

Stellungnahme des vzbv zum

## **CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ**

Gesetzentwurf der Bundesregierung zur Stärkung der nichtfinanziellen  
Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlagebe-  
richten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz)

9. November 2016

### **Impressum**

*Verbraucherzentrale*

*Bundesverband e.V.*

*Team*

*Mobilität und Reisen*

*Markgrafenstraße 66*

*10969 Berlin*

*mobilitaet@vzbv.de*

# INHALT

<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>3</b>
<b>I. EINFÜHRUNG</b>	<b>4</b>
<b>II. SPEZIELLE ANMERKUNGEN</b>	<b>5</b>
1. Erweiterung der Inhalte um Belange von Verbraucherinnen und Verbrauchern .....	5
2. Anwendungsbereich auf alle Unternehmen ab 250 Beschäftigte ausdehnen .....	7
3. Aufnahme einer inhaltlichen Prüfpflicht .....	7
4. UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte verbindlich festschreiben .....	8
5. Verbindliches Rahmenwerk für die Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten	8
6. Schwere der Auswirkungen .....	8
7. Frühzeitige Einbeziehung von Arbeitnehmerinteressen .....	8

# ZUSAMMENFASSUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) spricht sich für die folgenden Konkretisierungen und Verbesserungen des vorgelegten Entwurfs eines Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz):<sup>1</sup>

- Der vzbv fordert in § 289 c (HGB) des Gesetzentwurfes eine Erweiterung um Verbraucherbelange, insbesondere in Hinblick auf den Verbraucherdatenschutz, Verbraucherdatensicherung und weitere Verbraucherservices, die gleichberechtigt zu den anderen nichtfinanziellen Aspekten offengelegt werden müssen.
- Der Anwendungsbereich (§ 289b Absatz 1 HGB-E) der Offenlegungspflichten sollte auf Unternehmen, die nach üblicher EU-Definition als groß gelten, d.h. alle Unternehmen ab 250 Beschäftigte, ausgeweitet werden; unerheblich davon, ob sie an der Börse notiert sind oder nicht.
- Die nichtfinanzielle Erklärung sollte verbindlich extern inhaltlich geprüft werden.
- Bei der Verwendung von Rahmenwerken nach § 289 d (HGB) des Gesetzentwurfes sollten die UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte als verbindlicher Bezugsrahmen festgeschrieben werden.
- Der Gesetzentwurf sollte analog zur CSR-Richtlinie weiterhin solche wesentlichen Risiken (§ 289c Absatz 3 Nr. 4 und 5 HGB-E) einbeziehen, die „wahrscheinlich negative Auswirkungen“ haben werden.
- Arbeitnehmerinteressen (§ 289c Absatz 2 Nr. 2 HGB-E) sollten frühzeitig und bereits in der Erarbeitung des Unternehmensberichtes einbezogen werden.

---

<sup>1</sup> <http://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz.html>

# I. EINFÜHRUNG

**Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) begrüßt die EU-Richtlinie sowie den von der Bundesregierung vorgelegten Entwurf des „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes“ als ein wichtiges Vorhaben in Richtung mehr gesellschaftlicher Verantwortung und mehr Transparenz im Bereich des unternehmerischen Handelns.**

Verbraucherinnen und Verbraucher<sup>2</sup> sind oftmals durch zu komplexe und verwirrende Produkt- und Informationsangebote überfordert. Auch Nachhaltigkeitsberichte werden nur von wenigen Verbrauchern gelesen. Die Informationen sind zu komplex und ausführlich, so dass sie kaum von der breiten Masse wahrgenommen werden können. Der primäre Zweck der Nachhaltigkeitsberichte liegt allerdings auch nicht in der Information von Verbrauchern, sondern darin, im Unternehmen selbst ein Bewusstsein für eine nachhaltige Unternehmensführung zu schaffen und ein Instrument für eine kontinuierliche Performance-Verbesserung zur Verfügung zu stellen und dadurch zur Profilbildung beizutragen, die auch einen Wettbewerbsvorteil darstellen kann. Dennoch sind diese Berichte für Verbraucher von Bedeutung, denn Analysten, Investoren und Verbraucherorganisationen nutzen sie als Grundlage für eine Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance von Unternehmen.

