

Stellungnahme der deutschen Arbeitgeber zum Richtlinienvorschlag zur Offenlegung von Informationen nichtfinanzieller Art und zu Diversity

BDA-Stellungnahme zum Richtlinienvorschlag der EU-Kommission zur Änderung der Rechnungslegungsrichtlinien 78/660/EWG und 83/348/EWG zur Offenlegung von Informationen nichtfinanzieller Art und zu Diversity COM(2013) 207 final

Juni 2013

Zusammenfassung

1. Die deutschen Unternehmen nehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahr und engagieren sich weit über das gesetzliche Maß hinaus. Dies hat eine lange Tradition. Die zahlreichen Aktivitäten und Initiativen der deutschen Unternehmen auf globaler, europäischer und nationaler Ebene sind konkreter Ausdruck dieses Verantwortungsbewusstseins. Die Unternehmen entsprechen damit den gesellschaftlichen Erwartungen in Bezug auf Corporate Social Responsibility (CSR). Sie kommunizieren ihr gesellschaftliches Engagement in einer Art und Weise, wie es für ihre jeweils unternehmensspezifische Situation – je nach Branche, internationaler Verflechtung, Art der Stakeholdergruppen, Bedürfnissen der Öffentlichkeit und der Stakeholder – angemessen ist. Eine „one-size-fits-all“-Lösung gibt es weder für CSR-Maßnahmen selbst noch für die Berichterstattung darüber. Deshalb ist die Einführung von neuen gesetzlichen Berichterstattungspflichten im Rahmen des Richtlinienvorschlags zur Offenlegung von Informati-

onen nichtfinanzieller Art und zu Diversity entschieden abzulehnen.

2. Das Ziel, CSR weiter zu stärken und zu verbreiten wird von der deutschen Wirtschaft geteilt und begrüßt. Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen und ihre Integration in die Unternehmensstrategie sind richtig und wichtig. Die von der EU-Kommission vorgeschlagene gesetzliche Berichterstattungspflicht ist aber nicht nur ungeeignet, um dieses Ziel zu erfüllen, sie ist sogar kontraproduktiv. Gerade weil die CSR-relevanten unternehmensspezifischen Situationen sehr unterschiedlich sind – an ein Bekleidungsunternehmen werden ganz andere gesellschaftliche Erwartungen gestellt als an einen Automobilhersteller oder eine Bank – und unterschiedliche CSR-Maßnahmen und CSR-Ansätze erfordern, benötigen die Unternehmen Spielraum, um selber festzulegen, ob und wie sie ihr gesellschaftliches Engagement kommunizieren. Zahlreiche Unternehmen setzen dazu ihrer spezifischen Situation angepasste eigene Standards fest, andere wenden bestehende

Die BDA ist die sozialpolitische Spitzenorganisation der gesamten deutschen gewerblichen Wirtschaft. Sie vertritt die Interessen kleiner, mittelständischer und großer Unternehmen aus allen Branchen in allen Fragen der Sozial- und Tarifpolitik, des Arbeitsrechts, der Arbeitsmarktpolitik sowie der Bildung. Die BDA setzt sich auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene für die Interessen von einer Mio. Betrieben ein, die 20 Mio. Arbeitnehmer beschäftigen und die der BDA durch freiwillige Mitgliedschaft in Arbeitgeberverbänden verbunden sind. Die Arbeitgeberverbände sind in den der BDA unmittelbar angeschlossenen 51 bundesweiten Branchenorganisationen und 14 Landesvereinigungen organisiert.



Standards an. Schon deshalb ist ein Ansatz der detaillierten gesetzlichen Festschreibung von Kriterien nicht sinnvoll – und auch nicht notwendig, da die Unternehmen bereits aus eigenem Interesse in dem Umfang kommunizieren, wie es für sie wirklich hilfreich ist.

Die mit dem vorliegenden Vorschlag von der Kommission geplante EU-weite Regulierung würde zu einem massiven Eingriff in die Gestaltungsfreiheit von Unternehmen führen, da sie ihnen die Möglichkeit nehmen würde, die jeweils angemessenen Formen von CSR und Berichterstattung über CSR selbst zu bestimmen.

3. Mit ihrem Vorschlag zur einheitlichen Berichterstattungspflicht über CSR verkennt die Europäische Kommission das Konzept von CSR selbst. CSR beschreibt das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, das diese freiwillig über das gesetzliche Maß hinaus in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft weltweit in ihrem Umfeld für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten. Diese Definition von CSR ist auch von allen beteiligten Gruppen gemeinsam im Europäischen Multistakeholderforum zu CSR bereits im Jahr 2005 festgelegt worden. Wenn die EU-Kommission nun eine legislative Maßnahme einführen will, verkennt sie nicht nur, dass es aufgrund der Vielfältigkeit und Komplexität von CSR-Praktiken eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten, -ansätzen und -methoden für Unternehmen gibt, die sich nicht in einen solchen Rahmen zwingen lassen, sondern sie ändert darüber hinaus auch implizit die bislang geltende Definition von CSR.

