und andererseits auf Berücksichtigung der sozialen, ökonomischen und ökologischen Wirkungen digitalen Unternehmenshandelns in der Welt (vgl. Esselmann und Brink 2016, Thorun et al. 2018).

CR richtet sich am Leitbild der Nachhaltigkeit aus und entsteht durch Übernahme von Verantwortung für wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Wirkungen sowie die Lösung der Zielkonflikte. Bei CDR wird die Perspektive um Wirkungen im digitalen Bereich erweitert.

Wesentliche Kernaspekte der CDR sind:

- CDR ist freiwillig und geht über gesetzliche Verpflichtungen, wie z. B. des Datenschutzes, hinaus.
- CDR entwickelt Corporate Responsibility weiter und kann sich auf ihre Methoden und Erkenntnisse abstützen.
- CDR kann politische Verantwortung ergänzen, nicht ersetzen.
- Handlungsfelder der CDR dienen als praktische Basis für die Entwicklung von Aktivitäten.
- CDR-Strategien sind vielfältig und beruhen auf unternehmerischer Initiative.
- Unternehmen prägen durch ihre CDR-Aktivitäten ihr Umfeld.
- CDR bringt Wettbewerbsvorteile für die Unternehmen mit sich.
- CDR für den Mittelstand ist in Entwicklung – noch gibt es keine Standards.
- CDR ist ein Beitrag zur technologischen Souveränität Europas.

Unternehmen, die digital verantwortlich handeln möchten, beginnen mit der Kernfrage: Wie wirkt sich unsere digitale Transformation bzw. das neue Geschäftsmodell auf Kunden, Mitarbeiter, Gemeinschaft, Umwelt und Klima aus? Die betrachten also die vier Stakeholder-Perspektiven der Corporate Responsibility (CR, vgl. Dörr 2020, S. 99 ff.). Unternehmerische Verantwortung ist zwar nicht verhandelbar, jedoch sind die Erwartungen an die Umsetzung in einem Unternehmen abhängig von den vorhandenen Ressourcen und damit von der Unternehmensgröße.

Bisher gibt es keine Management-Standards für CDR. Unterschiedliche Richtlinienvorschläge liegen vor, z. B. für Digital- und E-Commerce-Unternehmen (vgl. BVDW 2020), international tätige Konzerne (vgl. Econsense 2020) oder börsengehandelte Unternehmen (vgl. Ethos 2020). Es ist zu erwarten, dass sich weitere Standards für Branchen oder Anwendungsfelder entwickeln. Für die Steuerberatungen bestehen solche Ansätze nach meiner Kenntnis bisher nicht. Jedoch engagieren

(cc) BY-NC-ND

sich auch die „Big Four“ für das Thema, weshalb auch hier mit weiteren Entwicklungen zu rechnen ist (vgl. Andersen 2021, PWC 2020).

Sowohl CR als auch Nachhaltigkeitsmanagement gehören heute zum freiwilligen unternehmerischen Handeln von Steuerberatungen (vgl. Ahrend 2020, Kettler & Kleinfeld 2020). Umso mehr gilt dies für die Corporate Digital Responsibility, die eng mit der aktuell laufenden digitalen Transformation einhergeht, und weitere unternehmerische Potenziale birgt.