Gleichzeitig besteht bei immer mehr Verbrauchern der Wunsch, ihre Produkte, Dienstleistungen und Marken bei verantwortungsvollen Unternehmen zu kaufen. Transparente, glaubwürdige und vergleichbare Informationen – insbesondere durch unabhängige Empfehlungen von Mittlerorganisationen - über die Nachhaltigkeitsperformance von Unternehmen könnten hier Vertrauen aufbauen.

Daher sind die vorgesehenen Rechenschafts- und Berichtspflichten ein wichtiger Baustein, um das Vertrauen von Verbrauchern in den Markt zu stärken. Es bedarf jedoch mehr Verbindlichkeit, was die Aussagekraft und inhaltliche Gestaltung der Berichterstattung betrifft, um das Grundvertrauen von Verbrauchern nachhaltig zu stärken.

Der vzbv plädiert daher entschieden für eine entsprechende Fokussierung auf den ursprünglichen Zweck der Richtlinie: Verbraucher über die gesellschaftlichen Auswirkungen von Unternehmen zu informieren.

Vor diesem Hintergrund müssen aus Verbrauchersicht eine hohe Transparenz und Vergleichbarkeit der Daten im Fokus der Umsetzung stehen.

---

<sup>2</sup> Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

## II. SPEZIELLE ANMERKUNGEN

### 1. Erweiterung der Inhalte um Belange von Verbraucherinnen und Verbrauchern

Die EU-Richtlinie fordert explizit in ihrer Begründung „Verbrauchern leichten Zugang zu Informationen über die Auswirkungen von Unternehmen auf die Gesellschaft zu verschaffen“ – Datenschutz eingeschlossen. Der vzbv orientiert sich an der EU-Kommission, die auf ihrer Internetseite den Begriff CSR definiert: „CSR sollte vom Unternehmen initiiert werden. Öffentliche Institutionen können dabei eine unterstützende Rolle durch einen intelligenten Mix aus freiwilligen, politischen Maßnahmen und – wenn nötig – komplementären Regulationen einnehmen. Unternehmen übernehmen soziale Verantwortung durch die Einhaltung von Gesetzen und die Integration von sozialen, ökologischen, ethischen, menschenrechtlichen Belangen und Verbraucheranliegen in ihr strategisches und wirtschaftliches Handeln.“ (aus dem Englischen von *European Commission 2016*).<sup>3</sup>

Auch die ISO 26.000,<sup>4</sup> global anerkannter Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen, hat insbesondere „Verbraucheranliegen“ aufgegriffen und sie als Gegenstand der unternehmerischen Verantwortung hervorgehoben. Sie adressiert zentrale Verbraucherthemen:

- ❖ Angemessenes Vorgehen bei Vermarktung, Information und Vertragsgestaltung
- ❖ Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher
- ❖ Nachhaltiger Konsum
- ❖ Kundendienst, Beschwerde- und Konfliktlösung
- ❖ Schutz- und Vertraulichkeit von Kundendaten
- ❖ Sicherung der Grundversorgung
- ❖ Aufklärung und Bewusstseinsbildung

Die Berücksichtigung von „Verbraucheranliegen“ stellt auch keinen unangemessenen Mehraufwand oder gar ein Hemmnis für Unternehmen dar. Laut eines aktuellen Positionspapiers des imug Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V. (Oktober 2016)<sup>5</sup> greifen fast 90 % aller Nachhaltigkeitsberichte Verbraucheranliegen auf – dabei bestehen keine signifikanten Unterschiede zwischen DAX-30-Unternehmen und KMU. Aspekte wie Kundendienst, Beschwerdemanagement und Konfliktlösung zählen dabei zur gängigen Berichterstattungspraxis.

Aus Sicht des vzbv ist es unakzeptabel, dass Unternehmen, die etwa gegen Gesetze des unlauteren Wettbewerbs verstoßen, die Sicherheit seiner Produkte nicht überprüfen und über keine Systeme für einen Produktrückruf verfügen, dennoch behaupten, gesellschaftlich verantwortungsvoll zu agieren. Vor allem aber ist die Bedeutung der

---

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_de](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_de)

<sup>4</sup> <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

<sup>5</sup> [http://www.imug.de/images/stories/pdfs/csr/imug\\_positionspapier\\_csr\\_berichtspflicht\\_2016\\_10.pdf](http://www.imug.de/images/stories/pdfs/csr/imug_positionspapier_csr_berichtspflicht_2016_10.pdf)

Verbraucher als die wesentliche Stakeholder-Gruppe der Unternehmen zu berücksichtigen.

