



ETHOS-STUDIE 2023

DIGITALE VERANTWORTUNG DER
UNTERNEHMEN IM SMI EXPANDED

© Ethos, Dezember 2023

Gedruckt auf Recyclingpapier,
100 % Altpapier, «Blauer Engel»-zertifiziert.

www.ethosfund.ch

Die **Ethos Stiftung** schliesst mehr als 230 schweizerische Pensionskassen und andere steuerbefreite Institutionen zusammen. Sie wurde 1997 zur Förderung einer nachhaltigen Anlagetätigkeit und eines stabilen und gesunden Wirtschaftsumfelds gegründet.

Signatory of:



Das Unternehmen **Ethos Services** betreut Beratungsmandate für nachhaltige Anlagen. Ethos Services bietet nachhaltige Anlagefonds, Analysen von Generalversammlungen mit Stimmempfehlungen, ein Programm für den Aktionärsdialog mit Unternehmen sowie Nachhaltigkeits-Ratings und -Analysen von Unternehmen an. Ethos Services ist Eigentum der Ethos Stiftung und mehrerer Mitgliedsinstitutionen der Stiftung.

Certified



Corporation

Inhalt

1.	EINFÜHRUNG	4
2.	METHODIK	6
3.	WICHTIGSTE ERGEBNISSE	7
4.	DETAILLIERTE ERGEBNISSE PRO GRUNDSATZ	9
5.	SCHLUSSFOLGERUNG	23
	ANHANG: ERGEBNISSE NACH UNTERNEHMEN	25

1. Einführung

Im Jahr 2023 untersuchte die Ethos Stiftung zum dritten Mal in Folge die digitale Verantwortung der grössten an der Schweizer Börse kotierten Unternehmen. Die Ergebnisse werden nach den sieben Grundsätzen dargelegt, die auf den von Ethos identifizierten besten Praktiken in diesem Bereich beruhen (siehe Seite 6)

Cybersicherheit, massvolle Digitalisierung, Ersetzen von Menschen durch Algorithmen: Die Digitalisierung gehört mittlerweile zu den grossen Herausforderungen, mit denen sich Unternehmen konfrontiert sehen, genauso wie der Klimawandel oder die Einhaltung der Menschenrechte. 2023 beschleunigt sich dieser Trend weiter, indem die Zahl der Cyberangriffe explodierte und der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) mit dem Aufkommen von für alle zugänglichen Tools wie ChatGPT eine völlig neue Dimension erreichte.

Seit 2020 hat Ethos die verschiedenen Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Verantwortung erfasst und vor allem die Best Practices für die Unternehmen identifiziert. Diese Erwartungen wurden in einem «Engagement Paper» zusammengefasst, das veröffentlicht und an die Präsidenten und Präsidentinnen aller Unternehmen in den SMI Expanded verschickt wurde.

Parallel dazu hat Ethos die Praktiken der grössten in der Schweiz kotierten Unternehmen erfasst, um zu ermitteln, wie gut diese auf die Herausforderungen vorbereitet sind. In Zusammenarbeit mit EthicsGrade, einem Unternehmen, das auf die Bewertung von Unternehmen («Ratings») gemäss ihrem Umgang mit digitalen Themen spezialisiert ist, wird 2021 eine jährliche Studie über die digitale Verantwortung der 50 Unternehmen des SMI Expanded durchgeführt. Für Ethos war es wichtig, dass die Studie in drei aufeinanderfolgenden Jahren durchgeführt wurde, um die Fortschritte der Unternehmen messen zu können. Gleichzeitig setzte Ethos den Aktionärsdialog fort, um die Unternehmen zu ermutigen, sich zu verbessern, Best Practices zu übernehmen und Transparenz zu schaffen. Nach der Veröffentlichung der ersten beiden Ausgaben der Studie wurden Webinare organisiert, um die Ergebnisse zu präsentieren und mit den betroffenen Unternehmen zu diskutieren.

Für diese neue Ausgabe legte Ethos besonderes Augenmerk auf den Grad der Transparenz der Unternehmen, d.h. auf die positiven Antworten, die ausschliesslich auf öffentlichen Informationen basieren (s. S. 7). Dies war eines der Hauptziele der Übung: Die Unternehmen sollten nicht nur dazu angehalten werden, ihre digitale Verantwortung wahrzunehmen, sondern auch und vor allem dazu, öffentlich zu kommunizieren, was sie tun, um diese Herausforderungen zu bewältigen.

Vom nächsten Jahr an wird die digitale Verantwortung der Unternehmen von Ethos nur noch anhand der öffentlich zugänglichen Informationen analysiert und bewertet, und dies gilt auch für ihr Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken (ESG).

REGULATORISCHE ENTWICKLUNG

Diese dritte Studie findet vor dem Hintergrund einer raschen und zunehmenden Regulierung der mit der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen statt. So trat in der Schweiz am 1. September 2023 ein neues Datenschutzgesetz in Kraft, um insbesondere eine Angleichung an das Recht der Europäischen Union (EU) und vor allem an die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) von 2018 zu erreichen.

Die Anforderungen dieses neuen Gesetzes sind weitreichend. Schweizer Unternehmen müssen nun einen detaillierten Überblick darüber haben, wie sie personenbezogene Daten sammeln, verarbeiten und speichern, und sie müssen angeben, zu welchen Zwecken sie diese Daten verarbeiten. Dafür ist eine klare Governance zu definieren, um die Grundsätze, Rollen und Verantwortlichkeiten festzulegen, wie diese Daten im Unternehmen verwaltet werden. Zudem gilt es, eine proaktive Analyse möglicher Schwachstellen durchzuführen und Sicherheitsmassnahmen umzusetzen. Darüber hinaus muss dafür gesorgt werden, dass ihre Lieferanten diese Sicherheitsanforderungen ebenfalls erfüllen. Schliesslich müssen Schweizer Unternehmen einen Kommunikationsplan aufstellen und gegebenenfalls Vorfälle in Bezug auf Sicherheit personenbezogener Daten dem Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) melden.

In den USA und in Europa ist es die KI, die ins Visier der Behörden geraten ist und bald Gegenstand von Regulierungen werden soll. US-Präsident Joe Biden möchte unter anderem KI-Entwickler verpflichten, der Bundesregierung die Ergebnisse ihrer Sicherheitstests zu übermitteln, wenn ihre Projekte «ein ernsthaftes Risiko für die nationale Sicherheit, die Wirtschaft oder die öffentliche Gesundheit» darstellen. In der EU ist es das Gesetz über die KI, an dem die Parlamentarier seit 2018 wurde kürzlich verabschiedet. Es handelt sich um nichts weniger als die weltweit erste konkrete Initiative zur Regulierung der KI und ihrer Nutzung. In der Schweiz schliesslich hat der Bundesrat Ende November angekündigt, er werde bis Ende 2024 mögliche Regulierungsansätze für KI prüfen und vorlegen.

DIE 7 GRUNDSÄTZE VON ETHOS IN BEZUG AUF DIGITALE VERANTWORTUNG

Digitale Governance

Einen Kodex für digitale Verantwortung einführen

Digitale Transparenz

Die Transparenz gegenüber den Anspruchsgruppen bezüglich der digitalen Praktiken und des digitalen Fussabdrucks sicherstellen

Datenschutz

Die höchsten Standards bei der Datenverarbeitung und beim Datenschutz einhalten

Künstliche Intelligenz

Ethische Grundsätze für die Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) einführen

Sensible Aktivitäten

Sensible Aktivitäten im Zusammenhang mit der Digitalisierung ausschliessen

Soziale Auswirkungen

Einen gerechten und verantwortungsvollen sozialen Übergang sicherstellen

Ökologische Auswirkungen

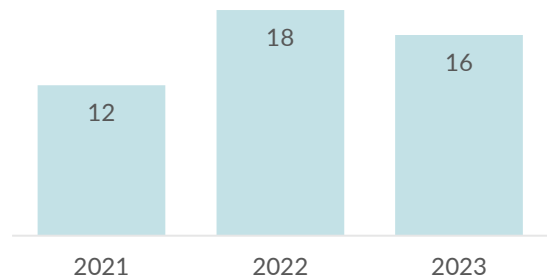
Zur Verringerung des ökologischen Fussabdrucks der digitalen Technologie beitragen

50 98

analysierte Unternehmen¹

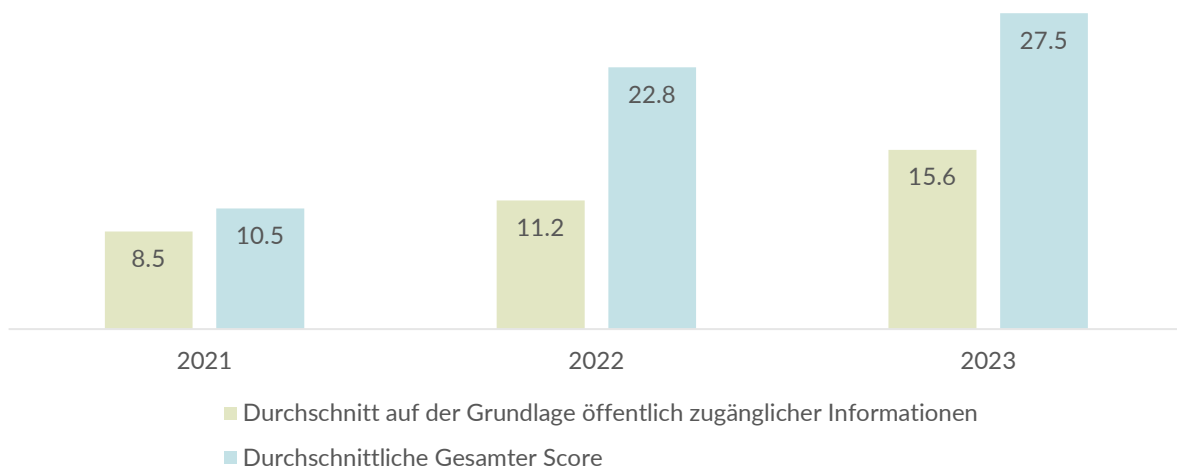
Fragen

ANZAHL ANTWORTEN



- [Link zum Engagement Paper von Ethos](#)
- [Link zu den detaillierten Ergebnissen der Studie 2023](#)
- [Link zur Studie 2022](#)
- [Link zur Studie 2021](#)

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (VON 100 PUNKTEN)



¹ Unternehmen, die am 30. Juni 2021 im SMI Expanded enthalten waren oder seither neu hinzugekommen sind, mit Ausnahme von Credit Suisse und Vifor Pharma, die dekotiert wurden.

2. Methodik

Im Juni 2023 haben Ethos und EthicsGrade die 50 Unternehmen im SMI Expanded angeschrieben und sie eingeladen, an einer neuen Studie zur digitalen Verantwortung teilzunehmen². Sie hatten dann drei Monate Zeit, um freiwillig an der Studie teilzunehmen.

Die Methodik von Ethos und EthicsGrade zur Bewertung der Unternehmenspraktiken ist seit 2021 gleichgeblieben und in vier Schritte unterteilt:

- Die Unternehmen hatten vom 1. Juli bis 30. September Zeit, den Fragebogen zu beantworten, der in sieben Kapitel unterteilt ist, die den verschiedenen von Ethos identifizierten digitalen Herausforderungen entsprechen. Um den Unternehmen die Arbeit in diesem Jahr noch mehr zu erleichtern, wurden die Antworten der Vorjahre in den Fragebogen eingefügt. So konnten die Unternehmen diese Antworten einfach bestätigen oder bei Bedarf aktualisieren
- Parallel dazu und wie in den Vorjahren überprüften die Analysten von EthicsGrade alle der Unternehmen veröffentlichten Angaben (Websites, Jahresberichte, Nachhaltigkeitsberichte, Verhaltenskodizes usw.), um denselben Fragebogen nur auf der Basis der öffentlich zugänglichen Informationen beantworten zu können;
- Die von EthicsGrade gesammelten Informationen («öffentlich zugängliche Informationen») und die Antworten der Unternehmen («eigene Angaben des Unternehmens») wurden miteinander verglichen. Jeder Frage wurde eine Antwort zugewiesen: «Ja», «Ja und die Informationen sind öffentlich», «Nein» und «Anderes»³ beantwortet. Auf diese Weise konnten die Unternehmen angeben, ob es Praktiken, Politiken, Strategien oder Dokumente gibt, die zurzeit nicht öffentlich zugänglich sind;
- Abschliessend bewerteten die Analysten von EthicsGrade die Unternehmenspraxis detailliert für jeden der sieben Grundsätze von Ethos. Von den 122 Fragen des Fragebogens wurden in der Endbewertung 98 mit 0,4 bis 1,5 Punkten gewichtet. Jedes Unternehmen erhielt eine Gesamt- und eine Kategoriebewertung zwischen 0 und 100 Punkten.

