

Otto Group: Vom analogen Katalogunternehmen zum Vorreiter bei CDR

Die Otto Group positioniert sich schon seit den 80er Jahren im Bereich der Nachhaltigkeit mit sozialen und ökologischen Zielen. Dabei spielt insbesondere auch Fairness und Verantwortung eine Rolle. Die Auseinandersetzung mit digitaler Unternehmensverantwortung entstand bei der Otto Group also nicht, weil „Corporate Digital Responsibility“ derzeit immer mehr Aufmerksamkeit erlangt, sondern weil MitarbeiterInnen sich in ihrem Arbeitsalltag verstärkt mit Fragestellungen dazu auseinandersetzen und dadurch einzelne Projekte entstanden.

AutorIn: Marie Blachetta

Mit dem konkreten Begriff „Corporate Digital Responsibility“, oder wie es die Otto Group in Bezug auf die übergeordnete Verantwortung versteht: die „Digital Responsibility“, ist die Otto Group offiziell ab Oktober 2017 gestartet und war damit eines der ersten Unternehmen in Deutschland, die sich mit dem Thema unter dieser Bezeichnung auseinandergesetzt haben.

Mittlerweile ist die Otto Group nicht nur Teil der CDR-Initiative des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), und in vielen weiteren nationalen CDR-Projekten vertreten, wie zum Beispiel der [Digital Future Challenge](#) oder dem CDR-Lab des Zentrum Digitalisierung Bayern (ZD.B). Auch intern hat sich bei der Otto Group seit Oktober 2017 einiges getan, um die Integration des Themas in den Alltag der MitarbeiterInnen durch eine strukturierte Auseinandersetzung mit Digital Responsibility zu etablieren.

Chronologie: Wie ist die Otto Group das Thema (Corporate) Digital Responsibility angegangen?

Auf Basis des grundsätzlichen Fokus‘ auf Nachhaltigkeit, Verantwortung und Fairness bei der Otto Group sind bereits vor der offiziellen Auseinandersetzung mit (C)DR Projekte entstanden, die den Themenbereich inhaltlich schneiden. Ab Oktober 2017 wurde aufgrund der Relevanz des Themas eine strukturierte Herangehensweise implementiert. In einem **ersten Schritt** wurde ein ExpertInnenaustausch im Sommer 2018 organisiert, bei dem es zunächst darum ging, zu eruieren, welche Erwartungen bestehen und was die entscheidenden Handlungsfelder für das Unternehmen sind. Als **zweiter Schritt** wurde basierend auf den Erkenntnissen des Expertenaustauschs ein internes Grundlagen-Papier geschrieben. Dabei wurden sieben Themenfelder zu gesellschaftlichen Chancen und Risiken der Digitalisierung identifiziert, um das Thema (C)DR greifbar zu machen, aber auch um zu verdeutlichen, dass die Inhalte nicht nur auf Daten reduziert werden. Diese sieben Themenfelder sind:

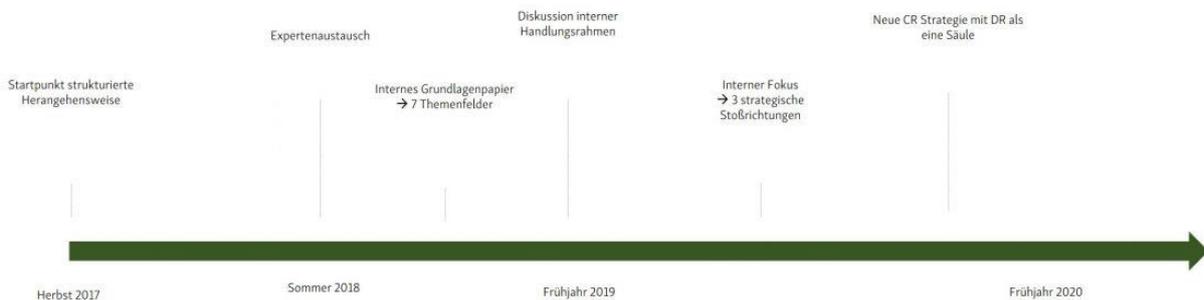
1. Machtverteilung und Rechtsverständnis
2. Daten und Sicherheit
3. Zukunft der Arbeit

4. Digitale Bildung
5. Vernetzte Lebenswelten
6. Umwelt
7. Gesundheit

Im **dritten Schritt** stand die interne Diskussion darüber im Vordergrund, welche internen Handlungsrahmen bei der Otto Group gesehen werden. Parallel dazu war die Otto Group Gründungsmitglied bei der ersten öffentlichen Veranstaltung der CDR-Initiative des BMJV im April 2019. Mit der Zielsetzung, eine strategische Stoßrichtung für konkrete Handlungen zu etablieren, wurde im **vierten Schritt** der Fokus auf drei Bereiche gelegt:

