Leitfaden Digitalethik
Ambitionen und Hilfestellungen für die Entwicklung vertrauenswürdiger digitaler Services

Version 2.0 – öffentlich

Inhalt

1. Einordnung und Geltungsbereich 2

2. Leitsätze und Ambitionen 3

Make a difference 3

Make it good 4

Make it fair 5

Make it understandable 6

3. Schritt für Schritt zu ethischem Handeln 7

Und wenn es doch zu Dilemmas kommt? 7

4. Anhang 8

Unsere Prinzipien und Werte 8

Glossar 9

1. Einordnung und Geltungsbereich

Warum ein «Leitfaden Digitalethik»?

Der vertrauenswürdige Umgang mit Technologie, Daten und Algorithmen ist ein kritischer Erfolgsfaktor für die Umsetzung der Strategie «Post von morgen» und der darin vorgesehenen digitalen Zukunftsfähigkeit. Dieser «Leitfaden Digitalethik» zeigt aufbauend auf unseren Wertvorstellungen auf, wie wir digitale und datengetriebene Services und Geschäftsmodelle entwickeln wollen – über Datenschutzrichtlinien und Security- und Compliance-Vorgaben hinaus. Unser Ziel sind dabei sichere, vertrauenswürdige und nachhaltige Services, die mit den Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzern und der Gesellschaft im Einklang sind.

Wie ist der «Leitfaden Digitalethik» zu lesen?

Im «Leitfaden Digitalethik» sind vier Leitsätze aufgelistet, die uns als Orientierung dienen. Zu diesen Leitsätzen sind verschiedene Ambitionen formuliert, die wir an die Entwicklung digitaler Services haben. Dilemmata sind nicht auszuschliessen: Zwischen unseren Ambitionen und ökonomischen Zielen kann es zu Zielkonflikten kommen. Wie wir bei Dilemmata oder Bedenken vorgehen können, ist im Absatz «Schritt für Schritt zu ethischem Handeln» erläutert.

Geltungsbereich

Der «Leitfaden Digitalethik» ist für neue und bereits bestehende digitale oder datengetriebene Produkte und Services der Post zu berücksichtigen.

Zielgruppe

Der «Leitfaden Digitalethik» richtet sich primär an alle Mitarbeitenden der Schweizerischen Post. Ob Management oder Mitarbeitende, ob in der Strategie oder in der Umsetzung: Wir alle können und müssen Verantwortung übernehmen, um über den Lebenszyklus unserer digitalen Services hinweg einen ethischen Umgang sicherzustellen und damit eine Chance zur Differenzierung auf dem Markt wahrzunehmen.

Der «Leitfaden Digitalethik» (oder zumindest ein Auszug daraus) kann sich auch an die Öffentlichkeit richten, um aufzuzeigen, welchen Anspruch wir an die Entwicklung digitaler und datengetriebener Services haben.

Dies ist eine gekürzte Version des Leitfadens Digitalethik, die öffentlich zugänglich ist. Die interne Version enthält zusätzlich einen Abschnitt mit konkreten Tipps und Hinweisen. Diese referenzieren auf interne Prozesse und Dokumente und wurden deshalb ausgelassen.