Um der Aktualität und der raschen Entwicklung der Problematik im Zusammenhang mit der digitalen Verantwortung der Unternehmen Rechnung zu tragen, nahm Ethos dieses Jahr neue Fragen im Zusammenhang mit dem neuen Schweizer Datenschutzgesetz und der Nutzung von KI-generierenden Werkzeugen wie ChatGPT auf. Um die Vergleichbarkeit mit früheren Ausgaben der Studie sicherzustellen, wurden diese Fragen in der Endbewertung der Unternehmen nicht gewichtet.

Die Unternehmen, die aktiv an der Studie teilnahmen, erhielten einen detaillierten Bericht und eine zusammenfassende Übersicht, die es ihnen ermöglichte, sich in Bezug auf jeden der sieben Ethos-Grundsätze zu positionieren und mit ihren Pairs zu vergleichen. EthicsGrade bot den Unternehmen auch die Möglichkeit, die Analyse zu diskutieren, um die Auswirkungen der Ergebnisse besser zu verstehen.

Wie im letzten Jahr veröffentlichten Ethos, die definitiven Ergebnisse aller Unternehmen. Angesichts der noch relativ geringen Menge an öffentlichen Informationen zu diesen verschiedenen digitalen Themen ist es nicht verwunderlich, dass die Unternehmen, die den Fragebogen beantwortet haben, auch wieder die höchsten Punktzahlen erreichten.

² Um den Ein- und Austritten im SMI Expanded Index Rechnung zu tragen, wurden in diesem Jahr die Praktiken von vier neuen Unternehmen analysiert: Bachem Holding, Belimo, DocMorris und Meyer Burger Technology. Umgekehrt wurden die Praktiken von Credit Suisse und Vifor, zwei Unternehmen, die bereits dekotiert sind oder kurz davor stehen, in dieser Studie 2023 nicht analysiert.

³ Unter den «anderen» Antwortmöglichkeiten hatten die Unternehmen die Wahl, anzugeben, ob sie eine Frage für ihre Branche für nicht relevant hielten, ob sie lieber nicht darüber kommunizieren wollten oder ob ein Punkt ihrer Meinung nach ausführlicher diskutiert werden sollte. In den Tabellen auf den Seiten 10 bis 22 werden nur die bejahenden Antworten – ob öffentlich oder nicht – dargestellt, da diese Studie in erster Linie darauf abzielt, die guten Praktiken der Unternehmen hervorzuheben.

3. Wichtigste Ergebnisse

Für diese dritte Ausgabe der Studie über die digitale Verantwortung der grössten in der Schweiz kotierten Unternehmen haben 16 Unternehmen den gesamten Fragebogen ausgefüllt, darunter drei Unternehmen, die bisher noch nie teilgenommen hatten (Logitech, Lonza und OC Oerlikon). In den drei Ausgaben haben also 25 Unternehmen, d. h. die Hälfte der erfassten Unternehmen, den Fragebogen mindestens einmal ausgefüllt (siehe Seiten 26 und 27). Neun Unternehmen haben den Fragebogen zweimal ausgefüllt, und sechs Unternehmen haben ihn jedes Jahr beantwortet (Baloise, Flughafen Zürich, Georg Fischer, Julius Bär, Sika und Swiss Re).

Die wichtigste Erkenntnis aus der aktuellen Ausgabe ist, dass die Ergebnisse der Unternehmen erneut gestiegen sind. Der Durchschnitt stieg von 22,8 Punkten 2022 auf 27,5 Punkte in diesem Jahr, mit einem Maximum von 91,3 Punkten für die Swisscom. 2021 betrug er nur 10,5 Punkte, mit einem Maximum von 39,6 Punkten für die Baloise. Insgesamt erreichten 2023 acht Unternehmen eine Punktzahl von mehr als 50 Punkten, während 2021 nur drei Unternehmen mehr als 20 Punkte erreicht hatten. Berücksichtigt man nur die Ergebnisse der Unternehmen, die den Fragebogen beantwortet haben, liegt der Durchschnitt bei 42,8 Punkten gegenüber 16,1 Punkten im Jahr 2021.

Vielleicht noch ermutigender ist, dass die Ergebnisse, die nur auf öffentlichen Informationen beruhen und den Grad der Transparenz der Unternehmen widerspiegeln, ebenfalls steigen. Der Durchschnitt liegt bei 15,6 Punkten 2023, gegenüber 11,2 Punkten im Jahr 2022 und 8,5 Punkten 2021. Das beste Ergebnis auf der Grundlage öffentlicher Informationen, das ebenfalls von Swisscom erzielt wurde, liegt bei 40 Punkten, während es 2022 28,3 Punkte (Swisscom) und 2021 nur 18 Punkte (Adecco) betrug. 2023 erreichen somit 12 Unternehmen eine auf öffentlichen Informationen basierende Punktzahl von über 20 Punkten.

Zu den bedeutendsten Fortschritten gehört, dass die Analysten von EthicsGrade in diesem Jahr bei 39 Unternehmen öffentlich zugängliche Informationen finden konnten, die belegen, dass sie über eine Strategie zur Cybersicherheit verfügen, 25 mehr als 2021. Sie fanden auch Informationen darüber, dass mindestens 40 Unternehmen Massnahmen einsetzen, die die Umweltauswirkungen der von ihnen eingesetzten digitalen Technologien verringern sollen, gegenüber nur 8 im Jahr 2021. Darüber hinaus veröffentlichten nun 20 Unternehmen Informationen über die Verfahren, die sie für den Umgang mit möglichen Datenlecks eingerichtet haben, 13 mehr als 2021.

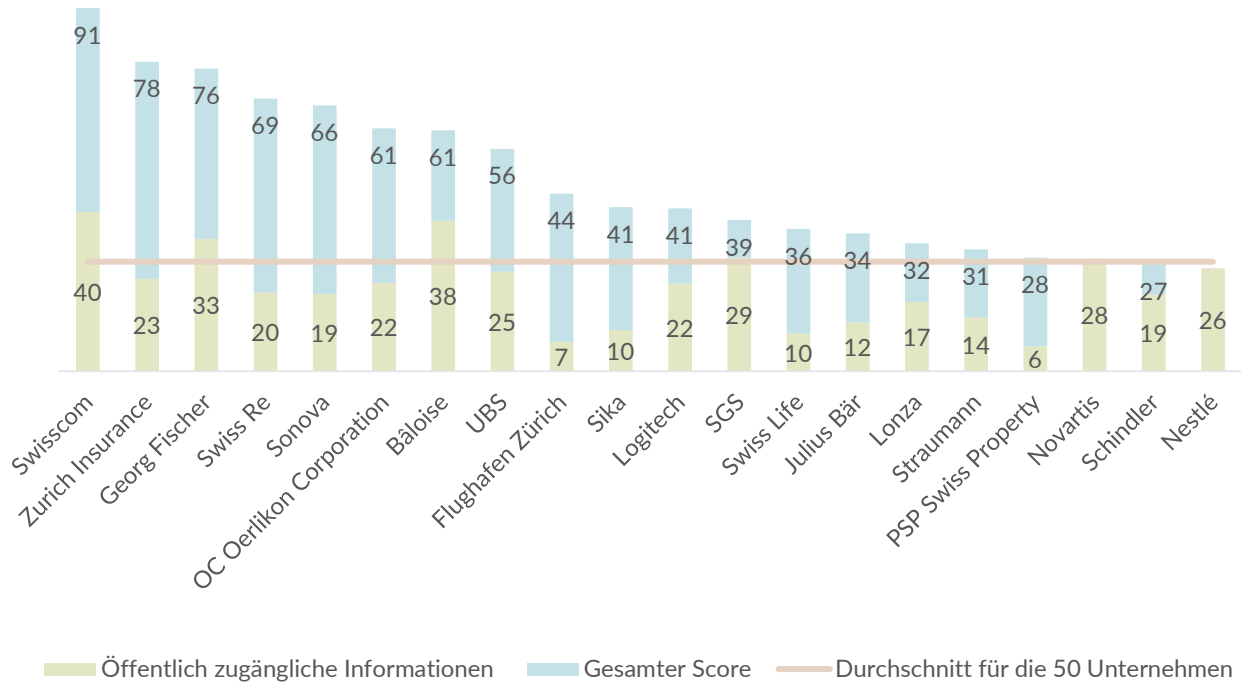
Der vielleicht erfreulichste Fortschritt ist schliesslich, dass zwei Unternehmen des SMI Expanded, Georg Fischer und Baloise, direkt eine der Hauptforderungen von Ethos erfüllten, indem sie einen Kodex für die digitale Verantwortung annahmen und vor allem veröffentlichten. Zwei Unternehmen, die, wenig überraschend, zu den Top 3 der nur auf öffentlichen Informationen basierenden Scores gehören.

Beunruhigender ist jedoch, dass nur acht Unternehmen, fünf mehr als 2021, ethische Grundsätze im Zusammenhang mit der Nutzung von KI angenommen haben oder angeben, solche angenommen zu haben. Nur acht Unternehmen versichern zudem, sie hätten eine Arbeitsgruppe, die sich mit KI-Ethik befasst, und nur bei einem Unternehmen gibt es öffentlich zugängliche Informationen zu diesem Thema.

Unter den verschiedenen in der Studie vertretenen Branchen schneiden die Versicherungen wie in den beiden vorangegangenen Ausgaben mit durchschnittlich 59 Punkten am besten ab. Es ist auch dieser Sektor, der den digitalen Herausforderungen besonders ausgesetzt ist, sind diese doch seit 2021 mit durchschnittlich 37,8 Punkten am stärksten gestiegen. Damit übertrifft er die Industriesektoren (31,9 Punkte) bei weitem. Der Finanz- und der Gesundheitssektor, die ebenfalls stark von der Digitalisierung betroffen sind, liegen mit 25,9 bzw. 25,6 Punkten nur auf dem dritten und vierten Platz (13 bzw. 13,5 Punkte 2021).

Betrachtet man schliesslich jedes Kapitel einzeln, so zeigt sich, dass die Unternehmen im Durchschnitt erneut am meisten Punkte bei den Themen Transparenz (50,9 Punkte) und Datenschutz (44,5 Punkte) erhalten haben. Im Gegensatz dazu bleiben die Durchschnittswerte bei den Kapiteln, die sich mit sensiblen Tätigkeiten (13,2 Punkte), KI (17,4 Punkte) sowie mit den sozialen Auswirkungen (16,5 Punkte) der Digitalisierung befassen, sehr niedrig. Verlässt man sich nur auf die öffentlich zugänglichen Informationen, stellt man fest, dass die Fortschritte bei den Kapiteln zur Unternehmensführung mit einem Anstieg des Durchschnitts von 11,5 Punkten anno 2021 auf 26,6 Punkte 2023 und auf die Umweltauswirkungen (Durchschnitt von 18,8 Punkten im Jahr 2023 gegenüber 7,7 Punkten 2021) am deutlichsten sind. Bei den anderen Kapiteln bleiben die Durchschnittswerte hingegen sehr niedrig, was zeigt, dass die Unternehmen noch sehr zurückhaltend sind, wenn es um die Kommunikation zu diesen Themen geht.