1. Zukunft der Arbeit/Digitale Bildung
2. Daten & Sicherheit
3. Umwelt

Konkrete Handlungen umfassen dabei etwa Bildungsangebote wie TechUcation (siehe unten für detailliertere Informationen), aber auch die Auseinandersetzung damit, was passiert, wenn Daten gehostet werden, wie solche Vorgänge greifbar gemacht und auch in der Bilanz erfasst werden können. Für die Otto Group geht es dabei neben konkreten Überlegungen zu wirtschaftlichen Aspekten und der Frage der Positionierung im Hinblick auf Rahmenbedingungen wie etwa DSGVO oder Data Privacy auch darum, wie man im Schulterschluss mit anderen AkteurInnen der Gesellschaft Diskursräume öffnen und Dialoge anstoßen kann.



Digital Responsibility zukünftig eine Säule der Corporate Responsibility Strategie

Als Konsequenz dieser Entwicklungsschritte wird zukünftig (C)DR eine Säule der CR-Strategie, die aktuell überarbeitet wird. Aufgrund dieser inhaltlichen Ausrichtung ändert sich zukünftig auch die strukturelle Verankerung, wodurch der bisherige Projektcharakter in ein „Zuhause“ transferiert werden soll. Bislang hat ein interdisziplinäres Team das Thema getrieben und die existierenden internen Maßnahmen verknüpft. Die Zugehörigkeit des Teams zu verschiedenen Fachbereichen (z. B. Recht, Personal und Nachhaltigkeit) hat geholfen, (C)DR über diesen verlängerten Arm in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen sichtbar zu machen und es aufzugreifen.

Maßnahmen-Vielfalt aus internen Bedürfnissen heraus

Die Otto Group hat mittlerweile eine Vielzahl von Projekten etabliert, die im Zusammenhang mit (C)DR stehen. Der übergeordnete Titel (C)DR ist dabei teilweise erst nachträglich den Initiativen zugewiesen worden, da Bewegungen und Themen oftmals aus den Bedürfnissen heraus entstanden sind. Die Bedürfnis-Perspektive spiegelt sich zum Beispiel auch darin

wider, dass Interviews mit MitarbeiterInnen durchgeführt werden, bei denen Automatisierungsvorgänge stattfinden. Das Ziel hierbei ist unter anderem zu verstehen, welche Veränderungen der Tätigkeiten tatsächlich existieren und auch ob eine Begleitung des Prozesses gebraucht wird.

Zwei Maßnahmen zeigen, wie breit das Themenspektrum ist, dem man sich bei der Otto Group zuwendet, um eine verantwortungsbewusste Digitalisierung zu gestalten. Die beiden Maßnahmen „Datenminimalismus“ und „TechUcation“ stammen aus den strategischen Stoßrichtungen „Daten und Sicherheit“ bzw. „Zukunft der Arbeit/Digitale Bildung“.

Dr. Michaela Regneri (Senior Expert für KI und Cognitive Computing) beschäftigt sich aus einem inhaltlichen Projekt heraus verstärkt mit dem Zusammenhang zwischen **Datenminimalismus** und CDR. Dabei geht es insbesondere um Überlegungen, wie Strom und Energie gespart werden können, indem reflektiert wird, welche Daten weggelassen werden können und trotzdem gleich gute Ergebnisse erzielt werden. Den freiwilligen Verzicht auf Datenmengen sieht die Expertin als sehr modernen Ansatz. Gleichzeitig betont Dr. Regneri aber auch, dass dieses Spannungsfeld inhaltlich noch weitaus mehr Facetten hat: z. B. bergen Daten-Bewegungen Sicherheitslücken, die Operationalisierung sei zeitaufwändig. Die Potenziale des Datenminimalismus‘ sind insgesamt groß, müssen aber im Gesamtkontext analysiert werden.

Die Bildungsinitiative „**TechUcation**“ ist aus der Idee heraus entstanden, dass alle MitarbeiterInnen des Unternehmens coden können sollten. Dies ist ein konzernweit verpflichtendes, digitales Lernmodul, bei dem MitarbeiterInnen in verschiedenen Bausteinen Lerninhalte im Rahmen der Digitalisierung absolvieren. Darauf aufbauend werden im Anschluss weitere, freiwillige Bausteine für TechUcation für interessierte MitarbeiterInnen angeboten. Aus Perspektive der Otto Group wird TechUcation als Langzeitinvestition verstanden.