8 Vertrauenserhalt und weitere Wettbewerbsvorteile

Dieses Vertrauen von Kunden, Mitarbeitern und anderen Stakeholdern zu erhalten ist wesentlichen Treiber für CDR-Management. Wendet man die Ergebnisse einer Studie der Swiss Digital Initiative zum Thema Kundenvertrauen in digitale Services auf Steuerberatungen an, dann verfügen sie über eine sehr gute Ausgangbasis (vgl. Swiss Digital Initiative 2020, S. 10). Positiv auf das Vertrauen wirken Faktoren wie Vertrautheit mit und Zuverlässigkeit des Unternehmens sowie Präsenz in der Offline-Welt. Beide Faktoren sind bei Steuerberatungen gegeben sind. Das Vertrauen wird negativ beeinflusst, wenn Daten Teil des Geschäftsmodells sind, wenn persönliche Daten abgegeben werden und es sich dabei um sensible Daten handelt. Es kann davon ausgegangen werden, dass dies bei unternehmens- und mitarbeiterbezogenen Finanzdaten der Fall ist. Danach würde das Vertrauen in Steuerberatungen durch die digitale Transformation verringert. Dem kann unternehmensseitig positiv durch Bemühungen bzw. Investitionen in Sicherheit und Privatsphäre sowie Transparenz und vertraulichem Umgang mit Daten entgegengewirkt wird. Dies kann im CDR-Management gebündelt und organisiert werden.

CDR ist eine Investition in das Vertrauen von Mandanten und damit in zukünftige vertrauensvolle Kooperation (vgl. Suchanek 2020). Sie bildet neben der digitalen Transformation selbst die Grundlage für Zukunftsfähigkeit und sichert den Zugang bzw. die Bindung der Mandanten.

Neben dem Vertrauensaufbau bringt CDR weitere Wettbewerbsvorteile, d. h. der Steuerberatung kann es gelingen, sich dadurch vom Wettbewerb für einen besseren Zugang zu Mandanten sowie zu Talenten und Fachkräften zu differenzieren (vgl. Esselmann et al. 2020).

Diese weiteren Wettbewerbsvorteile sind:

- Bereitstellung von Informationen zu den gesellschaftlichen Wirkungen in der Datenwertschöpfung als Grundlage für Entscheidungen (siehe oben).
- Stärkung der Innovationsfähigkeit durch eine frühe Auseinandersetzung mit ethischen Ansprüchen, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Das fördert Innovationen und macht sie damit die Steuerberatung fit für die Zukunft.
- Absicherung von Risiken, weil mögliche regulatorische Entwicklungen frühzeitig erkannt und berücksichtigt werden. Mit CDR können Selbstverpflichtungen entwickelt werden, die gesetzgeberische Maßnahmen möglicherweise unnötig machen.
- Umsetzung einer konsequenten Wertorientierung im Unternehmen auch in der digitalen Transformation. Das stärkt die Unternehmens- bzw. Kanzleikultur. Für die Akquise von Talenten und Nachwuchskräften und das Halten von Mitarbeitenden kann CDR Motivation sein, da eigenes Verantwortungsbewusstsein bestätigt wird. Die Steuerberatung kann sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren.

Insgesamt kann so die Marke der Steuerberatung gestärkt werden. Welche Themen die CDR-Agenda bei Steuerberatungen behandeln kann, wird im Folgenden behandelt.

9 CDR-Agenda bei Steuerberatungen

(cc) BY-NC-ND

Eine CDR-Agenda kann Steuerberatungen dabei unterstützen, die Art und Weise der Unternehmensführung im datenbasierten Geschäftsmodell mit den Erwartungen und Werten von Kunden und Mitarbeitenden abzustimmen. Diese sind Schadenvermeidung, Gerechtigkeit und Selbstbestimmung als die Kern-Herausforderungen in der Datafizierung der Kundenbeziehung (vgl. Swiss Alliance 2020, Ethos 2020), die Arbeitgeberfürsorge am digitalisierten Arbeitsplatz und die Förderung der digitalen Inklusion. Die Stakeholder-Perspektiven der Corporate Responsibility werden abgedeckt. Was genau unter den einzelnen Punkten der Agenda zu verstehen ist, wo sie wirksam werden und wie sie beispielhaft umgesetzt werden, wird im Folgenden beschrieben.

9.1 Schadensvermeidung

Schadensvermeidung meint, grundlegende Schäden durch Digitalisierung von Individuen und Gesellschaft abzuwenden. Beim Schutz der Individuen geht es hier um Einsatz von Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen entlang des Daten-Lebenszyklus (siehe oben), die (weit) über das gesetzlich Geforderte hinaus gehen.