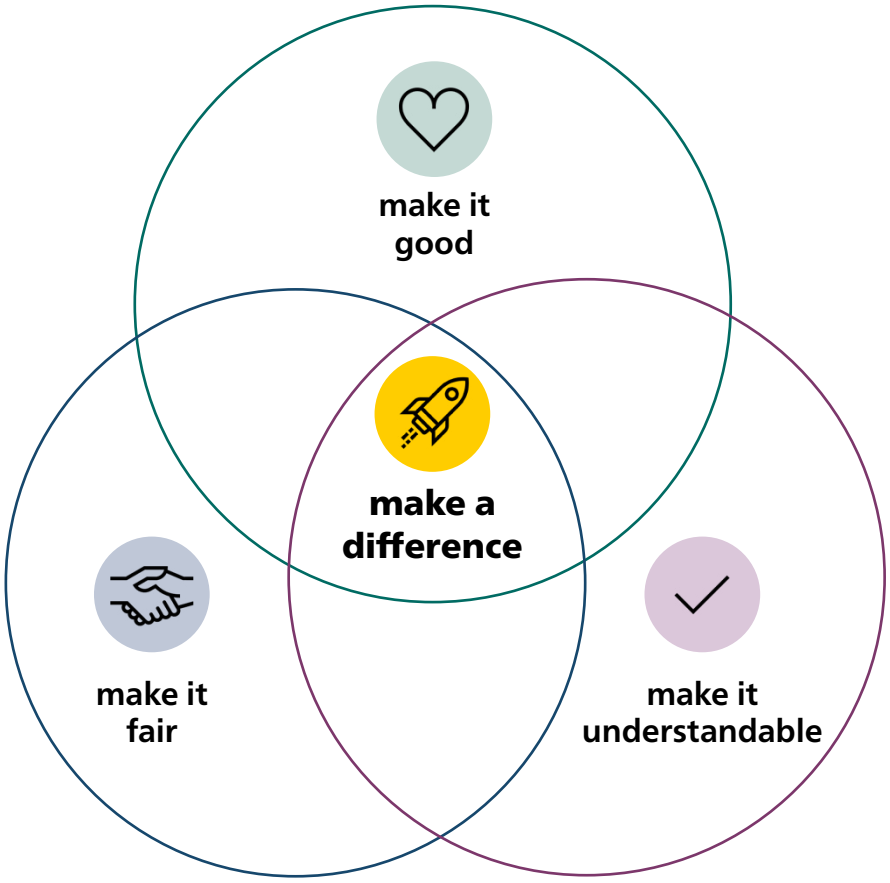
2. Leitsätze und Ambitionen

Make a difference

Wir sehen Digitalethik bei der Post als Chance. Eine Chance, um die digitale Transformation im gesellschaftlichen Sinne voranzutreiben und uns am Markt zu differenzieren. Damit wollen wir eine digitalethische Vorreiterrolle im Markt einnehmen. Um diese Chance zu nutzen, müssen wir über die Compliance-Anforderungen hinaus weitere Massnahmen ergreifen.

Im Zentrum steht deshalb unser Ziel: **Make a difference!**

Dies erreichen wir, indem wir unsere digitalen Services **gut, fair und verständlich** machen. Was das konkret bedeutet, ist auf den nächsten Seiten im Rahmen unserer Ambitionen aufgelistet.



Make it good.

Ein vertrauenswürdiger Umgang mit Daten ist die Grundbedingung für die Operationalisierung von ethischen Services und Produkten. Wir betrachten alle Stakeholder und berücksichtigen die Auswirkungen, die unsere Tätigkeit auf sie hat.



Auswirkungen

- Wir kennen die Stakeholder unseres Vorhabens und eruieren, welche positiven und negativen Auswirkungen sich für die Stakeholder ergeben oder ergeben können.
- Wenn wir negative Auswirkungen identifizieren, evaluieren wir, wie wir diese mit geeigneten Massnahmen reduzieren können.
- Wenn die negativen Auswirkungen den wirtschaftlichen Nutzen des Vorhabens überwiegen, verfolgen wir es nicht weiter.



Datennutzung

- Wir konzipieren unsere Vorhaben so, dass Ziel und Zweck der Datennutzung klar definiert sind.
- Wir kennen die vorhandenen Datenquellen und deren Nutzungsbedingungen und können abschätzen, ob die Grundlage ausreichend geeignet und vertretbar ist.
- Wir legen grössten Wert auf eine qualitativ hochwertige Datengrundlage, weil unsere Services nur so gut sind wie unsere Daten.



Sicherheit

- Wir treffen alle nötigen Vorkehrungen, um die Sicherheit der Daten und Modelle zu gewährleisten und sie vor unberechtigten Zugriffen zu schützen.
- Wir gehen nur mit Lösungen an den Markt, die unseren Sicherheits- und Qualitätsansprüchen genügen und daraufhin getestet wurden.

Make it fair.

Die Bedürfnisse des Menschen stehen im Zentrum der Digitalisierung. Wir fördern die Wahlfreiheit unserer Nutzerinnen und Nutzer und berücksichtigen deren Privatsphäre.



Souveränität

- Wir geben unseren Nutzerinnen und Nutzern die notwendigen Informationen, um informiert und selbständig zu entscheiden, ob und wie lange sie die Zustimmung für die Nutzung ihrer Daten geben wollen.
- Wir schaffen die prozessualen und technischen Voraussetzungen dafür, dass diese Zustimmung durch die Nutzerin oder den Nutzer einfach erteilt bzw. widerrufen werden kann.
- Wir vermeiden es, Unwissen oder Trägheit unserer Stakeholder auszunutzen, um mehr persönliche Daten von ihnen zu erhalten als notwendig.