Eine Aufnahme von Verbraucheranliegen in die verpflichtende CSR-Berichterstattung in § 289 c (HGB-E) des Gesetzentwurfes ist daher sinnvoll, wenn die Informationen leicht verständlich und leicht zugänglich aufbereitet werden. Dies könnte durch Ergänzung eines § 289 c Absatz 2 Nr. 4 erfolgen: „Belange von Verbraucherinnen und Verbrauchern als Vertragspartner der Kapitalgesellschaft, insbesondere wenn angebracht, Angaben zum Schutz der personenbezogenen Daten von Verbraucherinnen und Verbrauchern, zur Verbraucherbetreuung, -information oder zum Beschwerdemanagement.“

Für den vzbv sind zwei Aspekte von besonderem Interesse:

❖ **Verbraucherdatenschutz:** Für den einzelnen Verbraucher ist nicht immer nachvollziehbar, wie die personenbezogenen Daten durch ein Unternehmen tatsächlich verwendet werden. Deshalb sollte im Rahmen der Berichterstattung dargestellt werden, wie die Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung, die im Mai 2018 in Kraft treten wird, durch die Unternehmen konkret umgesetzt werden.

In diesem Zusammenhang sind unter anderem folgende Informationen für Verbraucher relevant:

- Eine klare Beschreibung des Geschäftsmodells. In welchem Ausmaß werden die Daten monetarisiert? Welchen Anteil hat diese Monetarisierung von Daten am Geschäft?
- Aussagekräftige Informationen darüber, welche Maßnahmen getroffen wurden, um Datensparsamkeit zu gewährleisten, z.B. zur Pseudonymisierung, Anonymisierung und Löschfristen.
- Werden Daten zu wissenschaftlicher Forschung oder zu statistischen Zwecken verwendet? Was sind diese Zwecke und welche Maßnahmen wurden zum Schutz der Betroffenen getroffen?
- Welche Maßnahmen wurden zum Schutz von Kindern unter 18 Jahren getroffen? Wie wurde sichergestellt, dass bei einer Interessenabwägung den Interessen von Kindern besonders Rechnung getragen wurde?
- Welche Maßnahmen wurden zum Datenschutz durch Technikgestaltung in den Prozessen und Produkten getroffen?
- Was sind die Ergebnisse der Datenschutz-Folgeabschätzung? Wie wurden den Interessen der betroffenen Personen und sonstiger Betroffener Rechnung getragen und mögliche Risiken minimiert?

❖ **Verbraucherdatensicherheit:** Insbesondere sollten Unternehmen offenlegen, ob und wie sie sicherstellen, dass die Daten ihrer Kunden vor unzulässigen Zugriffen geschützt werden. Hacking-Angriffe auf Kundendaten, bei denen Zugangsdaten oder Adressen im großen Stil gestohlen werden, gehören mittlerweile zum Tagesgeschäft. Unternehmen müssen der Sicherheit ihrer Kundendaten mehr Beachtung schenken und entsprechende Vorkehrungen treffen.

In diesem Zusammenhang sind folgende Informationen für Verbraucher besonders relevant:

- Welche Maßnahmen zur Datensicherheit wurden getroffen?
- Gab es Datenlecks bei denen kein hohes Risiko für die Betroffenen entstanden ist und diese daher nicht direkt informiert werden mussten?

Der aus der Erweiterung um Verbraucherbelange entstehende Berichts-Mehraufwand ist vertretbar. Er wird bereits heute von den freiwillig berichtenden Unternehmen gerade deswegen geleistet, weil diese Themen im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung zur Profilbildung beitragen und einen Wettbewerbsvorteil mit sich bringen können.<sup>6</sup> Je besser Unternehmen im Umgang mit Kunden *performen*, desto besser wird sich dies auf ihr Geschäftsmodell auswirken.