Zum Beispiel kann durch die Art der Datenerhebung Schaden beim Nutzer vermieden werden. So kann auf Praktiken verzichtet werden, bei denen er technisch gezwungen oder aufgefordert („Nudging“) wird, mehr Daten als nötig Preis zu geben. Eine einfache Formulierung der Datenschutzbestimmungen kann zu einer bewussten Entscheidung führen.

Prognose- oder Entscheidungsunterstützungssystemen können vor ihrem Einsatz auf ihre „ethische Qualität“ geprüft werden und Risiken in der Handhabung gemindert werden. Gleiches gilt für die Missbrauchspotenziale von eingesetzten oder selbst angebotenen datenbasierten Produkten und Services. Erweiterte Maßnahmen zur Cybersecurity können sicherstellen, dass mit gespeicherten Daten kein Schaden angerichtet werden kann. Es kann auch darauf geachtet werden, die Nutzung neuer Technologien zu vermeiden, die nicht mit einer nachhaltigen Entwicklung vereinbar sind. Dies betrifft insbesondere Überwachungsaktivitäten, die Gesichtserkennung nutzen oder darauf abzielen, die Meinungsfreiheit einzuschränken, sowie die Entwicklung oder den Einsatz von autonomen Waffen, die Förderung sensibler oder verbotener Inhalte und sogar Aktivitäten, die darauf abzielen, das Verhalten auf versteckte Weise zu beeinflussen.

Zur Vermeidung von gesellschaftlichem Schaden gehören auch erweiterte Aktivitäten zum Klimaschutz beim Einsatz digitaler Technologien, wie z. B. Cloud-basierter Software oder KI. Digitalisierung mit ihrem enormen und sich massiv steigernden Stromverbrauch kann schlimmstenfalls als „Brandbeschleuniger“ des menschgemachten Klimawandels fungieren. Dies kann mit Maßnahmen zur Minderung des „Klimafußabdrucks“ der Steuerberatung, z. B. mit der Wahl von „grünen Rechenzentren“ und eigener Ökostrom-Nutzung umgesetzt werden.

9.2 Gerechtigkeit

Unter der ethischen Grundorientierung Gerechtigkeit ist zu verstehen, für eine gerechte Verteilung von Nutzen und Lasten bei der Anwendung von datenbasierten Services zu sorgen. Gleichheit, Fairness und Solidarität sind die hier geltenden Maßstäbe.

Zur Umsetzung von Gleichheit als Wert ist sicherzustellen, dass digitale Services ohne wirtschaftliche oder soziale Benachteiligung oder ohne Einschränkungen in der persönlichen Entscheidungsfreiheit genutzt werden können. Kritisch ist dies beim Einsatz von Prognose- und Entscheidungssystemen, die auf KI basieren. Aktuell wiederholt KI – ob bei Gesichtserkennung oder Sprache – bestehende Diskriminierungsmuster und verstärkt sie sogar (vgl. Hardesty 2018, Köchling et al. 2020, Schreiner 2021). (Branchen-) Standards für den Einsatz von KI-basierter Software in der Steuerberatung, die Bias und Diskriminierung verhindern, bestehen bisher nicht. Diese könnten Qualitätskriterien für einen Einsatz von Prognose- und Entscheidungssystemen darstellen.

(cc) BY-NC-ND

Fairness kann dadurch erzielt werden, dass beispielsweise Mandanten transparente Informationen zur Nutzung und Weitergabe ihrer Daten an Dritte erhalten. Gleiches kann auch für die Mitarbeiter von Mandanten gelten, deren Daten z. B. in der Lohnbuchhaltung verarbeitet werden. Maßgabe ist jeweils eine faire Gegenleistung für die Erlaubnis die personenbezogenen Daten verwenden zu dürfen, anzubieten. Lock-in-Situationen können vermieden werden, indem z. B. bei Nichteinwilligung zur Nutzung ein reduziertes Servicelevel angeboten wird.