4. Der Vorschlag der Kommission beinhaltet eine Verschärfung des deutschen Bilanzierungsrechts und führt zu erheblich mehr Bürokratie für Unternehmen. Dabei werden der Umfang und das Ausmaß der dadurch zusätzlich entstehenden Kosten unterschätzt. Das Ziel des Bürokratieabbaus für ein wettbewerbsfähiges Europa wird ad absurdum

geführt. Durch mehr Regulierung bei der Berichterstattung ein größeres CSR-Engagement erreichen zu wollen, ist abwegig und kontraproduktiv. Die Richtlinie würde vielmehr auch zu einem Wettbewerbsnachteil für europäische Unternehmen auf den globalen Märkten zum Nachteil für Wachstum und Beschäftigung führen.

5. Für die Entwicklung von CSR und Berichterstattung wären praxisorientierte Initiativen zum Austausch von Best Practice sinnvoll. Die in den letzten Jahren gestiegene Zahl der Unternehmen, die bereits jährliche Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichte freiwillig und entsprechend ihrer Tätigkeitsfelder veröffentlichen, ist hierfür ein Beleg.

Einleitung

Mit diesem Richtlinienvorschlag werden zwei Vorhaben von Binnenmarktkommissar Michel Barnier umgesetzt, die seit nunmehr drei Jahren intensiv und sehr kontrovers diskutiert und von der Wirtschaft entschieden abgelehnt wurden. Es geht zum einen um die Umsetzung der Ankündigung zur verpflichtenden Berichterstattung über nichtfinanzielle Informationen aus der Mitteilung zur Binnenmarktakte und der CSR-Mitteilung "Eine neue EU-Strategie (2011-2014) für die soziale Verantwortung der Unternehmen". Zum anderen geht es um die Umsetzung der Ankündigung, ein höheres Maß an "Diversity" in den Unternehmensorganen zu fördern, was auch in dem Aktionsplan zu Gesellschaftsrecht und Corporate Governance enthalten war. Hierzu gab es bereits die Debatte zum Europäischen Grünbuch "Corporate Governance-Rahmen".

Im Vorfeld zu diesen offiziellen Ankündigungen hatte die EU-Kommission eine öffentliche Konsultation zur Offenlegung von Informationen nichtfinanzieller Art durch Unternehmen durchgeführt, an der sich die BDA mit einer ausführlichen Stellungnahme beteiligt hatte.



Das Europäische Parlament hatte am 6. Februar 2013 Initiativberichte zu Corporate Social Responsibility (CSR) unter Federführung der Europaabgeordneten Howitt (S&D-Fraktion, Großbritannien) und Baldassarre (EVP-Fraktion, Italien) verabschiedet. Die enthaltene Aufforderung an die Kommission, einen „Vorschlag“ zur Offenlegung nicht-finanzieller Informationen durch die Unternehmen zu machen, umfasst ausdrücklich auch nicht-legislative Vorschläge. Das EP hat in seinem Bericht anerkannt, dass alle Lösungen flexibel sein müssen, nicht zu übermäßigem Verwaltungsaufwand führen dürfen und für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) der Grundsatz "Vorfahrt für KMU" gelten soll. Auch ist der Grundsatz der Freiwilligkeit von CSR vom Europäischen Parlament ausdrücklich bestätigt worden, indem es bekräftigt hat, dass „wohltätige Maßnahmen“ niemals zur Pflicht gemacht werden dürfen.

Vor diesem Hintergrund ist nicht nachvollziehbar, dass die EU-Kommission dennoch darauf beharrt, ihre Vorhaben im Wege einer Änderung der Rechnungslegungsrichtlinien (Vierte und Siebte Rechnungslegungsrichtlinie, 78/660/EWG und 83/349/EWG) umzusetzen.

Im Einzelnen

1. CSR und CSR-Berichterstattung in der deutschen Wirtschaft sehr verbreitet und differenziert – zusätzliche EU-Regulierung nicht erforderlich

Es ist eine lange Tradition, dass die deutschen Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahrnehmen und sich weit über das gesetzliche Maß hinaus engagieren. Gesellschaftliches Engagement ist ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur in Deutschland.

In Deutschland engagieren sich Unternehmen gesellschaftlich jährlich mit 11,2 Mrd. €

(Erster Engagementbericht 2012 des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend). Das Engagement ist bei Unternehmen aller Größen sehr hoch: Von den kleinen Unternehmen mit einer Betriebsgröße von bis zu 49 Beschäftigten engagieren sich rund 63 %. Unternehmen mit 50 bis 499 Beschäftigten engagieren sich zu 71 %. Bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern liegt die Engagementquote bei 96 %.