Keine Ausgrenzung

- Wir stellen sicher, dass Personen nicht diskriminiert werden, sei es aufgrund der Daten, der Datengrundlage oder -verarbeitung oder aufgrund des Modells.
- Wir ermöglichen den Nutzerinnen und Nutzern einen von ihnen akzeptierten Zugang zum Service (online oder offline).



Angemessenheit

- Wir führen nicht in die Irre und versuchen Nutzerinnen und Nutzer nicht durch Unwissen oder Zweideutigkeit zu einem favorisierten Verhalten zu bewegen.
- Wir überprüfen, ob der Einsatz der jeweiligen Technologien (z. B. Analytics, AI-Systeme), Methoden und Tools für den geplanten Zweck erforderlich und geeignet ist.
- Wir lassen automatisierte Empfehlungen und Entscheide aus AI-Systemen von Menschen überprüfen, wenn sich daraus eine Entscheidung oder ein Urteil über eine betroffene Person ergibt.

Make it understandable.

Wir legen Rechenschaft über unsere Arbeit ab, kommunizieren transparent und nehmen Rückmeldungen ernst.



Transparenz

- Wir kommunizieren transparent und zielgruppengerecht über unsere Ziele und Absichten und die Verwendung von Daten.
- Wir machen gegenüber den relevanten Stakeholdern transparent, wenn AI-Modelle im Einsatz sind.



Dokumentation und Verantwortlichkeiten

- Wir stellen sicher, dass die Verarbeitung der Daten nachvollziehbar ist, und dokumentieren unsere Arbeitsschritte.
- Wir stellen sicher, dass die Verantwortlichkeiten für die Beschaffung, Freigabe, Nutzung und Verwertung von Daten und Modellen geregelt sind und eingehalten werden.



Feedback und Beschwerdemöglichkeit

- Wir nehmen Rückmeldungen ernst und berücksichtigen diese.
- Wir bieten die Möglichkeit, fehlerhafte oder falsche (z. B. durch algorithmische Systeme unterstützte) Entscheidungen einfach zu melden.

3. Schritt für Schritt zu ethischem Handeln

Und wenn es doch zu Dilemmas kommt?

Dilemmas treten auf und können auch bestehen bleiben. In diesen Situationen ist es wichtig, dass wir den Fall von verschiedenen Seiten betrachtenund gemeinsam eine Lösung suchen. Diese Schritte können helfen.



Be aware

Wir kennen den Leitfaden Digitalethik der Post und wissen welche Bedeutung und Wirkung (un)ethisches Verhalten auf unsere Nutzerinnen und Nutzer, auf unsere Kundinnen und Kunden, auf Mitarbeitende und auf die Gesellschaft hat.



Be competent

Wir kennen Methoden und Ansätze (Ethics by Design) oder wissen, wo wir uns dieses Wissen aneignen können, um mögliche digitalethische Dilemmas frühzeitig anzugehen und geeignete Ansätze zu finden.



Be consistent

Wir agieren nach den digitalethischen Grundprinzipien und Werten, halten uns an unseren «Leitfaden Digitalethik» und fordern dies auch von anderen Mitarbeitenden ein.



Speak up

Gibt es Hinweise darauf , dass digitalethische Prinzipien und Werte nicht eingehalten werden, bringen wir es zur Sprache und zeigen auf, wie die Situation verbessert werden kann – in erster Linie über das direkte Gespräch oder das Einbeziehen der vorgesetzten Führungsperson.



Get support

Wenn unterschiedliche Meinungen weiterbestehen, ziehen wir weitere Sichtweisen bei, um die Bedenken oder das Dilemma ganzheitlicher zu betrachten.

- Einbeziehung von Teammitgliedern oder der Führungsperson
- Wenn unterschiedliche Sichtweisen weiterbestehen, kann die Fachstelle Digitalethik Post unterstützend involviert werden, um eine Lösung zu finden (Kontakt)
- Gegebenenfalls ziehen wir eine externe Expertin bzw. einen externen Experten bei (unter Geheimhaltungspflicht), um die Situation zu spiegeln



Learn & be a role model

Wir stellen Fragen, teilen Inputs über Team-Grenzen hinweg, nehmen Feedback an und suchen gemeinsam nach Lösungen. Aus den Erfahrungen der Vergangenheit lernen wir, dokumentieren diese und tauschen uns laufend im Netzwerk aus.