Ungenutzte Daten bergen ungenutzte Potenziale. Solidarität kann z. B. durch die Veröffentlichung von selbst generierten statistischen Daten zur gemeinschaftliche Nutzung erzielt werden („Open Data"). Dabei geht es darum die Nutzung bestehenden digitalen Wissens für Wissenschaft und Zivilgesellschaft zu ermöglichen.

9.3 Selbstbestimmung

Selbstbestimmung zu achten, bedeutet Individuen und Gemeinschaften ein selbstbestimmtes Handeln ermöglichen und Freiheit, Privatsphäre und Würde zu respektieren. Digitale Selbstbestimmtheit kann z. B. durch eine individuelle Konfiguration von digitalen Services ermöglicht werden, durch einfachen Zugang und auch eine einfache Beendigung des digitalen Service mit Transfer der Daten.

Respekt vor der Privatsphäre heißt, auf die Aufzeichnung bestimmter personenbezogener Informationen grundsätzlich zu verzichten. Dazu gehört beispielsweise die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gruppe, zu einer Religionsgemeinschaft oder zu einer Geschlechtergruppe.

Eine Informationspraxis, die mit Kunden auf Augenhöhe agiert, respektiert ihre Würde als gleichberechtigte Partner. Dazu gehört zum Beispiel, eine umgehende und transparente Information, wenn selbst gesteckten Maßstäbe nicht nachgekommen werden konnte und z. B. Datensicherheitslücken entstanden sind oder das Unternehmen Teil eines Hackerangriffs wurde. Rechenschaft zu Maßnahmen und Fortschritten bei der Umsetzung von digitaler Verantwortung kann im Rahmen eines Nonfinancial-Reportings oder Nachhaltigkeitsberichts abgelegt werden.

9.4 Arbeitgeber-Fürsorge am digitalisierten Arbeitsplatz

Durch die digitale Transformation verändert sich das Unternehmen, die betriebliche Zusammenarbeit sowie die Jobprofile der Steuerberater. Die Verantwortung liegt hier in der sozial verantwortlichen Transformation, in einer fairen Automatisierung, Erweiterung der Beschäftigtenperspektive auf Crowdworker sowie Datenschutz am Arbeitsplatz.

Bei einer sozial verantwortlichen Transformation wird den Beschäftigten die Möglichkeit zur Weiterentwicklung und Erlangung neuer beruflicher Qualifikationen gegeben, um ihre Beschäftigungsfähigkeit zu sichern. Falls ein Stellenabbau nötig wird, kann dieser sozial verträglich gestaltet werden. Gerade bei der verstärkten Nutzung digitaler Mittel und ihren bekannten Gefahren wird insbesondere Wert auf psychischen und mentalen Arbeitsschutz gelegt.

Eine faire Automatisierung bedeutet, die Fürsorge des Arbeitgebers auch bei Nutzung einer automatisierten Entscheidungsfindung (Automated Decision Making), z. B. im Personalbereich, anzuwenden. Hier kann vorab geklärt ist, dass die Anwendung diskriminierungsfrei ist und die Persönlichkeit der Bewerber oder Mitarbeiter respektiert. Je nach Anwendungszweck sind dafür eine Information über Trainingsdaten und Entscheidungskriterien sowie die proaktive Prüfung von Daten und Systemen auf Diskriminierung notwendig. Die Verantwortung für die Ergebnisse einer ADM-Lösung kann nicht auf den Anbieter übertragen werden. Es besteht die Möglichkeit, diese Fürsorge auch auf nichtfestangestellte Mitarbeiter auszuweiten, d. h. neue freie Beschäftigungsformen, die mit der Digitalisierung zunehmen und die nicht unter betriebliche Regelungen fallen.

Für den Datenschutz der Beschäftigten am Arbeitsplatz können strenge Auslegungsregelungen gelten. Beispielsweise kann auf einen Machtmissbrauch als Arbeitgeber durch sog. „freiwillige

(cc) BY-NC-ND

Zustimmung“ verzichtet werden. Möglicherweise sollte die Datenpraxis bereits im Zuge eines Rekrutierungsverfahrens thematisiert werden, um dies zum Teil der Entscheidung für einen Arbeitgeber zu machen.