Des Weiteren nutzen rd. 95 % der KMU CSR-Strategien (Institut für Mittelstandsforschung, IfM-Materialien Nr. 194, März 2010). Teilweise – insbesondere bei familiengeführten Unternehmen oder kleineren Unternehmen – ist dies so selbstverständlich, dass darüber nicht einmal berichtet wird. Oftmals kennen Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter und vor allem das regionale Umfeld diese Aktivitäten der Unternehmen sowieso.

Seit den 90er Jahren gibt es einen rapiden Anstieg der freiwilligen CSR-Berichterstattung der Unternehmen – wie zahlreiche Studien belegen. So berichten 95 % der 250 größten weltweiten Unternehmen über ihr Sozial- und Umweltverhalten. Allein in Europa hat sich die Zahl der Unternehmen, welche unter Anwendung der Global Reporting Initiative (GRI) Leitsätze berichten, von 270 im Jahr 2006 auf 850 im Jahr 2011 erhöht. Eine aktuelle Studie hat aufgezeigt, dass bereits 55 % der Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht in den letzten drei Jahren erstellt haben oder es in unmittelbarer Zukunft planen (KPMG/Economist Intelligence Unit, Corporate Sustainability. A progress Report. 2011).

Zu beachten ist im Zusammenhang mit dem Kommissionsvorschlag, dass es in Deutschland bereits rd. 10.000 Informationspflichten für Unternehmen gibt, die jährlich Kosten in Höhe von mehr als 43 Mrd. € für die Unternehmen verursachen; rd. 24 Mrd. € gehen dabei auf EU-Richtlinien zurück (Bericht der



Bundesregierung 2010 zur Anwendung des Standardkosten-Modells und zum Stand des Bürokratieabbaus). Sehr viele davon sind Informationspflichten nichtfinanzieller Art und betreffen z. B. Informationspflichten gegenüber den Sozialversicherungsträgern, etc. Unternehmen berichten also bereits umfangreich über Informationen nichtfinanzieller Art.

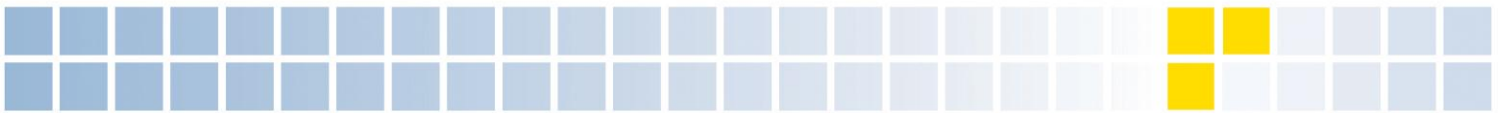
Darüber hinaus muss berücksichtigt werden, dass viele unterschiedliche Wege existieren und genutzt werden, mit denen Unternehmen ihr CSR-Engagement differenziert nach innen und außen kommunizieren:

- KMU, die 99 % aller Unternehmen im europäischen Binnenmarkt ausmachen, benötigen oftmals keine formalisierten Kommunikationsanstrengungen, um über ihr gesellschaftliches Engagement zu informieren. Fest im lokalen Umfeld verwurzelt kennen Mitarbeiter, Kunden und lokales Umfeld die Unternehmer persönlich und wissen um ihr Engagement und Verhalten. Im direkten Kontakt werden Informationen formlos weitergegeben.
- Im B-to-B-Geschäft wie auch auf dem Finanzmarkt wird Transparenz durch die Beantwortung gezielter Fragen hergestellt. Kundenunternehmen und SRI-Fonds senden an ihre Zulieferer Fragebögen zu ihrem gesellschaftlichen Engagement und Verhalten. Ein allgemeines anerkanntes und standardisiertes Erhebungs- und Bewertungsverfahren gibt es dabei aus guten Gründen nicht.
- Im B-to-C-Geschäft betreiben die Unternehmen einen erheblichen Aufwand durch ergänzende, freiwillige Angaben auf der Verpackung, dem Etikett oder in der direkten Kommunikation mit den Verbrauchern, um diese über das Produkt und die Herstellungsverfahren zu informieren. Über Internetbesuche, Kontaktformulare bzw. E-Mails oder über Hotlines stehen Verbraucher und Unter-

nehmen in engem Kontakt zueinander. Auf diesem Wege stellen Unternehmen Transparenz, auch in Bezug auf ihr soziales und ökologisches Verhalten, her. Es ist dabei legitim, dass Unternehmen Transparenz im Bereich CSR auch zur Profil- und Imagebildung nutzen und mit ihrem gesellschaftlichen Engagement gegenüber ihren Kunden werben.