4. Anhang

Unsere Prinzipien und Werte

Schadenvermeidung

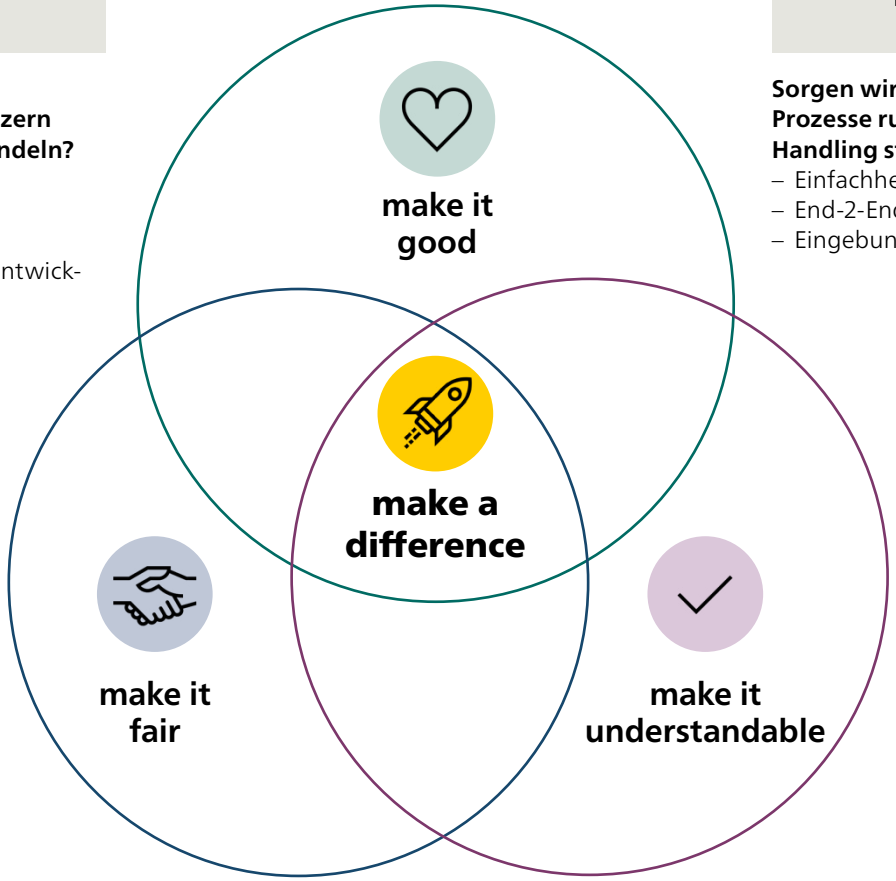
Stellen wir sicher, dass Individuen und Gemeinschaften kein Schaden zufügt wird?
- Persönlichkeitsschutz
- Sicherheit
- Nachhaltigkeit

Autonomie

Ermöglichen wir den Nutzerinnen und Nutzern selbstbestimmtes Handeln?
- Privatsphäre
- Selbstbestimmung
- Datensparsamkeit
- Partizipation in der Entwicklung

Kontrolle

Sorgen wir dafür, dass interne Prozesse rund um das Data-Handling steuerbar sind?
- Einfachheit
- End-2-End-Verantwortung
- Eingebundenheit



Fairness

Zeichnen sich unsere Services durch gerechte Konditionen für Nutzerinnen und Nutzer aus?
- Angemessenheit & Mehrwert
- Inklusion, Solidarität
- Verzerrungssicherheit
- Gleiche Konditionen

Transparenz

Erklären wir den Umgang mit Daten und kommunizieren wir zielgruppengerecht?
- Klare Kommunikation
- Commitment

Rechenschaft

Stellen wir Nachvollzieh- und Auditierbarkeit sicher?
- Nachvollziehbarkeit
- Beschwerdemöglichkeit
- Governance
- Auditierbarkeit

Angelehnt an das Framework der Data Innovation Alliance (DOI)