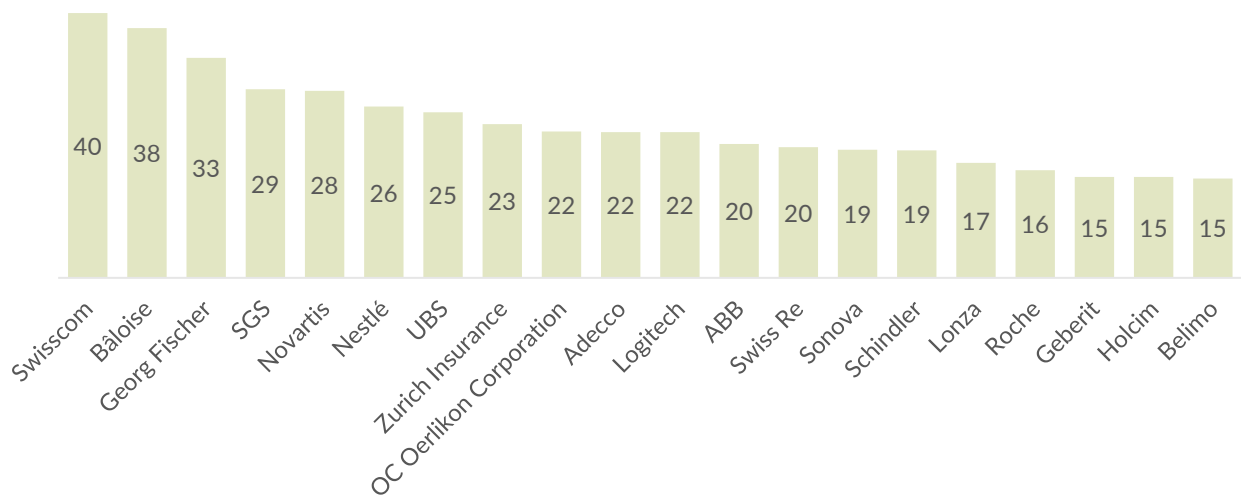
TOP 20 DER UNTERNEHMEN IM JAHR 2023 (AUF EINER BASIS VON MAXIMAL 100 PUNKTEN)



Die Grafik oben zeigt die Gesamtpunktzahl, die die Unternehmen auf der Grundlage ihrer Antworten auf den Fragebogen (blau) und ihrer öffentlich zugänglichen Informationen (grün) erreicht haben. Es fällt auf, dass 18 der 20 höchsten Gesamtpunktzahlen von Unternehmen

erzielt wurden, die den Fragebogen beantwortet haben. Erst auf Platz 18 findet sich ein Unternehmen, dessen Punktezahl ausschliesslich auf öffentlichen Informationen beruht (Novartis).

TOP 20 DER UNTERNEHMEN IM JAHR 2023 NUR ANHAND ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHER INFORMATIONEN (BASIS 100 PUNKTE)



Diese Grafik zeigt die ausschliesslich auf öffentlich verfügbaren Informationen basierenden Ergebnisse der Unternehmen. Es fällt auf, dass das beste

Transparenzergebnis 40 Punkte beträgt (Swisscom) und nur 12 Unternehmen ein Ergebnis von 20 oder mehr Punkten aufweisen.

4. Detaillierte Ergebnisse pro Grundsatz

GRUNDSATZ 1: DIGITALE GOVERNANCE

Das erste Kapitel befasst sich mit der digitalen Governance. In diesem Bereich besteht die Rolle des Verwaltungsrats darin, strategische Entscheidungen zu treffen, die sicherstellen, dass das Unternehmen ausreichend in neue Technologien investiert und dabei die höchsten ethischen, sozialen und ökologischen Standards einhält. Angesichts der Komplexität der Thematik, des «disruptiven» Charakters und der raschen Entwicklung der neuen Technologien muss der Verwaltungsrat auch sicherstellen, dass er über das nötige Wissen und Verständnis der verschiedenen Herausforderungen verfügt, die mit der Digitalisierung der Wirtschaft verbunden sind. Schliesslich muss er dafür sorgen, dass die Geschäftsleitung diese Herausforderungen glaubwürdig angeht und Richtlinien und Verfahren umsetzt, die den besten Praktiken in diesem Bereich entsprechen.

Für Ethos beginnt gute Governance deshalb mit der Einführung eines Kodexes für digitale Verantwortung. Dies war übrigens eine der Hauptforderungen des 2020 veröffentlichten «Engagement Paper», in dem die Erwartungen von Ethos in Bezug auf digitale Fragen präsentiert werden. Ein solcher Kodex ist in der Tat entscheidend, um sicherzustellen, dass das Unternehmen, seine Führungsgremien und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die mit der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen und Risiken in der Strategie und in den laufenden Aktivitäten berücksichtigen. In diesem Kodex muss vorgesehen und festgelegt werden, wie mit diesen Herausforderungen sowie mit den Risiken im Zusammenhang mit der Cybersicherheit, dem Schutz der Privatsphäre, der Datenverarbeitung und dem Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) umgegangen wird.

Nun haben 2023 erstmals zwei Unternehmen des SMI Expanded, Georg Fischer und Baloise, nicht nur einen solchen Kodex der digitalen Verantwortung angenommen, sondern ihn auch auf ihrer Website veröffentlicht. Darüber hinaus teilten neun Unternehmen in ihren Antworten auf den Fragebogen mit, einen solchen Kodex angenommen zu haben, allerdings ohne ihn zu veröffentlichen. Zur Erinnerung: Nur eines dieser Unternehmen (Baloise) versicherte, 2021 einen Kodex für die digitale Verantwortung verfasst zu haben. Keines dieser neun Unternehmen hatte ihn jedoch veröffentlicht.

Ein weiteres Kriterium für die Bewertung der Governance eines Unternehmens in Bezug auf die

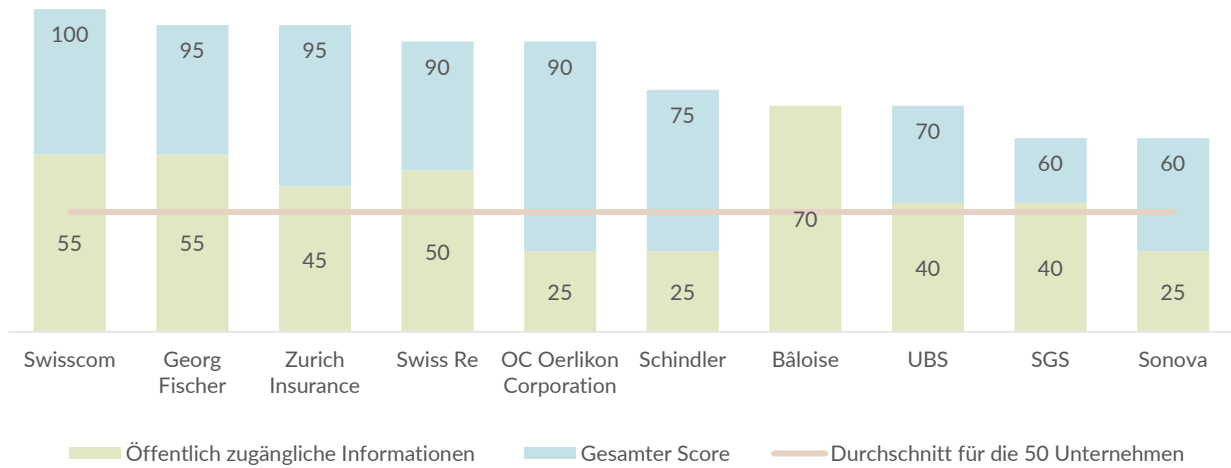
digitale Verantwortung ist die Schaffung eines Ausschusses oder Gremiums, das den Umgang mit technologischen Herausforderungen überwacht. Auch hier sind Fortschritte erkennbar. Denn während die Zahl der Unternehmen, die versichern, über ein solches Organ zu verfügen, 2023 bei 22 stagnierte (+1 im Vergleich zu 2022), hat sie sich seit 2021 mehr als verdoppelt. Die Zahl der für die digitalen Angelegenheiten zuständigen Chief Digital Officer ist von 18 anno 2021 auf 23 im Jahr 2023 gestiegen.

Wie im letzten Jahr sind die grössten Fortschritte jedoch im Bereich der Cybersicherheit zu verzeichnen. Von den 50 in diesem Jahr analysierten Unternehmen geben nun 42 öffentlich oder in ihren Antworten bekannt, dass sie eine Strategie zur Cybersicherheit entwickelt haben, gegenüber 34 im Jahr 2022 und nur 16 im Jahr 2021. Die Zahl der Unternehmen, die Informationen zu dieser Strategie veröffentlichen, hat sich von 14 im Jahr 2021 auf 39 in diesem Jahr fast verdreifacht. Ausserdem versichern 15 Unternehmen (gegenüber vier im Jahr 2021), dass diese Strategie regelmässig (monatlich, vierteljährlich oder jährlich) vom Verwaltungsrat oder einem seiner Ausschüsse überprüft wird. Die Zahl der Unternehmen, die einen Chief Information Security Officer (CISO) haben, stieg von 22 im Jahr 2021 auf 37 im Jahr 2023.

Die Unternehmen wurden auch gefragt, ob sie ethische Grundsätze für den Einsatz von KI formuliert hätten. Leider bejahten dies nur acht Unternehmen, genau so viele wie 2022. Ausserdem versichern nur sechs, die Analyse dieser Grundsätze sei eine Voraussetzung für die Entwicklung jeder neuen Technologie. Darüber hinaus ist die Transparenz noch immer nicht gegeben, da keines der Unternehmen öffentlich darüber berichtet.

Letztlich liegt der Durchschnitt für diesen Grundsatz bei 37,1 Punkten, gegenüber 32,5 Punkten 2022 und 15,3 Punkten 2021. Dieser Durchschnittswert sinkt auf 26,6 Punkte, wenn man sich nur auf die öffentlich zugänglichen Informationen verlässt. Dies ist jedoch immer noch eine Verbesserung gegenüber den 17 Punkten und vor allem den 11,5 Punkten in den Jahren 2022 und 2021. Erwähnt sei auch, dass dieses Jahr erstmals drei Unternehmen einen Wert von über 50 Punkten erreichten, wenn man nur die öffentlich zugänglichen Informationen berücksichtigt: Baloise (70 Punkte), Georg Fischer und Swisscom (je 55 Punkte).

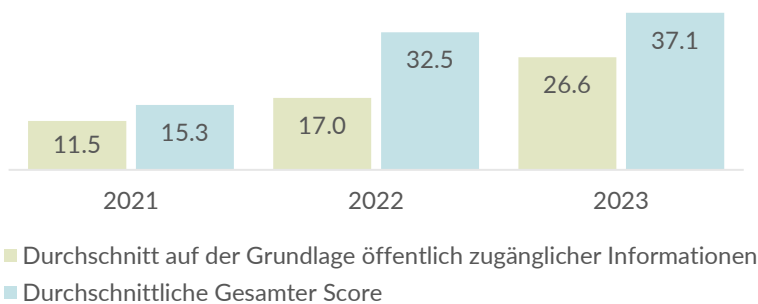
DIGITALE GOVERNANCE - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATIONEN
Unternehmen mit einem Kodex für digitale Verantwortung	11 (+10)	2 (+2)
Unternehmen, die einen für die digitale Governance zuständigen Ausschuss geschaffen haben	22 (+12)	12 (+6)
Unternehmen, die einen Verantwortlichen für digitale Belange (Chief Digital Officer) ernannt haben	23 (+5)	19 (+5)
Unternehmen, die eine Strategie für die Cybersicherheit entwickelt haben	42 (+26)	39 (+25)
Unternehmen, deren Strategie für Cybersicherheit vom Verwaltungsrat regelmässig überprüft wird	15 (+11)	10 (+10)
Unternehmen, die ethische Grundsätze für den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) formuliert haben	8 (+5)	5 (+3)
Unternehmen, bei denen die Analyse der ethischen Grundsätze für die KI eine Vorbedingung für die Entwicklung neuer Technologien ist	6 (+5)	0 (-)

In dieser Tabelle sind nur bejahende Antworten aufgeführt, die entweder öffentlich zugänglich sind oder auf dem Fragebogen basieren. In Klammern ist die Entwicklung über drei Jahre (2021–2023) ersichtlich.

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



11
Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

3
Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 2: DIGITALE TRANSPARENZ

Die Transparenz ist der zentrale Teil der digitalen Verantwortung von Unternehmen. Sie betrifft sowohl die Datenerhebung als auch den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) sowie die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer digitalen Technologien. Nach Ansicht von Ethos müssen die Unternehmen in erster Linie ihre Anspruchsgruppen (Kundschaft, Mitarbeitende, Lieferanten usw.) über die Erhebung personenbezogener Angaben Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit informieren.

Die Ergebnisse der neuen Studie zeigen, dass praktisch alle Unternehmen über eine öffentliche und leicht zugängliche Datenschutzrichtlinie («Data Privacy Policy») verfügen, wie sie das EU-Gesetz vorschreibt. Ebenso versichern 20 Unternehmen des SMI Expanded heute, dass die mit der Datenerhebung verbundenen Risiken wie Betrug, Erpressung oder Diebstahl von Passwörtern den betroffenen Parteien immer mitgeteilt werden. Das sind 14 Unternehmen mehr als 2021. 17 Unternehmen versichern, dass sie die Betroffenen über die Verschlüsselung ihrer personenbezogenen Daten informieren, wenn eine Anonymisierung dieser Daten nicht möglich ist. Das sind 10 mehr als 2021. Diese Aussage wird jedoch nur bei 12 von ihnen durch öffentlich zugängliche Dokumente untermauert.