9.5 Digitale Inklusion

Digitale Inklusion ist auf einen unternehmerischen Beitrag ausgerichtet, der eine Teilhabe an der digitalen Wirtschaft und Gesellschaft ermöglicht. Sie bezieht sich auf gesellschaftliches Engagement zur Stärkung digitaler Fähigkeiten („digital literacy“), der digitalen Inklusion benachteiligter Gruppen, wie Älterer und Frauen sowie marginalisierter Gruppen und einem inklusiven Design von Apps bzw. Webanwendungen.

Ein Engagement zur Stärkung digitaler Fähigkeiten kann beispielweise darin bestehen, vorhandenes Knowhow zur Nutzung digitaler Medien und Tools oder auch zu Datenschutz für die Öffentlichkeit zu öffnen und weiter zu geben. Digitale Inklusion Benachteiligter kann gefördert werden, indem z. B. Hardware in ein Pflegeheim gespendet wird oder Mitarbeiter Senioren beim digitalen Kontakt mit der Familie oder beim Online-Einkauf zur Seite stehen.

Bei eigenen Apps bzw. Webanwendungen kann auf ein inklusives Design geachtet werden. Darunter versteht man das Ziel, Anwendungen und Produkte zu entwickeln, die die gesamte Bandbreite menschlicher Vielfalt nutzt und möglichst niemanden von der Nutzung ausschließt. Ein Anfang wäre, z. B. ein barrierearmes Design für Sehbehinderte oder die Gestaltung von (Web-) Formularen für Menschen mit Aufmerksamkeitsproblemen. Ein inklusiver Designansatz für Menschen mit dauerhaften Behinderungen führt zu Designs, von denen alle Nutzerprofitieren (vgl. Microsoft 2018).

10 Jetzt mit CDR beginnen

CDR könnte bei all den zusätzlichen Belastungen durch die digitale Transformation als weiterer „Bremsklotz“ eingeschätzt werden. Das ist nicht der Fall: CDR beschleunigt die Transformation, denn sie thematisiert vorhandene und aktuell oft unterschätzte Barrieren und sie stärkt die Wettbewerbsfähigkeit. Denjenigen Steuerberater, die die Zukunft ihrer Kanzlei in einem datenbasierten Geschäftsmodell sehen, ist daher angeraten, CDR umgehend in Kanzleiführung und -management aufzunehmen.

„Der, der vorneweg geht, hat eine echte Chance zum leader zu werden. Wer hinterherläuft, also immer nur das macht, was er gerade machen muss, um zu überleben, für den wird es sehr tragisch enden.“ Karl-Heinz Land

Folgende Schritte werden empfohlen, um mit CDR in der Steuerberatung zu beginnen:

- Voraussetzung prüfen: Sind gelebte Werte und ethischen Orientierungen ein Teil des Kanzleimanagements? Eine solche Werteorientierung ist die Voraussetzung für CDR.
- Knowhow aufbauen: Bauen Sie im Unternehmen Knowhow zur CDR auf – sowohl in der Geschäftsführung als auch den Beschäftigten. Zum Beispiel nehmen Sie den „Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility“ (vgl. Dörr 2020) zur Hand oder besuchen ein Online-Seminar zum Thema.
- Aktivitäten sammeln: Welche Projekte und Maßnahmen zur Datenwertschöpfung gibt es bereits? Welche Veränderung hin zu einem digitalen Geschäftsmodell laufen? Erkunden Sie digitale Aktivitäten und ihre Verbindung zur CDR-Agenda.
- Verantwortung zuweisen: Weisen Sie die CDR-Verantwortung einem Entscheider in der Geschäftsführung zu und benennen Sie unter den Beschäftigten eine/n CDR-Beauftragte/n.
- Sensibilisieren: Sprechen Sie über CDR mit Beschäftigten, Mandanten und Geschäftspartnern. Diskutieren Sie und holen Sie die Meinung ein.