## 2. Anwendungsbereich auf alle Unternehmen ab 250 Beschäftigte ausdehnen

Mit dem aktuellen Kabinettsbeschluss wären lediglich 300 Unternehmen bzw. Konzerne in Deutschland zur Berichterstattung über ihren Umgang mit Umwelt und Gesellschaft verpflichtet. Insgesamt gibt es in Deutschland jedoch mehr als 11.000 große Unternehmen. Im Interesse der Verbraucher stehen jegliche Unternehmen, die innerhalb ihrer Lebens- und Kaufwelten eine relevante Verantwortung tragen.

Der vzbv fordert daher den Anwendungsbereich auf Unternehmen auszuweiten, die gemäß EU-Definition als groß gelten, d.h. alle Unternehmen ab 250 Beschäftigte unerheblich davon, ob sie an der Börse notiert sind oder nicht. Weitere EU-Mitgliedstaaten wie Dänemark, Frankreich und das Vereinigte Königreich gehen hier bereits seit Jahren mit gutem Vorbild voran.

Marktprägende Unternehmen wie Aldi, Lidl, Ferrero, Dr. August Oetker oder Würth mit Milliardenumsätzen und erheblichen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft entlang ihrer Wertschöpfungsketten fallen sonst durch das Raster. Wer andererseits die Pflicht hat, gesellschaftliche Auswirkungen offenzulegen, hat auch einen größeren Anreiz, diese auch zu verbessern. Die Berichtspflicht sollte deshalb auf alle großen, auch nicht börsennotierten Unternehmen ausgeweitet werden.

## 3. Aufnahme einer inhaltlichen Prüfpflicht

Die nichtfinanzielle Erklärung sollte unter Berücksichtigung einer inhaltlichen Prüfpflicht aufgenommen werden. Eine einfache Prüfpflicht ist nicht zielführend, stattdessen sollte der Gesetzgeber eine externe inhaltliche Überprüfung der von Unternehmen abgegebenen nicht-finanziellen Berichte verbindlich vorschreiben; diese ist durch Fachkräfte mit Expertise in Umwelt- und Sozialaudits durchzuführen. Inhaltlich überprüfte nicht-finanzielle Informationen bedeuten für externe Nutzer wie auch für das Unternehmen selbst einen Gewinn an Glaubwürdigkeit, Aussagekraft und somit Nutzbarkeit.

Von den 100 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland ließen 2013 bereits 46 % ihre Nachhaltigkeitsberichte extern prüfen.<sup>7</sup> Von den deutschen Unternehmen, die in 2015 an CDP (*Carbon Disclosure Project*) berichteten, lassen bereits die Hälfte ihre

---

<sup>6</sup> [http://www.imug.de/images/stories/pdfs/csr/imug\\_positionspapier\\_csr\\_berichtspflicht\\_2016\\_10.pdf](http://www.imug.de/images/stories/pdfs/csr/imug_positionspapier_csr_berichtspflicht_2016_10.pdf)

<sup>7</sup> KPMG Handbuch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2013.

Angaben zu Treibhausgasemissionen (*Scope 1* und *2*) extern prüfen. Angemessene Kontrollmechanismen mit Sanktionen müssen zudem die Umsetzung der neuen Transparenzanforderungen an die Berichterstattung sicherstellen.

#### **4. UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte verbindlich festschreiben**

CSR, *Corporate Social Responsibility*, steht für gesellschaftliche Verantwortung, die sich hinter dem Begriff „nicht-finanzielle Berichterstattung“ verbirgt. Die Einhaltung der Menschenrechte in Unternehmenslieferketten stellt einen kategorischen Imperativ dar. Unternehmen stehen in der Verantwortung, die Menschenrechte zu achten, mögliche negative Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit inklusive nachgelagerter Lieferketten und Geschäftsbeziehungen auf Menschenrechte zu verhüten und ggf. zu beheben. Aufgrund der hohen Bedeutung der Menschenrechte sollten die Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte als verbindlicher Bezugsrahmen in § 289 d (HGB) des Gesetzentwurfes festgeschrieben werden.