Für Ethos ist es auch grundlegend wichtig, dass Unternehmen die höchsten Sicherheitsstandards einführen, um das Auslaufen, den Diebstahl oder die nicht autorisierte Vermarktung persönlicher Daten zu verhindern. Auch hier sind Fortschritte zu verzeichnen.

2023 versichern 29 Unternehmen – acht mehr als 2022 und 19 mehr als 2021 –, dass sie über ein klar definiertes Verfahren für den Fall eines Hackerangriffs verfügen, der die Datensicherheit gefährdet, einschliesslich der Benachrichtigung aller betroffenen Parteien. Noch besser ist, dass nun 20 Unternehmen Informationen zu diesen Verfahren veröffentlichen, gegenüber nur neun 2021. Darüber hinaus geben zehn Unternehmen – genau so viele wie 2022 und sechs mehr als 2021 – an, dass sie nach einem Datenleck Informationen veröffentlicht haben oder dies zumindest tun würden, falls es dazu kommen sollte. Dies wurde bei vier von ihnen durch öffentlich zugängliche Informationen bestätigt.

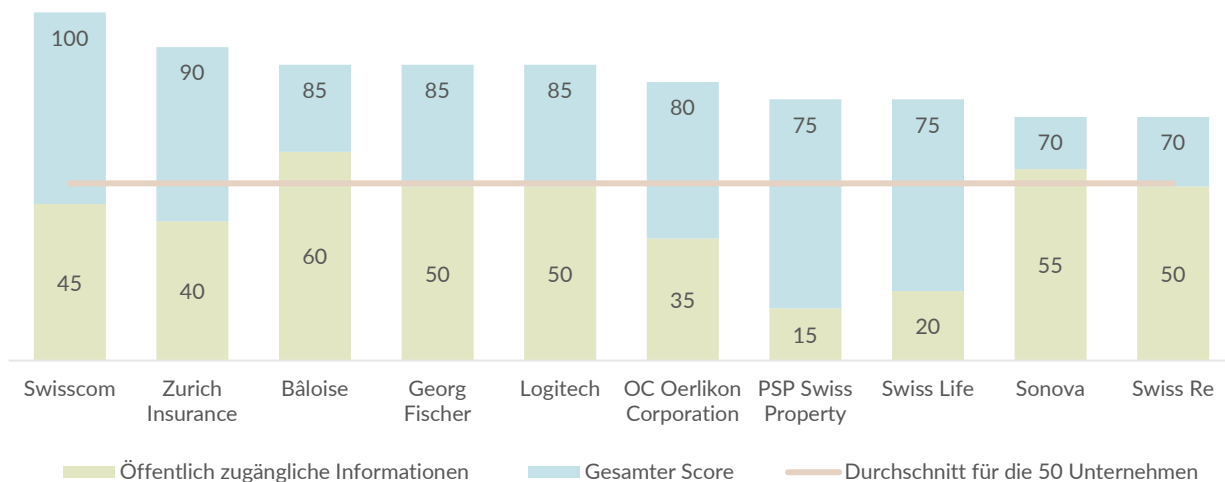
Neben dem Datenschutz ist natürlich auch beim Einsatz von KI in der Geschäftstätigkeit der Unternehmen Transparenz notwendig. Die Kundschaft ebenso wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das Aktionariat und die Zivilgesellschaft erwarten heute von Unternehmen, dass sie nicht nur offenlegen, welche KI-Technologien sie einsetzen, sondern auch, wie sie sie nutzen. Diese Transparenz gilt für viele Bereiche, angefangen beim Personalwesen über medizinische Diagnosen, Kredit- und Versicherungsvergaben bis hin zur Auswahl von Dienstleistern. Die neue Studie zeigt nun aber, dass die Fortschritte in diesem Bereich von Jahr zu Jahr relativ gering bleiben. Nur sieben Unternehmen – zwei mehr als 2022 und vier mehr als 2021 – erwähnen, dass sie KI-Systeme einsetzen, sei es für Entscheidungen bei der

Personalbeschaffung, bei ihren Produkten und Dienstleistungen, wie etwa bei der Interaktion mit einem Chatbot auf einer Website. Noch beunruhigender ist, dass nur vier Unternehmen Informationen zu diesem Thema veröffentlichen, also gleich viele wie 2021.

Hingegen stellt man eine gewisse, wenn auch bescheidene Verbesserung bei der Angabe des geografischen Standorts der von den Unternehmen genutzten Datenspeicherverzweigungen fest. Heute veröffentlichen sechs Unternehmen diese Information, 2021 kein einziges. Dabei ist diese Information entscheidend, um sicherzustellen, dass die Daten nicht in Staaten gespeichert werden, die den besten Praktiken im Bereich des Datenschutzes und des Umweltschutzes nicht genügen dürften.

Die durchschnittliche Punktzahl stieg von 34,8 Punkten 2021 auf 50,9 Punkte 2023. Damit ist dieses Kapitel das einzige, in dem die durchschnittliche Punktzahl über 50 Punkte liegt. Swisscom erreicht erneut die beste Punktzahl (100 Punkte), knapp vor Zurich Insurance (90 Punkte). Die schlechteste Bewertung beträgt 15 Punkte. Obwohl es in diesem Kapitel um Transparenz geht, berücksichtigen diese Punkte auch die Antworten der Unternehmen auf den Fragebogen, also Informationen, die nicht unbedingt öffentlich zugänglich sind. Berücksichtigte man nur die öffentlichen Informationen, würden die SIG Combibloc Group und Richemont (65 Punkte) am besten abschneiden, knapp vor der Baloise und der SGS (60 Punkte). Der Durchschnitt läge bei 41,4 Punkten, gegenüber 34,4 Punkten 2021, was weder eine Verbesserung noch ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis für ein Kapitel darstellt, das der Transparenz gewidmet ist.

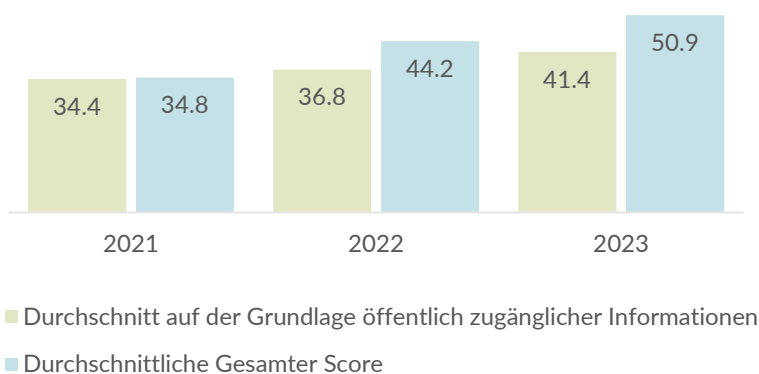
DIGITALE TRANSPARENZ - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATIONEN
Unternehmen, die ein klares Verfahren zum Umgang mit Datenlecks («Data Breach») geschaffen haben	29 (+19)	20 (+13)
Unternehmen, die im Fall eines Datenlecks darüber auf ihrer Website informieren würden	10 (+6)	4 (+1)
Unternehmen, die klar signalisieren, wenn künstliche Intelligenz eingesetzt wird	7 (+4)	4 (-)
Unternehmen, die eine leicht zugängliche Richtlinie zum Datenschutz haben	49 (+6)	48 (+5)
Unternehmen, die über den Standort ihrer Datenspeicherzentren informieren	9 (+9)	6 (+6)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021-2023).

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



22

Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

0

Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 3: DATENSCHUTZ

Das dritte Kapitel betrifft den Datenschutz und insbesondere die Einführung von Richtlinien zum Schutz der persönlichen Daten von Kunden und Kundinnen, aber auch von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Unternehmen. Dieses Kapitel dürfte die Schweizer Unternehmen in diesem Jahr aufgrund des Inkrafttretens des neuen Datenschutzgesetzes (siehe Seite 5) stark beschäftigt haben. So gaben 16 Unternehmen in ihren Antworten auf den Fragebogen an, dass sie ihre Datenschutzverfahren überprüft hätten oder dabei seien, sie zu überprüfen, um sicherzustellen, dass sie die neuen Vorschriften einhalten.

Zunächst stellt man jedoch fest, dass die Anzahl der Unternehmen, die erklären, einen ethischen Rahmen für die Verarbeitung personenbezogener Daten angenommen zu haben, nach einem starken Anstieg im letzten Jahr stagniert und sogar von 15 im Jahr 2022 auf 14 im Jahr 2023 zurückgeht. Dasselbe gilt für die Zahl der Unternehmen, die Informationen über diesen ethischen Rahmen veröffentlichen. Sie ist von fünf 2022 auf sechs 2023 gesunken. Zwar erklären etwas mehr Unternehmen – 21 gegenüber 16 im Vorjahr und 17 im Jahr 2021 –, dass sie bei ihren Aktivitäten die Risiken und negativen Folgen berücksichtigen, die sich aus dem Missbrauch personenbezogener Daten ergeben könnten, doch veröffentlichen 2023 immer noch nur 9 Unternehmen Informationen zu diesem Thema, genau so viele wie 2021.

Die Zahl der Unternehmen, die versichern, dass sie Daten nur mit der freien und informierten Zustimmung der betroffenen Personen sammeln, ist leicht gestiegen, von 19 anno 2021 auf 25 im Jahr 2023. Jedoch machen immer noch nur 18 Unternehmen dies öffentlich bekannt, gleich viele wie 2021. Für Ethos sollte die Personalisierung von Dienstleistungen auf der Basis von Personendaten jedoch eine Wahlmöglichkeit der Nutzerinnen und Nutzer sein, nicht die Standardoption eines Informatiksystems («Privacy by Default»).

Grössere Fortschritte wurden jedoch bei der «Privacy by Design» erzielt, einem der Schlüsselemente der EU-Datenschutz-Grundverordnung. So sind es nun 24 Unternehmen, gegenüber 22 im Jahr 2022 und nur vier 2021, die sicherstellen, dass sie den Datenschutz bereits bei der Entwicklung eines Produkts oder einer Dienstleistung berücksichtigen und dafür sorgen, dass diese die Privatsphäre der Nutzerinnen und Nutzer respektieren und ihre persönlichen Daten nicht automatisch verwerten können. Die Zahl der Unternehmen, die öffentlich über dieses Thema kommunizieren, stieg jedoch nur geringfügig von zwei 2021 auf elf 2023.

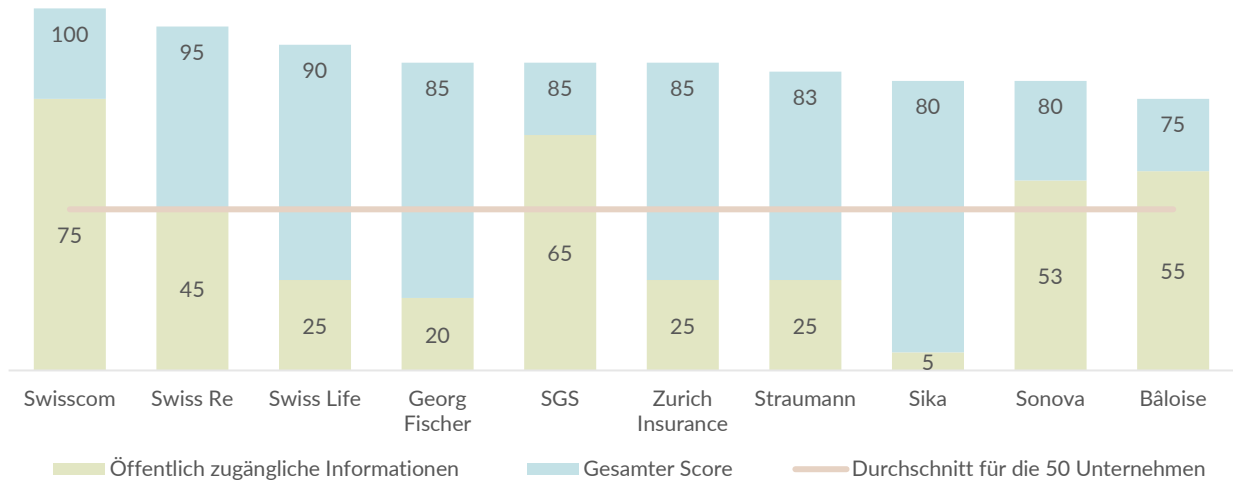
Schliesslich befasste sich die Studie auch mit dem Thema Datenminimierung, d. h. mit der Konzeption und Entwicklung von Computersystemen, die so wenig Daten wie möglich verarbeiten. Dazu gehören datenschutzfreundliche Voreinstellungen, die Beschränkung des Zugriffs auf persönliche Informationen, die für die Erbringung der gewünschten Dienstleistung unbedingt erforderlich sind, und die Einführung von Instrumenten,

mit denen die persönlichen Daten besser geschützt werden können (Zugriffskontrolle, Verschlüsselung usw.). Die Ergebnisse dieser neuen Studie zeigen einige Fortschritte.

