

AMPULS

DAS **ACTINEO** MAGAZIN

S.02 TREND

WETTBEWERB DER WERTE

S.04 ZUM THEMA

PERSONENSCHADEN 4.0

S.05 IM GESPRÄCH

CHRISTIAN HUND
LEITER IT BEI ACTINEO

TREND

WETTBEWERB DER WERTE

Von Prof. Dr. Dr. Alexander Brink, Universität Bayreuth
Dr. Frank Esselmann, concern

Die Ausgangslage: „Eine Straßenbahn rast auf eine Gruppe von fünf Menschen zu. Durch Umstellen einer Weiche können die fünf Menschen gerettet werden, aber ein anderer Mensch würde sterben. Was würden Sie tun?“

Entscheidungssituationen wie diese sind längst in der Tagespresse und in Ethikkommissionen angekommen, denn die Digitalisierung greift tiefer in das Leben der Menschen ein als technische Innovationen früherer Perioden. (Teil)autonome Autos, virtuelle Assistenten, Smart-Home-Techniken, Wearables und neue Behandlungsformen in der Medizin bestimmen zu einem erheblichen Teil unser Leben. Doch mit all diesen Tech-

niken stellen sich zunehmend drängende Fragen nach der Privatsphäre, Sicherheit, Selbstbestimmung und Gerechtigkeit – mit anderen Worten: nach den zu Grunde liegenden Werten.

Die Auseinandersetzung mit Werten ist nicht neu; mit der exponentiellen Zunahme des technisch Machbaren und der Übergabe von menschlicher und institutioneller Verantwortung an Algorithmen verschärft sie sich jedoch gravierend. Das Publikum spaltet sich: Technikскеptiker sehen in der Entwicklung eine Bedrohung für die Menschlichkeit, Technikbefürworter prognostizieren eine goldene Zukunft. Wie kann sich in dieser Situation ein Konsens herausbilden?

>> weiter auf S. 02



TREND

WETT- BEWERB DER WERTE

>> Fortsetzung von S. 01



DR. FRANK ESSELMANN

PROF. DR. DR.
ALEXANDER BRINK

Ein symptomatisches Beispiel

Die größten Umwälzungen verspricht im Moment die künstliche Intelligenz, etwa durch virtuelle Assistenten wie Alexa, Siri, Cortana und Co. Diese scheitern heute noch oftmals an mangelndem Verständnis, etwa bei der Spracherkennung, aber sie liefern auch hilfreiche Informationen – und manchmal machen sie dezent Werbung für ihre Hersteller. So weit entspricht das im Wesentlichen gewohnten funktionalen Geschäftsmodellen, nur in „neuen Kleidern“. Insbesondere wer Kinder hat, hört Unterhaltsames: „Alexa, hast du mich lieb?“ Alexa: „Von hier bis zum Mond.“ Wer etwas spielen mag: Es findet sich Erstaunliches und man gewinnt die Erkenntnis, dass virtuelle Assistenten (gezielt?) Emotionen bedienen.

Hier handelt es sich nicht um Einzelfälle einer singulären Technik. Wearables werden entscheiden müssen, ob sie Herzrhythmusstörungen ihrer Benutzer melden, halbautonome Autos, ob sie bei Müdigkeit ihres Fahrzeugführers an den Straßenrand fahren, Küchenmaschinen, ob sie schwangeren Benutzerinnen bestimmte Ernährungstipps geben dürfen.

Ob künstliche Intelligenz wirklich eine Bedrohung für die Menschheit darstellt, wie Microsoft-Gründer Bill Gates mahnt, soll hier dahingestellt bleiben, aber es dürfte eine sichere Wette sein, dass wir uns ziemlich zeitnah in lebhaften Dialogen mit Maschinen wiederfinden werden. Damit verlassen wir die funktionale Ebene virtueller Assistenten und sehen uns mit ernsthaften sozialen und ethischen Fragen auf zwei Ebenen konfrontiert: Welche Antworten auf kritische Fragen finden wir akzeptabel oder zumindest legitim? Wollen wir überhaupt, dass virtuelle Assistenten eine emotionale Beziehung zu den Nutzern aufbauen oder eine solche möglicherweise sogar forcieren?