#### **5. Verbindliches Rahmenwerk für die Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten**

Der vzbv erachtet es als sinnvoll, ein bzw. wenige verbindliche Rahmenwerke zur Orientierung im Hinblick auf die Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten vorzuschreiben. Denn essentiell für die Nutzbarkeit der Informationen ist die Vergleichbarkeit. Durch eine einheitliche themenspezifische Aufbereitung, kann die Struktur und so die Aussagekraft gestärkt werden. Etwa einschlägige internationale Rahmenwerke wie u.a. die Global Reporting Initiative (GRI) oder den deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Ein verpflichtender Verweis auf existierende Standards erscheint unabdinglich.<sup>8</sup> Dies gewährt eine entsprechende nationale bzw. europäische Vergleichbarkeit, Tiefe und die Ausführung zu branchenspezifischen Informationen der jeweiligen Unternehmen. Eine „Kann-Bestimmung“ zur Nutzung von Rahmenwerken, wie im Gesetzentwurf (§ 289d, HGB) vorgeschlagen ist nicht ausreichend und wird auch den berechtigten Erwartungen der Kunden nach Vergleichbarkeit und der Unternehmen nach Wettbewerbsgleichheit nicht gerecht.

#### **6. Schwere der Auswirkungen**

Der Gesetzentwurf sollte analog zur CSR-Richtlinie weiterhin solche wesentlichen Risiken von Unternehmen einbeziehen, die „wahrscheinlich negative Auswirkungen“ auf Menschenrechte, Soziales, Umwelt, Arbeitnehmer/innen und Korruption haben werden. Der Gesetzentwurf nimmt mit der Formulierung „sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen“ eine unzulässige Einschränkung der CSR-Richtlinie vor, die auch der Bundesrat in seiner Stellungnahme vom 04.11.2016 kritisiert hat.<sup>9</sup>

#### **7. Frühzeitige Einbeziehung von Arbeitnehmerinteressen**

Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und deren Vertreterinnen und Vertreter sind auch Verbraucher. Die Einbeziehung von Arbeitnehmervertretern ist sinnvoll, weil diese zu

---

<sup>8</sup> In diesem Rahmen stellen die Ansätze der GWÖ (Gemeinwohlökonomie) Matrix als Management- und Steuerungsinstrument ebenfalls nützliche Orientierungshilfen dar.

<sup>9</sup> [http://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2016/0501-0600/547-16\(B\).pdf;jsessionid=BDAFC5BA1455BA86456477B36461E0FB.2\\_cid349?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](http://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2016/0501-0600/547-16(B).pdf;jsessionid=BDAFC5BA1455BA86456477B36461E0FB.2_cid349?__blob=publicationFile&v=1)



Recht als die Experten für die Arbeitsbedingungen in den deutschen bzw. europäischen Standorten eines Unternehmens angesehen werden können. Darüber hinaus ist es ihnen möglich, durch die Netzwerke der internationalen und europäischen Gewerkschaftsbewegung wichtige Informationen über die Arbeitsbedingungen bzw. die Einhaltung der Arbeitnehmer- und Menschenrechte an internationalen Standorten des Unternehmens oder im Zulieferbereich zur Verfügung zu stellen.

Ergänzend zur Beschlussfassung durch den mitbestimmten Aufsichtsrat ist es sinnvoll, die oben beschriebene Expertise der Arbeitnehmervertreter bereits in die Erarbeitung des Berichtes einzubeziehen, sowohl für den Fall einer Berichterstattung im Lagebericht als auch für den Fall einer gesonderten Berichterstattung.

Aus der Praxis ist bekannt, dass es in vielen großen, mitbestimmten, deutschen Unternehmen bereits heute zur gelebten Unternehmenskultur gehört, Nachhaltigkeitsthemen gemeinsam mit der Mitbestimmungsseite zu diskutieren und zu bearbeiten. Es zeigt sich jedoch auch, dass ein klarerer Rahmen zur konstanten Einbeziehung der Mitbestimmungsakteure in die Berichterstattung in den meisten Unternehmen fehlt.

Der Gesetzentwurf sollte daher eine frühzeitige Einbeziehung von Arbeitnehmerinteressen bereits in der Erarbeitung des Unternehmensberichtes verankern.