Im Jahr 2023 haben 16 Unternehmen Technologien zur Verbesserung des Datenschutzes («Privacy Enhancing Technologies») implementiert (2022: neun, 2021: sechs), von denen zwölf öffentlich über diese Technologien berichten. Dabei versichern 31 dieser Unternehmen, ihre IT-Systeme seien standardmässig so eingestellt, dass so wenig Daten wie möglich gespeichert und nur Cookies verwendet würden, die für den Betrieb ihrer Website unbedingt erforderlich seien.

Bei diesem Kapitel hat sich die durchschnittliche Punktzahl über den Zeitraum der Studie mehr als verdoppelt, von 22,1 Punkten 2021 auf 44,5 Punkte 2023. Das Maximum erreicht die Swisscom mit 100 Punkten, knapp vor der Swiss Re (95 Punkte). Leider berichten die Unternehmen nach wie vor nur sehr wenig über dieses Thema, so dass die Ergebnisse, die allein auf öffentlichen Informationen beruhen, immer noch deutlich niedriger ausfallen. So stieg der Durchschnitt von 17,9 Punkten 2021 auf nur 25,4 Punkte 2023. Anzumerken ist jedoch, dass fünf Unternehmen, darunter die Swisscom mit einem Maximum von 75 Punkten, eine Punktzahl von über 50 Punkten erreichen, wenn man sich nur auf öffentliche Informationen stützt. Das beweist, dass Unternehmen Transparenz beweisen und über so sensible Themen wie Datenschutz kommunizieren können. Zur Erinnerung: Die beste Punktzahl auf der Grundlage öffentlich zugänglicher Informationen lag 2022 bei 55 Punkten.

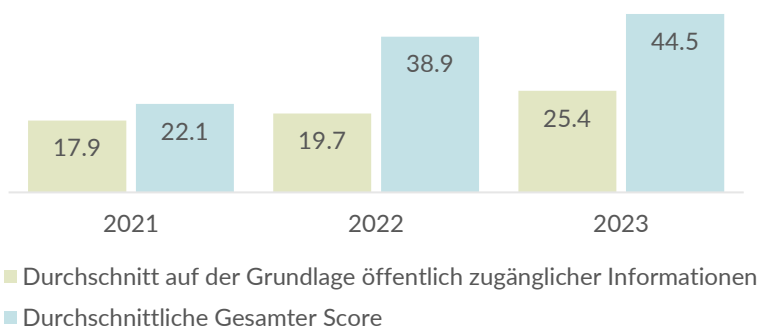
DATENSCHUTZ - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATIONEN
Unternehmen, die über einen ethischen Rahmen für den Umgang mit Daten verfügen	14 (+9)	6 (+1)
Unternehmen, welche die Risiken und negativen Folgen der Verwendung von Daten ihrer Kundschaft berücksichtigen	21 (+4)	9 (-)
Unternehmen, die sich verpflichten, Daten nur nach freier und informierter Zustimmung zu erheben («Privacy by Default»)	25 (+6)	18 (-)
Unternehmen, die den Datenschutz bereits bei der Planung eines Produktes oder einer Dienstleistung berücksichtigen («Privacy by Design»)	24 (+20)	11 (+9)
Unternehmen, die Technologien entwickelt oder eingeführt haben, die den Datenschutz verbessern («PET»)	16 (+10)	12 (+7)
Unternehmen, bei denen die Minimierung der Datenerhebung die Standardoption ist	31 (+7)	28 (-)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021-2023).

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



20
Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

1
Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 4: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Immer mehr Unternehmen setzen die KI bei ihrer Geschäftstätigkeit ein. Von den 50 Unternehmen, die dieses Jahr analysiert wurden, nutzen 40 Unternehmen die KI in irgendeiner Form. Wie bereits unter Grundsatz 2 erwähnt, geben jedoch nur vier Unternehmen öffentlich bekannt, wann sie KI einsetzen.

Ein verantwortungsvoller, vernünftiger und transparenter Einsatz von KI ist jedoch eine der grössten Herausforderungen für die digitale Verantwortung von Unternehmen. Denn obwohl sich Algorithmen in bestimmten Bereichen wie Gesundheit und Umwelt als sehr nützlich erweisen können, lässt ihr Einfluss auf unser tägliches Leben (selbstfahrende Autos, Gesichtserkennung, Sprachassistenten usw.) auch Raum für eine breite und umfassende Debatte über die mit diesen neuen Technologien verbundene Verantwortung und Ethik.

Gemäss der Studie versichern heute aber nur acht Unternehmen in ihren Antworten auf den Fragebogen und in einem Fall (Novartis) sogar öffentlich, dass sie eine Arbeits- oder Forschungsgruppe geschaffen haben, die sich speziell mit dem Thema Ethik und KI befasst. Das sind genau so viele wie im Vorjahr. Nur neun Unternehmen (gegenüber sechs 2022 und zwei 2021) garantieren, dass ihre KI-gestützten Systeme ausschliesslich mit dem Ziel entwickelt wurden, positive soziale Auswirkungen zu haben. Noch beunruhigender ist, dass nur zwei Unternehmen (Novartis und Swisscom) diesbezüglich kommunizieren. Für Ethos sollte die KI jedoch ein zentrales Element der Antwort auf die grossen Herausforderungen unserer Zeit wie Klimawandel, Verlust der Biodiversität, Gesundheit und soziale Ungleichheit sein.

Auch die Funktionsweise von Systemen, die auf KI beruhen, bleibt meist undurchsichtig und kann erhebliche ethische Dilemmas auslösen. Insbesondere die Nachvollziehbarkeit des Entscheidungsmechanismus ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass die Entscheidungen mittels KI frei von Verzerrungen ethnischer, geschlechtsspezifischer oder sonstiger Art («Unbiased AI») sind. Diese Neutralität sollte die Basis für die Entwicklung von Informatikprogrammen sein, die bis zu autonomen Entscheidungsmechanismen führen können, vor allem in der Gesundheits- oder Versicherungsbranche. Kann sie nicht gewährleistet werden, sollte die Inbetriebnahme solcher Software nicht möglich sein. Von den 50 untersuchten Unternehmen informieren heute jedoch nur elf, davon fünf in öffentlich zugänglichen Dokumenten, dass sie Massnahmen zur Vermeidung von Voreingenommenheit und Vorurteilen bei der Verarbeitung der erhobenen Daten ergriffen haben. Nur acht Unternehmen haben Massnahmen zur Vermeidung von Verzerrungen in ihren KI-Systemen ergriffen, und drei haben sie veröffentlicht.

Die Frage der Gleichbehandlung und Unparteilichkeit ist zwar von zentraler Bedeutung, löst aber nicht unbedingt alle ethischen Probleme, die sich aus dem Einsatz von KI ergeben. Entscheidend ist auch, dass menschliches

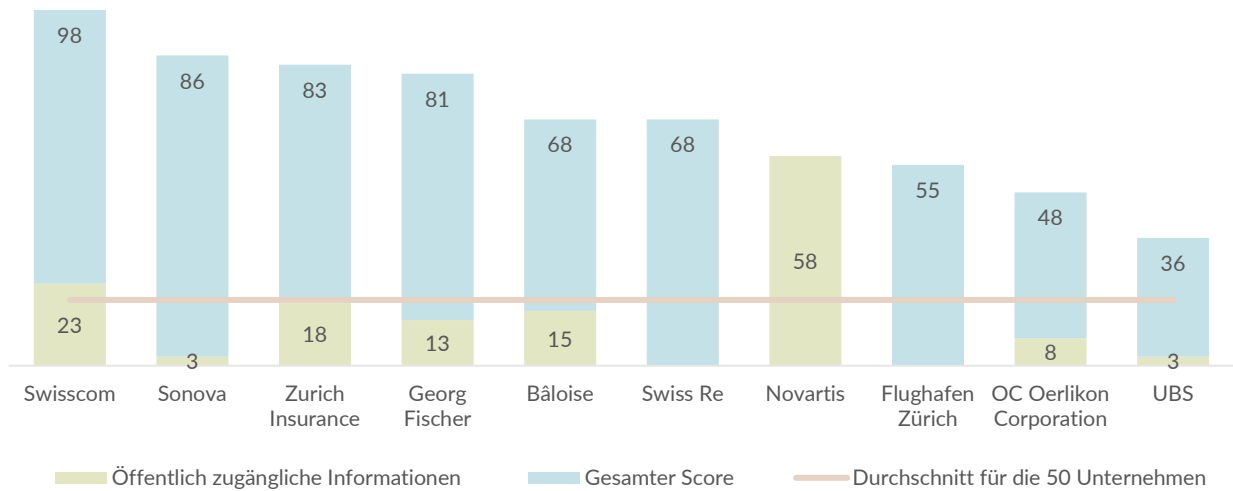
Eingreifen jederzeit möglich bleibt, dass Maschinen ihren Werkzeugstatus behalten und dass stets Personen die Kontrolle und Verantwortung über die Maschinen ausüben. Auch hier sind die Unternehmen derzeit noch sehr intransparent. Derzeit erklären nur acht Unternehmen – darunter keines in öffentlich zugänglichen Dokumenten –, dass es jederzeit möglich ist, einen automatisierten Prozess durch einen «manuellen Modus» zu ersetzen, oder dass es Notfallmassnahmen gibt, um eine mittels KI getroffene Entscheidung zu unterbrechen oder zu stoppen. Gesamthaft gesehen informieren nur sieben, davon drei öffentlich, dass sie Maschinen und KI als blosse Werkzeuge betrachten, die jederzeit unter der Kontrolle von Menschen bleiben müssen.

Wenig überraschend ist, dass die grössten Fortschritte, insbesondere in Bezug auf die Transparenz, beim Einsatz von KI erzielt wurden, um die Auswirkungen der Unternehmen auf die Umwelt und vor allem auf den Energieverbrauch zu reduzieren. Zwanzig Unternehmen, zehn mehr als 2021, versichern, dafür KI oder digitale Technologien einzusetzen. Noch besser ist, dass die gleiche Anzahl öffentlich darüber berichtet. Auch hier sind es doppelt so viele wie 2021.

Hingegen gaben nur zwölf Unternehmen in der neuen Studie zu, dass sie die Auswirkungen von ChatGPT oder ähnlichen KI-generierenden Tools auf ihre Tätigkeiten berücksichtigen und analysieren mussten. Fünf davon informierten im Berichtsjahr öffentlich über dieses Thema.

Die durchschnittliche Punktzahl für dieses Kapitel ist zwar von 3,5 Punkten 2021 auf 17,4 Punkte 2023 gestiegen, aber immer noch sehr niedrig für ein Thema, das eines der wichtigsten, wenn nicht sogar das zentrale Thema der digitalen Verantwortung von Unternehmen ist. 2023 haben von den 50 untersuchten Unternehmen 18 keinen einzigen Punkt für dieses Kapitel gesammelt. Folglich liegt der Durchschnitt bei nur 4 Punkten (gegenüber 3 Punkten 2021), wenn man sich nur auf öffentlich zugängliche Informationen verlässt. Dies belegt den eklatanten Mangel an Transparenz der Unternehmen in diesem Bereich. Novartis ist mit 57,5 Punkten das einzige Unternehmen, das auf der Grundlage öffentlicher Informationen mehr als 50 Punkte erreicht, weit vor Swisscom (22,5 Punkte) und Zurich Insurance (17,5 Punkte).