Glossar

Begriff	Erläuterung
Algorithmisches System	Ein algorithmisches System ist ein System eines oder mehrerer Algorithmen, die in Software implementiert wurden, um Daten zu erfassen und analysieren und um Schlüsse zu ziehen, die zur Lösung eines vorher definierten Problems beitragen sollen. Das System kann dabei selbstlernend sein oder vorprogrammierten Entscheidungsregeln folgen.
Analytics	Mit «Analytics» meinen wir statistische und mathematische Datenanalysen, die Szenarien voraussagen oder segmentieren, welche am ehesten eintreffen werden.
Analytisches Modell	Analytische Modelle basieren auf Algorithmen, erkennen Muster in Big Data und verwandeln sie in mathematische Gleichungen.
Bias	Ein Bias ist eine in der Regel als unfair empfundene Bevorzugung oder ein Vorurteil gegenüber einer Person oder Gruppe. Biases entstehen bei datengetriebenen Services beispielsweise dadurch, dass die Daten nur gewisse Gruppen repräsentieren (Data Bias) oder Modelle so konzipiert werden, dass gewisse Personen/Gruppen bevorzugt oder benachteiligt werden (Model Bias). Dies geschieht oft unbewusst. Durch eine systematische Auseinandersetzung mit der Problematik können Biases frühzeitig identifiziert und behoben werden.
Datenprodukt (Data as a Product)	«Ein Data Product ist ein Architekturartefakt, welches zu einem klar beschriebenen fachlichen Thema Quelldaten in eine semantisch definierte Struktur überführt und damit einen Mehrwert generiert. Es wird auf einer dafür vorgesehenen Plattform publiziert und besteht aus dem für die Bereitstellung notwendigen Programmcode, Metadaten zur inhaltlichen und technischen Dokumentation und den Daten selbst. Der Zugriff erfolgt über vorgegebene Access Pattern und es ist klar, zu welchen Zwecken es verwendet werden darf und zu welchen Zwecken es nicht verwendet werden darf. Die Verantwortlichkeiten für Freigabe, Code, Inhalt und Dokumentation sind klar und eindeutig geregelt.»
Datenquelle	Eine Datenquelle ist der Ort, aus dem die verwendeten Daten stammen. Das kann der Ort sein, an dem die Daten entstanden sind oder an dem physische Informationen digitalisiert wurden. Im Kontext dieses Dokuments gehen wir in der Regel von der Datenbank aus, aus der die Daten stammen.
Digitale/datenbasierte Services	Damit meinen wir digitale Produkte und Dienstleistungen, die digitale Informationen (Daten oder Inhalte) über verschiedene Plattformen, Devices und Mechanismen überliefern, auswerten und/oder umwandeln. Dabei werden sowohl Daten benötigt als auch generiert und verändert. Bei digitalen und datenbasierten Services kann AI zum Einsatz kommen, dies ist jedoch nicht zwingend der Fall. Wir verstehen darunter auch Modelle, die auf Basis von durch Menschen vorgegebenen Algorithmen funktionieren.
(Daten)modelle	Mit einem Datenmodell meinen wir eine Struktur, die zu beschreibende und zu verarbeitende Daten eines Anwendungsbereichs festlegt – inklusive der Beziehungen dieser zueinander.
Reliability im Datenverarbeitungsprozess	Nachvollziehbarkeit im Datenverarbeitungsprozess, z. B. in Bezug auf Veränderungen von Datenprodukten durch die Verwendung oder Anreicherung weiterer Daten.
Stakeholder	Als Stakeholder bezeichnen wir Personen, die ein Interesse am Produkt oder Service haben oder von ihm in irgendeiner Weise betroffen sind. Dabei gilt ein spezielles Augenmerk auch denjenigen Personen, die nur indirekt betroffen sind oder an die nicht im ersten Moment gedacht wird (Inklusion). Das können bei Services der Post Kundinnen und Kunden, Nutzerinnen und Nutzer, Bürgerinnen und Bürger, Partner, Mitarbeitende oder die Gesellschaft als Ganzes sein.
Zielgruppe	Als Zielgruppe bezeichnen wir jene Gruppe von Personen, die wir explizit mit dem Produkt oder Service erreichen möchten.

Make a difference.

Ausgabe 08.2024

Die Schweizerische Post AG
IT – Digital Ethics
Wankdorfallee 4
3030 Bern

E-Mail **digitalethics@post.ch**
post.ch