Der Blue Ocean der Werte

Grundsätzliche Fragen wie diese stellen keine Dramen dar, sondern sind die Begleiterscheinungen einer Menschheit mit atemberaubend neuen technologischen Möglichkeiten. Aber wer entscheidet, was legitim ist? Das sollte – natürlich innerhalb ordnungspolitischer Grenzen – ein informierter und mündiger Verbraucher tun. Die „emotionale Alexa“, die „technisch-sachliche Alexa“, die „ökologisch nachhaltige Alexa“ – Variationen virtueller Assistenten werden ihren Markt finden.

Unternehmen müssen daher aktiv eine Werteposition einnehmen, diese konsequent umsetzen und verständlich kommunizieren. Über kurz oder lang wird dies in vielen Fällen der Markt fordern. Der heute gelebte ethische Minimalismus „Keine Festlegung ist am wenigsten angreifbar“ wird nicht mehr funktionieren. Unternehmen können von einem Wettbewerb der Werte in erheblichem Maße profitieren – der Red Ocean einer Materialschlacht um immer bessere Funktionalitäten kann zu einem Blue Ocean der Wertepositionierungen werden. Medizintechnik, Altenpflege, Medien, Handel: Rund um die Front-Line-Industrien der Digitalisierung wächst der Druck. Verbraucherschützer fordern gar einen Algorithmen-TÜV. Und die Versicherungswirtschaft ist mittendrin: sowohl als Partner der obigen Geschäftsmodelle wie auch mit ihren eigenen Fragen, zum Beispiel danach, ob die Verknüpfung von Fitnessprogrammen und Versicherungstarifen die Solidarität der Versicherten untergräbt. Die Abwägung von Solidarität und Risikosegmentierung ist nur eine der Fragen, die klare Positionierungen verlangen.

Einfach geht anders

Ja – keine Positionierung ist ohne Risiko. Nein – es geht nicht um ein „Ad hoc“-Pressestatement. Wer etwas über Schwierigkeiten, Methoden und Erfolge lernen möchte, kann sich die Historie der Entwicklung im Corporate-Responsibility-Bereich anschauen.

Ob das funktioniert? Zahlreiche Unternehmen unterschiedlicher Branchen zeigen, dass Wertepositionen Märkte erschließen können – in der Versicherungsbranche zum Beispiel die Start-ups Lemonade oder Friendsurance, beides Geschäftsmodelle, die den Begriff der Solidarität im Versicherungsgeschäft neu beleben. ///

Dr. Frank Esselmann ist Partner bei concern. Er wurde in Mathematik und Informatik ausgebildet und nahm nach einigen Jahren der Forschung 1997 seine Tätigkeit als Unternehmensberater in den USA auf. Seitdem hat er als Projektleiter und Partner zahlreiche strategische und operative Projekte bei internationalen Unternehmen verantwortet. Einer seiner Tätigkeitsschwerpunkte liegt in den Themenfeldern Digitalisierung und Data Mining/Big Data, einer seiner Branchenschwerpunkte bei Versicherern.

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink ist Professor für Wirtschafts- und Unternehmensethik an der Universität Bayreuth und Gründungspartner bei concern. Er ist zudem wissenschaftlicher Direktor des Zentrums für Wirtschaftsethik in Berlin. Als Autor und Herausgeber zahlreicher Bücher und Zeitschriften führte er diverse Praxisprojekte mit namhaften Unternehmen durch. Bei concern verantwortet er die Weiterentwicklung und wissenschaftliche Fundierung innovativer CR-Konzepte.

concern ist eine Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln. Als Spin-off des renommierten „Philosophy & Economics“-Programms der Universität Bayreuth wurde concern 2010 als eine der ersten Beratungsgesellschaften in den Bereichen Corporate Governance, Responsibility und Sustainability in Deutschland gegründet.