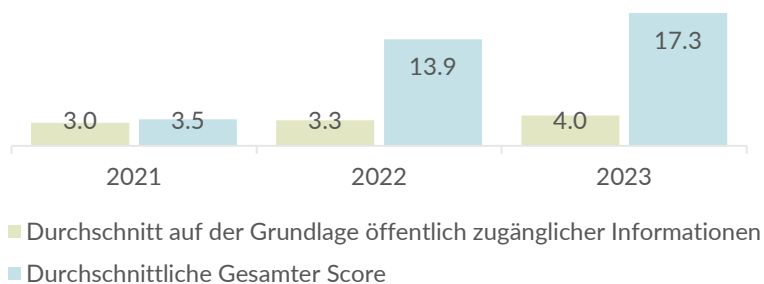
VERANTWORTLICHE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATION
Unternehmen, die über eine Forschungs-/Arbeitsgruppe verfügen, die sich mit ethischen Fragen beim Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) befasst	8 (+8)	1 (+1)
Unternehmen, die Massnahmen ergriffen haben, um Verzerrungen bei der Datenverarbeitung zu begrenzen	11 (+9)	5 (+2)
Unternehmen, die Massnahmen ergriffen haben, um jegliche Ungleichbehandlung beim Einsatz von KI zu verhindern	7 (+6)	2 (+1)
Unternehmen, die Massnahmen zur Begrenzung von Verzerrungen bei der Nutzung von KI eingeführt haben	8 (+5)	3 (+1)
Unternehmen, die jederzeit die auf KI-Systemen beruhenden Entscheidungsverfahren nachvollziehen können	11 (+10)	1 (+1)
Unternehmen, deren KI-Systeme vor ihrer Implementierung der Genehmigung durch Menschen bedürfen	13 (+11)	2 (+1)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021–2023).

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



8

Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

17

Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 5: SENSIBLE AKTIVITÄTEN

Bekanntlich wird KI heute in der überwiegenden Mehrheit der Wirtschaftszweige eingesetzt. Ihr Einsatz muss jedoch kontrolliert werden, um sicherzustellen, dass alle ethischen Aspekte bezüglich Zweck und Art der Nutzung dieser neuen Technologien mit den Erwartungen der Zivilgesellschaft in Einklang stehen. Denn einige Verwendungszwecke der KI sind ja sehr umstritten, da diese neuen Technologien insbesondere zur Überwachung von Personen durch Gesichtserkennung, zur Entwicklung und zum Einsatz autonomer Waffen oder auch für Aktivitäten genutzt werden können, die das menschliche Verhalten auf verborgene Weise zu beeinflussen suchen. Mehrere Gesetzesentwürfe, die dieses Thema abdecken sollen, sind zurzeit in Vorbereitung, insbesondere auf europäischer Ebene sowie in den USA, was zeigt, dass diese Fragen heute im Zusammenhang mit der Digitalisierung eine zentrale Rolle spielen.

Für dieses Kapitel wurden die Unternehmen zunächst gefragt, ob sie immer sicherstellen, dass die im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit erhobenen Daten nicht zu Überwachungszwecken verwendet werden. 2023 bejahten dies acht Unternehmen (2021: drei). Zwei davon veröffentlichten diese Information auf ihrer Website. Darüber hinaus wurden sie auch gefragt, ob sie sicherstellen könnten, dass die von ihnen entwickelten und vermarkteten Technologien unter keinen Umständen für Aktivitäten verwendet werden können, die:

- gegen die Menschenrechte verstossen,
- das Recht auf freie Meinungsäusserung einschränken,
- darauf abzielen Abhängigkeiten schaffen;
- für die autonome Waffen eingesetzt werden,
- oder den Markt manipulieren könnten.

Auch dies bejahten nur acht verschiedene Unternehmen und bestätigten, dass sie den Einsatz von KI im Zusammenhang mit einem oder mehreren dieser Punkte untersagen. Obwohl es wenig wahrscheinlich ist, dass in der Schweiz kotierte Unternehmen KI für ethisch verwerfliche Zwecke einsetzen, erachtet es Ethos als vorrangig, die Transparenz in diesen Punkten zu verbessern, um die verschiedenen Anspruchsgruppen zu beruhigen. Nur ein Unternehmen im SMI Expanded, nämlich Georg Fischer, gibt derzeit öffentlich bekannt, sich solcher Praktiken kategorisch zu enthalten.

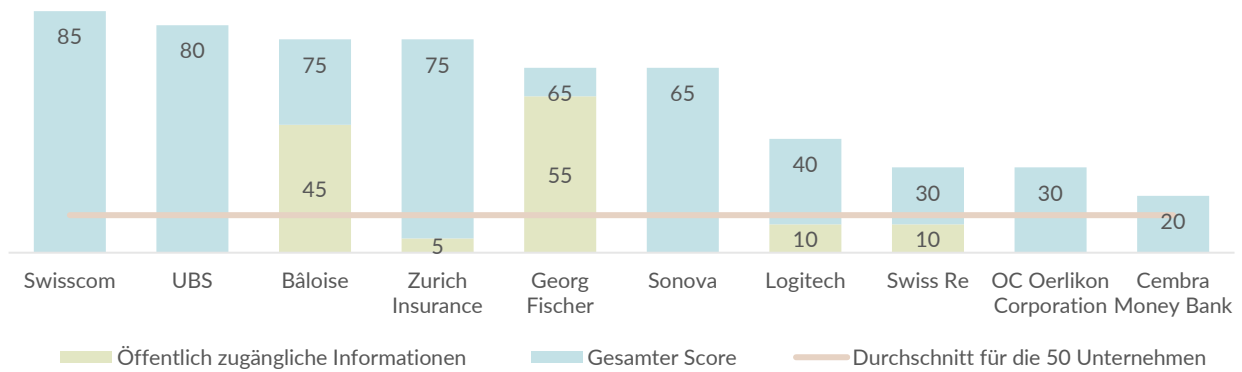
In Bezug auf die Nutzung von KI für Aktivitäten, die zu Diskriminierungen führen könnten, wurden die 50 analysierten Unternehmen gefragt, ob sie Massnahmen eingeführt haben, um insbesondere unbeabsichtigte Diskriminierung bei der automatischen Auswahl von Zielgruppen für Werbeinhalte zu verhindern. Acht Unternehmen (2021 nur eines) gaben an, solche Massnahmen eingeführt zu haben. Eine weitere Frage zielte darauf ab, ob sie auf alle mittels KI

durchgeführten Aktivitäten verzichten, die der Verbreitung sensibler, rassistischer, sexistischer oder illegaler Inhalte dienen oder den Zugang zu Inhalten und Aktivitäten ermöglichen könnten, welche für Minderjährige ungeeignet sind. Nur fünf Unternehmen bestätigten, dass sie über Richtlinien verfügen, um solche Praktiken zu verhindern, drei mehr als 2021.

Schliesslich besteht der grösste Fortschritt bei diesem Kapitel darin, dass 12 Unternehmen – gegenüber nur zwei 2021 und acht 2022 – nun erwähnen, dass sie eine grössere Anzahl von Stakeholdern und externen Experten in ihre Diskussionen über die böswillige oder unangemessene Nutzung von KI einzubeziehen suchen. Die steigende Anzahl an positiven Antworten auf diese Frage zeigt, dass das Thema ernst genommen wird. Die getroffenen Massnahmen sollten daher dazu führen, dass die Ansichten verschiedener Partner bei strategischen Entscheidungen in Bezug auf die Entwicklung von KI berücksichtigt werden.

Ungeachtet einer leichten Verbesserung der Punktzahlen schneidet dieses Kapitel über sensible Tätigkeiten mit einem Durchschnittswert von nur 13,2 Punkten (gegenüber 3,2 Punkten 2021 und 11,7 Punkten 2022) im dritten Jahr in Folge am schlechtesten ab. Negativ fällt auch auf, dass von den fünf Unternehmen, die dieses Jahr am besten abgeschnitten haben, drei keinerlei Informationen zu diesem Grundsatz veröffentlichen. 2023 haben damit 32 von 50 Unternehmen null Punkte erreicht. Damit schneidet dieses Kapitel im Vergleich zu den anderen bei weitem am schlechtesten ab. Diese eindeutig ungenügenden Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmen der Einführung von Richtlinien für den Einsatz von KI Priorität einräumen müssen, um sich auf neue Gesetze in diesem Bereich vorzubereiten und mehr darüber zu kommunizieren.

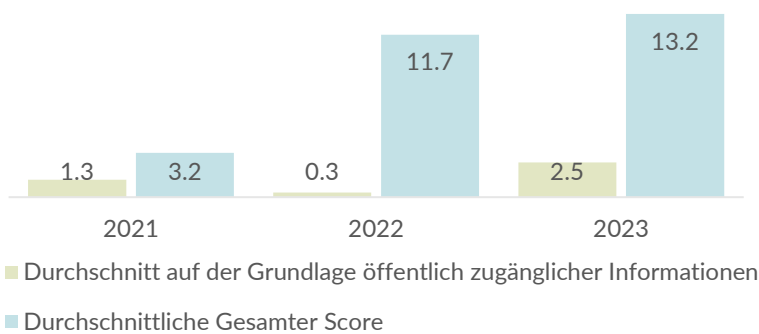
SENSIBLE AKTIVITÄTEN - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATION
Unternehmen, die versichern, dass die erhobenen Daten nicht zu Überwachungszwecken verwendet werden	8 (+5)	2 (+2)
Unternehmen, die bei der Entwicklung von KI-Systemen die besten Praktiken anwenden, um eine missbräuchliche oder böswillige Nutzung zu verhindern	8 (+7)	1 (+1)
Unternehmen, die sich ausdrücklich aller KI-bezogenen Aktivitäten enthalten, die:		
• zur Verletzung von Menschenrechten führen	6 (+3)	2 (+2)
• zur Einschränkung von Menschenrechten führen	5 (+4)	1 (+1)
• die Herstellung oder den Einsatz autonomer Waffen erleichtern	1 (+1)	1 (+1)
• die Verbreitung sexistischer, rassistischer oder für Minderjährige ungeeigneter Inhalte ermöglichen	5 (+3)	1 (+1)
• darauf ausgelegt sind, süchtig zu machen	4 (+4)	1 (+1)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021-2023).

EVOLUTION DES MOYENNES (SUR 100 POINTS)



6
Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

32
Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 6: SOZIALE AUSWIRKUNGEN

Dieses Kapitel befasst sich mit den sozialen Auswirkungen des digitalen Wandels, insbesondere mit der Frage, wie sich die technologischen Entwicklungen auf die derzeitigen Arbeitsplätze und Gesellschaftsmodelle auswirken können. Mit der Entwicklung der künstlichen Intelligenz (KI) und dem Aufkommen neuer Geschäftsmodelle steuert die Arbeitswelt jetzt auf eine Automatisierung einfacher Aufgaben zu. Die Nachfrage nach unqualifizierten Arbeitskräften verringert sich zugunsten von Berufsprofilen mit Kenntnissen im Bereich der IT-Entwicklung oder -Wartung. Die Unternehmen und das Aktionariat können zwar von dieser digitalen Revolution profitieren, insbesondere durch eine höhere Produktivität, doch kurzfristig könnten die finanziellen Gewinne begrenzt sein, wenn der Übergang unverantwortlich vollzogen wird. So könnte beispielsweise das Vorsorgesystem unter Druck geraten, wenn die Zahl der Erwerbstätigen in einer bestimmten Rechtsordnung stark zurückgehen oder die Entwicklung der Dienstleistungswirtschaft («Gig Economy») viele Angestellte in Selbständige verwandeln würde («Uberisierung»).

Mit dieser Studie wollte Ethos deshalb abklären, wie gut die Unternehmen auf eine solche Revolution vorbereitet sind. Dabei zeigte sich, dass nur neun der 50 untersuchten Unternehmen versichern, die möglichen Auswirkungen des digitalen Wandels auf ihre Geschäftstätigkeiten und insbesondere auf ihre Belegschaft abgeschätzt zu haben. Davon kommunizierten nur vier Unternehmen (Adecco, Nestlé, Swisscom und UBS) bereits öffentlich zu diesem Thema. Ausserdem erklärten sechs Unternehmen (keines 2021), bereits unabhängige Experten hinzugezogen zu haben, um die Beschäftigungsfähigkeit ehemaliger Mitarbeitender einzuschätzen, deren Aufgaben automatisiert wurden.

Für Ethos gehört es jedoch zur sozialen Verantwortung der Unternehmen, ehrgeizige Programme zur Unterstützung der Umschulung und Ausbildung von Mitarbeitenden einzuführen, die direkt von der Automatisierung und KI bedroht sind. Leider geben nur neun der analysierten Unternehmen (gegenüber vier 2021) an, dass sie Ausbildungs- und Umschulungsmöglichkeiten für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anbieten, deren Aufgaben durch die Automatisierung bedroht sind. Noch beunruhigender ist, dass nur vier Unternehmen (neun 2021) versichern, sie würden ihren ehemaligen Mitarbeitenden finanzielle Unterstützung bei der Umschulung anbieten. Das ist das alarmierendste Ergebnis bei diesem Grundsatz-Thema.