(cc) BY-NC-ND

- Strategieentwicklung beginnen: Priorisieren Sie die Bedeutung einzelner CDR-Themen für die Kanzlei. Was ist relevant? Was honorieren ihre Mandanten? Entwickeln Sie erste Ideen zu unternehmerischen und gesellschaftlichen Zielen.
- Verbündete finden: Nutzen Sie Netzwerke und Partnerschaften zur Bearbeitung der CDR-Themen.

Um den Einstieg professionell zu strukturieren kann der „CDR-Check für Unternehmen mit datenbasierter Wertschöpfung“ unterstützen. Die Potenzialanalyse über sechs Messbereiche mit 24 Indikatoren hilft dabei, einen Überblick über die Anforderungen der CDR zu gewinnen, den Status Quo zu bewerten und die Handlungsfelder zu identifizieren (vgl. Dörr in Vorbereitung).

Eine eigene strategische Positionierung zu CDR-Themen stellt einen weiteren wichtigen Meilenstein dar. Sie kann beispielsweise in einem Digital-Responsibility-Kodex mit Geschäftsprinzipien für eine fairere und inklusivere Digitalisierung gebündelt werden. Eine solche Selbstverpflichtung kann zur Öffentlichkeitsarbeit und Markendifferenzierung genutzt werden.

Ziel sollte es sein, auf konkrete Umsetzungsschritte der CDR hinzuarbeiten, die eng mit den Digitalisierungsprojekten und Digitalisierungsmaßnahmen verknüpft sind. Es geht dann nicht mehr nur um die Frage „Welchen zusätzlichen Service können wir wie datenbasiert anbieten?“, sondern auch um die Frage „Wie gestalten wir den datenbasierten Service inklusiv, fair und mit Respekt für Mandanten und deren Mitarbeiter?“. Dann wäre die Grundlage gelegt, um die Kanzlei mit digitaler Verantwortung in die Zukunft zu führen.

11 Quellen

Ahrend, K M (2020) Nachhaltigkeit – Eine Einführung für Steuerkanzleien. Haufe Digitale Kanzlei. HI13854975. Zugegriffen 24.01.2021

Andersen N (2021) Corporate Digital Responsibility. Verantwortungsvolle Digitalisierung – Herausforderung und Chance für deutsche Unternehmen. https://www2.deloitte.com/de/de/pages/innovation/contents/redesigning-corporate-responsibility.html. Zugegriffen 22.01.2021

Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz (2018) Corporate Digital Responsibility-Initiative: Digitalisierung verantwortungsvoll gestalten Eine gemeinsame Plattform. https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/News/Artikel/100818_CDR-Initiative.pdf?__blob=publicationFile&v=3. Zugegriffen 20.01.2021

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. (2020) CDR Building Bloxx – Das Framework für Strategie & Umsetzung der Corporate Digital Responsibility (CDR). https://www.bvdw.org/veroeffentlichungen/publikationen/detail/artikel/cdr-building-bloxx-das-framework-fuer-strategie-umsetzung-der-corporate-digital-responsibility-c/ Zugegriffen 20.01.2021

D21 Initiative (2020) D21 Digital Index 2019/2020. https://initiatived21.de/publikationen/d21-digital-index-2019-2020/. Zugegriffen 22.01.2021

DATEV (2020) Der DATEV-Digitalisierungsindex für die Steuerberaterbranche. Stand September 2020. https://www.datev.de/web/de/aktuelles/datev-branchenmonitor/datev-digitalisierungsindex/. Zugegriffen 15.01.2021

Dörr S (2020a) Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility. Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement im Digitalzeitalter. Wiesbaden: Springer Gabler. https://www.springer.com/de/book/9783662605912. Zugegriffen 20.01.2021

Dörr S (2020b) „Corporate Digital Responsibility“: Digitale Unternehmensverantwortung für eine nachhaltige Wertschöpfung aus Daten. Datenschutz für Praktiker 11 2020, S. 8-11.