Herausforderungen der internen Operationalisierung und externen Sichtbarkeit

Für viele Unternehmen ist die Umsetzung von CDR-Maßnahmen mit Herausforderungen behaftet. Dies trifft auch auf die Otto Group zu, denn verpflichtende Bildungsmaßnahmen werden beispielsweise nicht von allen MitarbeiterInnen geschätzt. Auch Ängste, die mit digitalen Veränderungen einhergehen, müssen reflektiert werden. Die meisten MitarbeiterInnen haben jedoch mit Neugierde und Offenheit reagiert, da parallel stets der persönliche und gesamtgesellschaftliche Mehrwert kommuniziert wird. Als BürgerInnen befürworten sie, dass der Arbeitgeber sich Gedanken macht und die Maßnahmen im Zusammenhang zur Verantwortung für die Gesellschaft stehen.

Die Sichtbarkeit von (C)DR-Maßnahmen nach außen fällt bei der Otto Group unterschiedlich aus. Einzelne Siegel oder bei jedem Einkauf zwingend sichtbare CDR-Initiativen sollen eher nicht im Vordergrund stehen. Bei der Vielzahl an Geschäftsmodellen innerhalb der Otto Group gibt es jedoch auch unterschiedliche Herangehensweisen. So wird das Thema „Circularity“ bei About You, Tochterunternehmen der Otto Group, derzeit stark in den Fokus gerückt. Insgesamt geht es der Otto Group jedoch darum, die KundInnen zu sensibilisieren, wie sie nachhaltige Kaufentscheidungen treffen können.

Gesellschaftlicher Dialog: (C)DR-Perspektive auf übergeordneter Ebene

Neben der internen Perspektive bemüht sich die Otto Group auch um einen gesellschaftlichen Dialog. Für die Initiative „Zukunftswerte“ ist voraussichtlich Mitte Juni 2020 eine Veranstaltung mit VertreterInnen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen geplant. So kommen VertreterInnen von familien- bzw. gründergeführten Unternehmen und Start-Ups, aus Politik und Wissenschaft sowie von Gewerkschaften und NGOs zusammen, um den Dialog zu öffnen und das erste Fokusthema „Zukunft der Arbeit“ zu vertiefen.

Otto Group als großes Traditionsunternehmen: Fluch oder Segen?

Die Antwort darauf lautet: beides. Denn zum einen können feste Strukturen und Größe hinderlich sein, die Schnelligkeit und Flexibilität eines Start-Ups liegt bei der Otto Group nicht vor. Auf der anderen Seite hat ein Unternehmen wie die Otto Group umfangreichere Möglichkeiten in der Ressourcenausstattung.

Auch wenn es bei der Otto Group vergleichsweise viele Beschäftigte mit langer Unternehmenszugehörigkeit gibt und damit einhergehend eine entsprechende Altersstruktur vorliegt, wird explizit hervorgehoben, dass CDR und Veränderungsprozesse keine Frage des Alters sind.

Der Aspekt des „Traditionsunternehmens“ wird als positiv für (C)DR im Falle der Otto Group gewertet. Da nicht nur die Schirmherrschaft des Themas bei Alexander Birken, dem Vorstandsvorsitzenden, liegt, sondern auch, weil das Thema insgesamt eine breite Unterstützung auf Führungsebene erfährt.

Wie geht es weiter?

Für die Zukunft hat sich die Otto Group zunächst vorgenommen, die geschaffenen Strukturen und Maßnahmen weiterzuführen und stärker in die Operationalisierung einzusteigen. Hierbei wird vor allem auch die Einbindung der MitarbeiterInnen und die Integration des Themas im Alltag durch Anknüpfungspunkte gesehen.

Für die Otto Group wird es viele Herausforderungen durch das Voranschreiten der Digitalisierung geben und zukünftig mehr Wachstum im Plattformkontext erfolgen. Bildungsangebote und freiwillige Reduktion von Datenmengen seien daher ein guter Anfang, zukünftig werden jedoch noch mehr Projekte in Bezug auf ökologische und ökonomische Gesichtspunkte relevant werden. Das Thema der digitalen Verantwortung wird daher immer bedeutender. Auch wenn die Otto Group einer der First Mover von CDR ist, sagen sie: „Wir sind immer noch am Anfang“.

[STARTSEITE](#)

15. April 2020, 11:13 Uhr

Artikel drucken

Schlagwörter:

Bildung CDR-Initiative Circularity Datenminimalismus Familienunternehmen Operationalisierung Otto
Group Praxisbeispiel Sichtbarkeit Traditionsunternehmen Unternehmensverantwortung Zukunft der Arbeit