Der digitale Wandel ist jedoch nicht einfach ein Synonym für die Vernichtung von Arbeitsplätzen. Er kann auch soziale Vorteile mit sich bringen. So erklärten sechs Unternehmen (2021 nur eines), sie wären bereit, eine Arbeitszeitverkürzung anstelle eines Personalabbaus in Betracht zu ziehen, um die Automatisierung bestimmter Aufgaben zu kompensieren. Zwei dieser Unternehmen

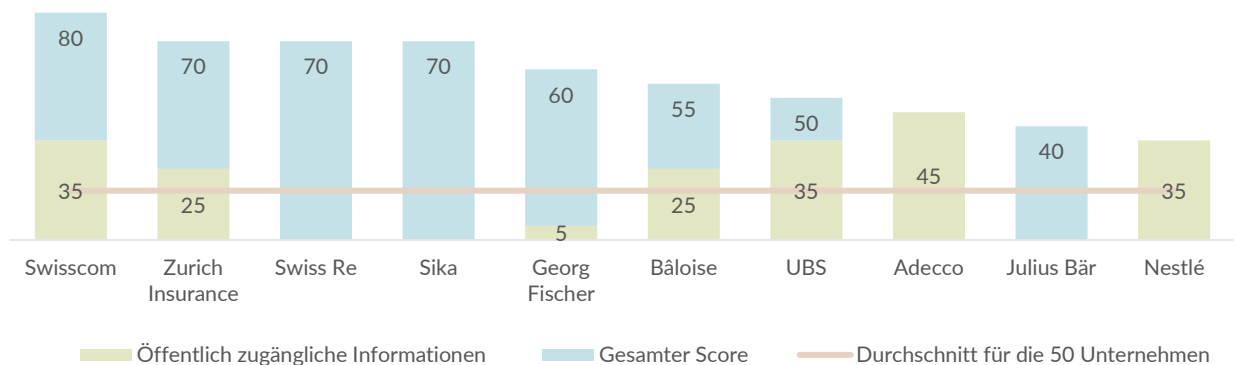
(Schindler und Zurich Insurance) haben 2023 sogar öffentlich darüber berichtet. Diese Frage stellt eine der positiven Konsequenzen in den Vordergrund, die die Automatisierung haben könnte. Tatsächlich sollte es dank der neuen Technologien möglich sein, bei gleichbleibender Produktivität die Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden zu verringern, um ihre Lebensqualität zu verbessern und zu einem besseren Gleichgewicht zwischen Berufs- und Privatleben beizutragen.

Schliesslich geben heute zehn Unternehmen (gegenüber nur einem 2021) an, dass sie bereits externe Beratung erhalten haben, um die KI im Personalwesen verantwortungsvoll einzusetzen, insbesondere um Diskriminierung bei der Einstellung zu vermeiden oder die Nutzung von Daten im Einstellungsprozess zu minimieren. Sieben Unternehmen (2021 nur eines) gewähren ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Zugang zur Methodik und den Entscheidungen, die im Personalwesen mittels KI getroffen wurden.

Obwohl der Durchschnitt von 6,2 Punkten 2021 auf 16,5 Punkte im Jahr 2023 gestiegen ist, gehört dieses Kapitel zu den am schlechtesten benoteten in dieser Studie. Dies zeigt, dass die Unternehmen die Auswirkungen, die der digitale Wandel auf die Grösse ihrer Belegschaft und ihre Managementmethoden haben könnte, noch nicht wirklich bewertet haben oder dies zumindest nicht kommunizieren. Anzumerken ist, dass nur sechs Unternehmen in diesem Kapitel eine Bewertung von über 50 Punkten erhielten (Baloise, Georg Fischer, Sika, Swisscom, Swiss Re und Zurich Insurance) – mit einem Maximum von 80 Punkten für die Swisscom –, während 18 Unternehmen leer ausgingen.

Schliesslich erzielte Adecco mit 45 Punkten das beste Ergebnis allein auf der Grundlage öffentlich zugänglicher Informationen, während nur sechs Unternehmen auf mehr als 20 Punkte kamen. Deshalb fällt die durchschnittliche Punktzahl für diese Angaben auf 7,1 Punkte und ist damit nur wenig besser als der Durchschnitt von 4,9 Punkten im Jahr 2021.

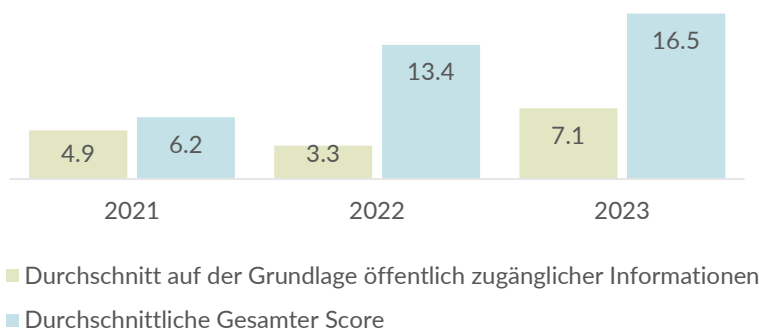
SOZIALE AUSWIRKUNGEN - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATION
Unternehmen, welche die möglichen Auswirkungen des digitalen Wandels auf ihre Belegschaft bereits bewertet und darüber kommuniziert haben	9 (+6)	4 (+1)
Unternehmen, die bereits externe Berater beauftragt haben, die Beschäftigungsfähigkeit von ehemaligen Mitarbeitenden zu bewerten, deren Aufgaben automatisiert wurden	6 (+6)	0 (-)
Unternehmen, welche die Automatisierung als Möglichkeit betrachten, die Arbeitszeit anstelle der Anzahl der Mitarbeitenden zu reduzieren	6 (+5)	2 (+1)
Unternehmen, die Schulungs- und Umschulungsprogramme für jene Mitarbeitenden anbieten, deren Arbeitsplätze durch die Automatisierung gefährdet sind	9 (+5)	4 (+1)
Unternehmen, die bereits externe Beratung zur verantwortungsvollen Anwendung digitaler Hilfsmittel in Einstellungsverfahren in Anspruch genommen haben	10 (+9)	1 (+1)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021–2023).

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



6

Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

18

Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

GRUNDSATZ 7: UMWELTAUSWIRKUNGEN

Der letzte Teil des Fragebogens betrifft Auswirkungen des digitalen Wandels auf die Umwelt und insbesondere seinen CO₂-Fussabdruck. Man schätzt heute, dass die Digitalisierung für etwa 4 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen verantwortlich ist, mehr als der Luftverkehr⁴. Angesichts der zunehmenden Bedeutung der KI und einer Wirtschaft, die sich immer mehr auf Daten und vernetzte Objekte konzentriert, wird der ökologische Fussabdruck der Digitalisierung in den nächsten Jahren wahrscheinlich noch stark ansteigen.

Von den 50 Unternehmen, die 2023 analysiert wurden, gaben 40 an, sie versuchten, die Umweltauswirkungen der von ihnen verwendeten digitalen Geräte zu begrenzen (2022 waren es 33, 2021 nur acht). Noch besser ist, dass 36 Unternehmen (2021: 9) Informationen zu diesem Thema veröffentlichen. 17 Unternehmen, 13 mehr als 2021, erklären, sie hätten Massnahmen ergriffen, um den Wasserverbrauch der Kühlsysteme für die von ihnen verwendeten digitalen Geräte zu reduzieren. Zehn Unternehmen berichteten zudem darüber, gegenüber drei 2021.

Was den Energieverbrauch für die Speicherung der stetig wachsenden Datenmenge und die Versorgung digitaler Technologien und Algorithmen betrifft, bestätigen heute 14 Unternehmen, dass sie ihre Rechenzentren (Data Center) in Lokalitäten mit geringer Kohlenstoffintensität betreiben, 10 mehr als 2021. Darüber hinaus versichern 19 Unternehmen, sie veröffentlichten Daten und Informationen über die Umweltauswirkungen der von ihnen eingesetzten digitalen Technologien, ob für das Recycling der Computerhardware, die durchschnittliche Lebensdauer ihrer vernetzten Produkte, den Energieverbrauch der Computersysteme oder andere relevante Umweltindikatoren. Öffentlich zugängliche konnten jedoch nur für 13 Unternehmen gefunden werden. Dieses Ergebnis ist angesichts der Auswirkungen der Digitalisierung und der aktuellen klimatischen Dringlichkeit offensichtlich enttäuschend.

Zwar betreffen die Umweltauswirkungen hauptsächlich die Herstellungsphase der Geräte, doch für ein Unternehmen ist es auch wichtig, die Auswirkungen seiner digitalen Infrastruktur während ihres gesamten Lebenszyklus zu berücksichtigen, was auch die Nutzungs- und End-of-Life-Phasen der Geräte einschliesst. 18 Unternehmen, 10 mehr als 2021, geben an, dass die langfristigen Energieeffizienz-Merkmale von IT-Geräten ein Kaufkriterium sind. 14 Unternehmen veröffentlichen Informationen zu diesem Thema.

Im gleichen Sinne gaben dieses Jahr 12 Unternehmen an, die Wiederverwendbarkeit und Reparierbarkeit von IT-Hardware sei ebenfalls ein Kriterium, das bei der Beschaffung berücksichtigt werde. Schliesslich geht aus dieser dritten Studie hervor, dass für mindestens

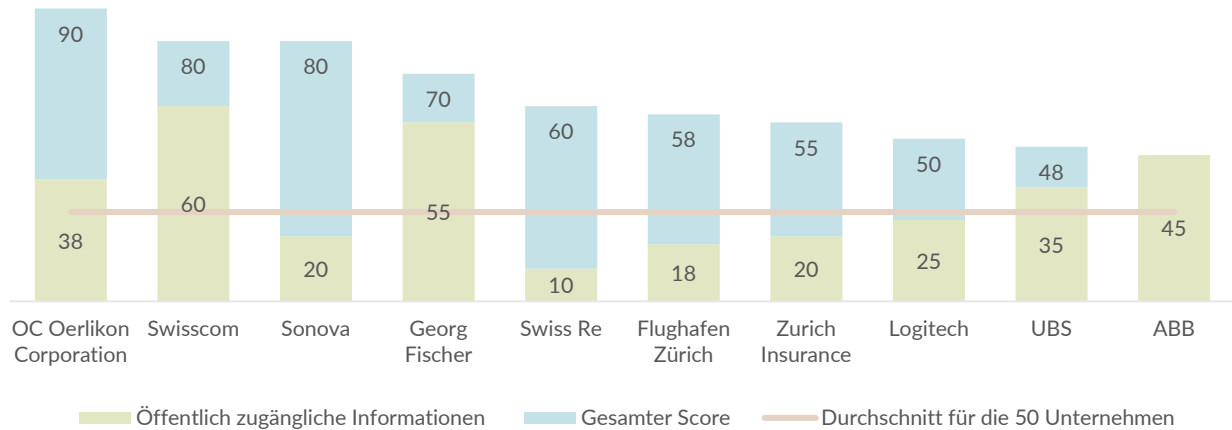
12 Unternehmen (2021: fünf) auch die langfristige Wiederverwertbarkeit von IT-Hardware ein Kaufkriterium ist.

Die breite Anwendung komplexer Algorithmen bedeutet auch, dass immer mehr Rechenleistung benötigt wird, was einen exponentiellen Energieverbrauch zur Folge hat. Fünf der untersuchten Unternehmen, drei davon in öffentlich zugänglichen Dokumenten, geben an, sie versuchten, ihren Energieverbrauch durch Codeoptimierung zu senken. Bisher hat nur ein Unternehmen erklärt, Ingenieurteams würden den Energiekonsum der verwendeten algorithmischen Modelle überwachen. Schliesslich geben nur zwei Unternehmen an, der CO₂-Fussabdruck ihres Technologieparks, insbesondere ihrer algorithmischen Modelle, werde genau gemessen.

Die Durchschnittsnote für dieses Kapitel erreicht 27,5 Punkte, was gegenüber den 8,4 Punkten von 2021 einer Steigerung von 19,1 Punkten entspricht. Das beste Ergebnis erzielte OC Oerlikon mit 90 Punkten, vor Sonova und Swisscom (jeweils 80 Punkte). Stützt man sich nur auf öffentlich zugängliche Informationen, sinkt der Durchschnitt hingegen auf 18,8 Punkte (2021: 7,7 Punkte). Man stellt jedoch fest, dass die höchste Punktzahl auf der Grundlage öffentlicher Informationen bei 60 Punkten liegt (Swisscom), was einmal mehr zeigt, dass Unternehmen sehr gut über dieses Thema kommunizieren können, ohne sich selbst zu exponieren oder ihre Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden.