(cc) BY-NC-ND

https://wiseway.de/wp-content/uploads/2020/11/Dr_Saskia_Doerr_CDR_final.pdf. Zugegriffen 16.01.2021

Dörr S (in Vorbereitung) CDR-Check für Unternehmen mit datenbasierter Wertschöpfung. https://cdr-check.de

Econsense e. V. (2020) econsense-Blueprint zur Umsetzung digitaler Verantwortung in Unternehmen. https://econsense.de/app/uploads/2020/11/201119_econsense_Blueprint_D.pdf. Zugegriffen 20.01.2021

Esselmann F, Brink A (2016) Corporate Digital Responsibility: Den digitalen Wandel von Unternehmen und Gesellschaft erfolgreich gestalten. Spektrum 12:38–41

Esselmann F, Golle D, Thiel D., Brink A. (2020) Corporate Digital Responsibility. Unternehmerische Verantwortung als Chance für die deutsche Wirtschaft. Positionspapier Zentrum Digitalisierung.Bayern. https://www.bayern-innovativ.de/services/asset/pdf-dokumente/zentrum-digitalisierung-bayern/verbraucherbelange/Positionspapier-Corporate-Digital-Responsibility.pdfZugegriffen 22.01.2021

Ethos (2020) Ethos Engagement Paper. Corporate digital responsibility. https://ethosfund.ch/sites/default/files/2020-11/EngagementPaper_ResponsabiliteNumerique_EN_FINAL.pdf. Zugegriffen 22.01.2021

Hardesty L (2018) Study finds gender and skin-type bias in commercial artificial-intelligence systems. MIT Office News 11.02.2018. https://news.mit.edu/2018/study-finds-gender-skin-type-bias-artificial-intelligence-systems-0212. Zugegriffen 22.01.2021

Haufe Digitale Kanzlei (2019) Big Data als Entscheidungsunterstützung: Herausforderungen und Potenziale. HI7184194. Zugegriffen 3.12.2020)

Haufe Digitale Kanzlei (2021) Datenschutz und Datenschutzbeauftragte in der Steuerkanzlei. HI1252345. Zugegriffen 05.01.2021

Haufe Lexware (2016) Was der digitale Wandel für Steuerberater bedeutet. Ein Interview mit Karl-Heinz Land. https://shopmedia.haufe-group.com/media/esales/landingpages/zukunft/pdf/Digitaler-Wandel-Steuerberater_KH-Land.pdf. Zugegriffen 15.01.2021

Kettler A, Kleinfeld A (2020) Corporate Social Responsibility. Haufe Digitale Kanzlei. Zugegriffen 11.1.2021

Köchling A, Riazy S, Wehner MC, Simbeck K (2020) Highly Accurate, But Still Discriminatory. *Bus Inf Syst Eng* (2020). https://doi.org/10.1007/s12599-020-00673-w. Zugegriffen 18.01.2021

Lobschat, L, Mueller B, Eggers F, Brandimarte L, Diefenbach S, Kroschke M, Wirtz J (2020) Corporate digital responsibility. Journal of Business Research. Schneider A, Schmidtpeter R (Hrsg) Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Heidelberg: Springer Gabler. https://www.researchgate.net/publication/336262099_Corporate_Digital_Responsibility Zugegriffen: 20.01.2021

Microsoft (2018) Inclusive Design. https://www.microsoft.com/design/inclusive/. Zugegriffen 20.01.2021

Nowak S (2019) Digitalisierung in der Steuerberatung: Chancen und Herausforderungen. https://www.haufe.de/taxulting/die-digitalisierung-in-der-steuerberatung_484580_490402.html. Zugegriffen 20.01.2021

(cc) BY-NC-ND

Obar J A, Oeldorf-Hirsch A (2018) The Biggest Lie on the Internet: Ignoring the Privacy Policies and Terms of Service Policies of Social Networking Services. Information, Communication & Society, S. 1-20. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2757465. Zugegriffen: 22.01.2021