⁴ <https://www.greenit.fr/etude-empreinte-environnementale-du-numerique-mondial/>

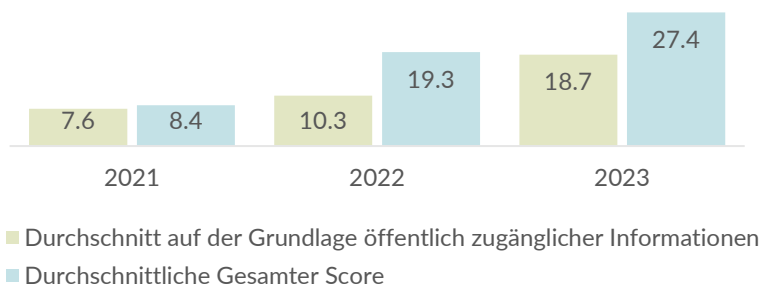
UMWELTAUSWIRKUNGEN - TOP 10



SCHLÜSSELFRAGEN	«JA» IN 2023	«JA» UND ÖFFENTLICHE INFORMATION
Unternehmen, die sich um die Verbesserung der Nachhaltigkeit ihrer digitalen Technologien bemühen und entsprechende Informationen veröffentlichen	40 (+32)	36 (+27)
Unternehmen, die ihre Rechenzentren in Lokalitäten mit geringer CO ₂ -intensität beherbergen	14 (+10)	6 (+4)
Unternehmen, die sich bemühen, den Wasserverbrauch für die Kühlung von Computerhardware zu senken	17 (+13)	10 (+7)
Unternehmen, die ihren Energieverbrauch durch Code-optimierung senken wollen	5 (+4)	3 (+1)
Unternehmen, die beim Kauf von Computerausrüstung die folgenden Punkte berücksichtigen:		
• Langfristige Energieeffizienz	18 (+10)	14 (+9)
• Möglichkeit der Reparatur	12 (+9)	3 (+3)
• Möglichkeit der Wiederverwertung	12 (+7)	7 (+4)

In dieser Tabelle sind nur öffentlich oder auf der Grundlage des Fragebogens bejahte Antworten aufgeführt. Der Inhalt in den Klammern zeigt die Entwicklung über drei Jahre (2021–2023).

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTSWERTE (BASIS 100 PUNKTE)



7
Unternehmen mit einem Score von über 50 Punkten

0
Unternehmen haben 0 Punkte in diesem Kapitel

5. Schlussfolgerung

Datenschutz, verantwortungsvolle Nutzung von KI, soziale und ökologische Auswirkungen von Technologien: Die Herausforderungen bei der digitalen Verantwortung sind zahlreich und haben in den letzten Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. Als Ethos begann, sich mit diesen Themen zu befassen, betrachteten die meisten Unternehmensleiterinnen und -leiter diese als zweitrangig und wollten nicht unbedingt darüber diskutieren. Innerhalb von drei Jahren hat sich viel verändert: Cyberangriffe, Datenlecks und Skandale haben sich gehäuft. Auch die Regulierungsbehörden haben sich mit diesen Themen befasst. Vor allem aber hat der Aufstieg von ChatGPT und anderen ähnlichen Tools die Nutzung von KI revolutioniert und demokratisiert. Als Ergebnis davon kann heute keine Führungskraft mehr bestreiten, dass es in ihrer eigenen Verantwortung und der des Unternehmens liegt, mit diesen Herausforderungen richtig umzugehen.

Ethos hat immer versucht, eine Vorreiterrolle zu spielen, um neue Themen aufzugreifen und in den Bereichen Umwelt, Soziales oder Governance (ESG) gute Praktiken zu fördern. Ziel von Ethos war und ist, die Unternehmen für ihre Verantwortung zu sensibilisieren. Im vorliegenden Fall war das Ziel dieser Studie, das Verhalten der grössten in der Schweiz kotierten Unternehmen zu bewerten, aber auch und vor allem, die bestehenden Best Practices im Bereich der digitalen Verantwortung zu propagieren, um die Unternehmen zu Verbesserungen anzuregen.

Nach drei Jahren Engagement und kontinuierlichem Dialog ist die erste Feststellung, dass die Hälfte der Unternehmen, die Gegenstand dieser Studie sind, sich zumindest einmal bereit erklärt hat, den Fragebogen zu beantworten. Dies ist einerseits ein zufriedenstellendes Ergebnis, vor allem wenn man die Anzahl der ESG-Umfragen und -Studien berücksichtigt, an denen die Unternehmen jedes Jahr teilnehmen sollen. Andererseits ist es enttäuschend angesichts der von Ethos und EthicsGrade unternommenen Anstrengungen. Es zeigt aber auch einen gewissen Mangel an Interesse oder Vorbereitung seitens einer noch zu grossen Anzahl von Unternehmen für so wesentliche Herausforderungen.

Ermutigender ist jedoch, dass sich die Unternehmensergebnisse auch dank des Aktionärsdialogs kontinuierlich verbessert haben. In diesem Jahr haben alle Unternehmen eine höhere Punktzahl erreicht als im Vorjahr. Berücksichtigt man die Antworten der Unternehmen, die sich Zeit für die Teilnahme nahmen, sowie der öffentlich zugänglichen Informationen so gibt es immer mehr Beispiele für bewährte Verfahren, auch wenn sie nur von einer kleinen Zahl von Unternehmen stammen. Diese Beispiele können von anderen

Unternehmen nachgeahmt werden, ohne dass sie ihre Wettbewerbsfähigkeit gefährden oder Gefahr laufen, vertrauliche Informationen preiszugeben. Die Kapitel zu Datenschutz, Governance und Umweltauswirkungen der Digitalisierung wurden deutlich verbessert. So geben heute 40 der 50 analysierten Unternehmen an, dass sie Massnahmen ergreifen, um die Umweltauswirkungen der von ihnen verwendeten Technologien zu begrenzen, während es 2021 nur acht gewesen waren. Und dieses Jahr versichern 24 Unternehmen, den Datenschutz bereits bei der Konzeption eines Produkts oder einer Dienstleistung zu berücksichtigen, während es 2021 erst vier waren. Enttäuschender sind die Ergebnisse jedoch bei den Kapiteln über KI und die sozialen Auswirkungen der Digitalisierung, obwohl diese im Zeitalter von generativer KI (wie ChatGPT) und der Automatisierung der Aufgaben zentrale Themen sind.

Die zweite und vielleicht wichtigste Genugtuung dieser Studie ist, dass auch die allein auf öffentlichen Informationen beruhenden Punktzahlen seit 2021 steigen, obwohl es noch viel Raum für Verbesserungen gibt. Natürlich bedeutet die Tatsache, dass ein Unternehmen Transparenz demonstriert und über ein Thema informiert, nicht zwangsläufig, dass es in seinem Verhalten und seinen Praktiken besser sein wird als andere. An dieser Stelle sei daran erinnert, dass diese Studie keine Feldstudie ist und sie sich bei der Erstellung der Rangliste ausschliesslich auf die Antworten der Unternehmen und die öffentlich zugänglichen Informationen stützt. Dennoch ist Transparenz für die Aktionäre und alle Stakeholder eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung. Zunächst einmal nimmt sie die Unternehmen in die Pflicht und erlaubt, allfällige Unstimmigkeiten zwischen den öffentlichen Verpflichtungen und dem Handeln der Unternehmen aufzudecken.

Andererseits bietet Transparenz die Möglichkeit, sich auf konkrete Beispiele – gute wie schlechte – zu stützen, wenn es darum geht, gegenüber allen Unternehmen die besten Praktiken zu propagieren. Das beste Beispiel hierfür ist die Annahme und Veröffentlichung eines Kodexes für digitale Verantwortung durch zwei Unternehmen des SMI Expanded. Es handelt sich dabei nicht nur um einen echten Fortschritt, sondern auch um eine direkte Antwort auf eine der Hauptforderungen von Ethos. Solche Kodizes stellen sicher, dass das Unternehmen die mit der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen und Risiken in seiner Strategie und seinen Aktivitäten berücksichtigt und die Führungsinstanzen für den Umgang mit diesen Herausforderungen verantwortlich macht.

Ethos wird seinen Dialog mit den in der Schweiz, aber auch im Ausland kotierten Unternehmen fortsetzen, damit diese nicht nur ihre Transparenz bei diesen für die Zukunft so wichtigen Herausforderungen weiter verbessern, sondern auch und vor allem ihr Verhalten in diesem Bereich.



ANHANG:
ERGEBNISSE NACH
UNTERNEHMEN

RANG 2023	UNTERNEHMEN	SCORE 2023	+/- 2021	TEILNAHME AN DER STUDIE	ÖFFENTLICHE INFORMATIONEN
1	Swisscom	91.3	+70.3	2022/2023	40.0
2	Zurich Insurance	77.8	+62.9	2022/2023	23.3
3	Georg Fischer	76.0	+66.1	2021/2022/2023	33.3
4	Swiss Re	68.5	+39.4	2021/2022/2023	19.8
5	Sonova	66.8	+54.9	2022/2023	19.4
6	OC Oerlikon Corporation	61.0	+52.1	2023	22.1
7	Baloise	60.5	+20.9	2021/2022/2023	37.8
8	UBS	55.9	+47.0	2022/2023	25.0
9	Flughafen Zürich	44.6	+37.2	2021/2022/2023	7.4
10	Sika	41.3	+24.5	2021/2022/2023	10.4
11	Logitech	40.9	+25.9	2023	22.0
12	SGS	38.0	+23.5	2022	28.5
13	Swiss Life	35.8	+29.9	2021/2022	9.5
14	Julius Bär	34.6	+20.2	2021/2022/2023	12.3
15	Lonza	32.1	+21.9	2023	17.4
16	Straumann	30.6	+3.9	2021	13.5
17	PSP Swiss Property	28.5	+26.0	2022/2023	6.3
18	Novartis	28.3	+15.9	-	28.3
19	Schindler	26.9	+12.0	2022/2023	19.3
20	Nestlé	25.9	+9.6	-	25.9
21	Richemont	25.6	+18.0	2022/2023	13.8
22	Adecco	22.0	+4.0	-	22.0
23	VAT Group	22.0	+19.2	2022	7.3
24	Cembra Money Bank	20.5	+3.0	2021	11.3
25	ABB	20.3	+12.2	-	20.3
26	Tecan	20.3	+12.5	2022	9.5
27	Roche	16.3	+9.1	-	16.3

28	SIG Combibloc Group	16.0	+6.3	2021	13.3
29	Geberit	15.3	+6.8		15.3
30	Holcim	15.3	+7.9		15.3
31	Belimo	15.0	ND*		15.0
32	Kühne + Nagel	14.8	+8.4		14.8
33	Alcon	14.3	+3.5		14.3
34	Givaudan	13.8	+6.2		13.8
35	Helvetia	13.0	+7.8	2021	11.5
36	Temenos	13.0	+7.7		13.0
37	Galenica	12.1	+1.8		12.1
38	Clariant	11.0	+1.6		11.0
39	Lindt & Sprüngli	10.9	+4.4		10.9
40	Bachem Holding AG	10.5	ND*		10.5
41	Meyer Burger Technology	10.4	ND*		10.4
42	DocMorris	10.1	ND*		10.1
43	BB Biotech	10.0	+6.6		10.0
44	Dufry	9.3	+3.4		9.3
45	Swatch Group	9.3	+3.8		9.3
46	Barry Callebaut	9.1	+3.7		9.1
47	Swiss Prime Site	8.8	+6.4		8.8
48	Partners Group	8.5	+1.9		8.5
49	AMS AG	8.0	+4.7		8.0
50	EMS-Chemie	5.9	+4.5		5.9

Hat ein Unternehmen den Fragebogen nicht beantwortet, entspricht seine allein auf den öffentlich zugänglichen Informationen beruhende Punktzahl seiner Gesamtpunktzahl.

*Unternehmen, die 2021 nicht Teil des SMI Expanded waren.

Hauptsitz

Place de Pont-Rouge 1
Case postale 1051
1211 Genève 26

T +41 22 716 15 55
F +41 22 716 15 56

Büro Zürich

Glockengasse 18
8001 Zürich

T +41 44 421 41 11
F +41 44 421 41 12

info@ethosfund.ch
www.ethosfund.ch