Palmetshofer, W., Semsrott, A., Alberts, A. (2017) Der Wert persönlicher Daten. Ist Datenhandel der bessere Datenschutz? Herausgegeben vom Sachverständigenrat für Verbraucherfragen beim Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. https://www.svr-verbraucherfragen.

de/wp-content/uploads/Open_Knowledge_Foundation_Studie.pdf. Zugegriffen 16.01.2021

Pöltl A (2018) Einfluss der Digitalisierung auf die Steuerberatung. Masterarbeit. Karl-Franzens-Universität Graz. https://unipub.uni-graz.at/obvugrhs/content/titleinfo/2945844. Zugegriffen 14.01.2021

PWC (2020) Corporate Digital Responsibility. https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/corporate-digital-responsibility-cdr.html. Zugegriffen 20.01.2021

Schreiner M (2021) OpenAI: GPT-3 ist der ultimative Vorurteilsgenerator. Mixed vom 22.01.2021.

https://mixed.de/openai-gpt-3-ist-der-ultimative-vorurteilsgenerator/. Zugegriffen am 22.01.2021

Smart-Data-Begleitforschung (2018) Corporate Digital Responsibility. Fachgruppe Wirtschaftliche Potenziale und gesellschaftliche Akzeptanz. https://www.digitale-technologien.de/DT/Redaktion/DE/Downloads/Publikation/2018_02_smartdata_corporate_digital_responsibility.pdf?__blob=publicationFile&v=8.Zugegriffen 20.01.2021

Stürmer M, Abu-Tayeh G, Myrach T (2017) Digital sustainability: basic conditions for sustainable digital artifacts and their ecosystems. Sustainability Science 12:247–262 https://link.springer.com/article/10.1007/s11625-016-0412-2. Zugegriffen 20.01.2021

Suchanek A (2020) CDR: primum non nocere. In Bertelsmann Stiftung, Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik. Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel. Ein Debattenbeitrag zur Corporate Digital Responsibility. Bertelsmann: Gütersloh, S. 17-22. https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/unternehmensverantwortung-im-digitalen-wandel-all-1. Zugegriffen am 22.12.2020

Swiss Alliance for Data-Intensive Services (2020) Ethik-Kodex für datenbasierte Wertschöpfung. www.data-innovation.org. Zugegriffen am 22.12.2020

Swiss Digital Initiative (2020) Digital trust from the customer's perspective. A qualitative study in Switzerland. https://digitalswitzerland.com/wp-content/uploads/2020/01/Booklets-Key-Findings-Digital-Trust.pdf. Zugegriffen 14.01.2021

Thorun C, Kettner SE, Johannes Merck J (2018) Ethik in der Digitalisierung. Der Bedarf für eine Corporate Digital Responsibility. WISO direkt. Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn. http://library.fes.de/pdf-files/wiso/14691.pdf. Zugegriffen 20.01.2021

United Nations (2020) Report of the Secretary-General. Roadmap for Digital Cooperation. https://www.un.org/en/content/digital-cooperation-roadmap/assets/pdf/Roadmap_for_Digital_Cooperation_EN.pdf. Zugegriffen 22.01.2020

Veritas (2018) Global Data Privacy Consumer-Studie.

World Economic Forum (20202) An overwhelming majority of people want real change after COVID-19. https://www.weforum.org/agenda/2020/09/sustainable-equitable-change-post-coronavirus-survey/. Zugegriffen. 22.01.2021

World Economic Forum (2021) Global Risk Report. https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2021. Zugegriffen 20.01.2021

(cc) BY-NC-ND

Zunke S (2020) Was eine digitale Kanzlei ausmacht. https://www.haufe.de/taxulting/zukunftskanzlei-2025-digitalisierungsgrad-in-kanzleien_484580_510396.html. Zugegriffen 20.01.2021

(cc) BY-NC-ND