- Unternehmen veranstalten Workshops, um mit Stakeholdern in Kontakt zu kommen, Rechenschaft abzulegen und soziale wie ökologische Themen zu besprechen.
- Über Presseinformationen berichten Unternehmen über aktuelle Entwicklungen, Initiativen und Projekte. Immer mehr Unternehmen verfassen zudem einen CSR- oder Nachhaltigkeitsbericht, in dem sie über ihr soziales und ökologisches Verhalten berichten. Schließlich präsentieren sie sich mit ihren Erfahrungen auf CSR-Webseiten (wie beispielsweise auf dem Portal www.csrgermany.de) und in Good Practice-Sammlungen sowie durch Vorträge. Im Rahmen des UN Global Compact erstellen bereits heute mehr als 7.000 Unternehmen Fortschrittsberichte zur Umsetzung der 10 Prinzipien des UN Global Compact. Zudem gibt es zahlreiche, auch branchenbezogene, Initiativen wie etwa den Wittenberg-Prozess der Sozialpartner in der deutschen chemischen Industrie, in denen Unternehmen und Mitarbeiter, Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften gemeinsam zusammenarbeiten, um die gesellschaftliche Verantwortung zu vertiefen. Auch arbeitet die deutsche Chemiebranche mit der aktuellen Initiative „Chemie hoch 3“ daran, Nachhaltigkeit als Leitbild weiter zu verankern.

Art und Form der CSR-Kommunikation richten sich nach der jeweils individuellen Situation des Unternehmens, den Bedürfnissen der Anspruchsgruppen, Bedürfnissen der Stakeholder (die sehr unterschiedlich



sein können) und der Öffentlichkeit sowie einem Kosten-Nutzen-Verhältnis. Unternehmen müssen die Flexibilität haben, die jeweils besten Ansätze zu entwickeln und zu nutzen. Die Berichterstattung über CSR entwickelt sich dabei permanent weiter. Freiwilligkeit in Bezug auf Transparenz bedeutet dabei aber nicht Beliebigkeit. Im Gegenteil: Die großen Anstrengungen von Unternehmen, die Transparenz gegenüber Mitarbeitern, Verbrauchern, lokalem Umfeld, Investoren und der Gesellschaft kontinuierlich zu verbessern, zeigen, wie weit das Thema Transparenz und CSR bereits in den Kernbereich unternehmerischen Handelns gerückt ist. Hierbei gibt es keine „one-size-fits-all“-Lösung. Eine gesetzlich vorgegebene Berichterstattung würde auch die Möglichkeit einschränken, auf die individuellen Bedürfnisse und Erwartungen der Stakeholder einzugehen.

Die deutsche Wirtschaft betrachtet CSR als ein prioritäres Thema und sieht in CSR einen Beitrag der Unternehmen zur Verwirklichung des Konzeptes zur nachhaltigen Entwicklung. Die BDA engagiert sich schon seit langem politisch auf nationaler und internationaler Ebene, um den Unternehmen die notwendige Unterstützung für ihr freiwilliges und eigenverantwortliches gesellschaftliches Engagement zu geben.

2. Freiwilligkeit als zentrales Merkmal von CSR nicht respektiert

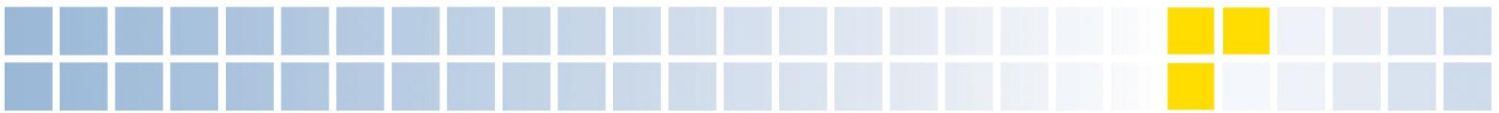
Die Europäische Kommission verkennt das Konzept von CSR als gesellschaftliches Engagement von Unternehmen, das diese freiwillig über das gesetzliche Maß hinaus in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft weltweit in ihrem Umfeld für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten. Diese CSR-Definition, die sowohl auf dem Element der Freiwilligkeit als auch auf den übergesetzlichen Anforderungen von CSR-Aktivitäten basiert, ist das Ergebnis langer

und intensiver Diskussionen, unter anderem des europäischen und deutschen Multistakeholderforums zu CSR. In dem europäischen Multistakeholderforum zu CSR ist das Thema bereits im Jahr 2005 von allen beteiligten Gruppen eindeutig dahingehend beantwortet worden, dass von staatlicher Stelle kein Rahmen geschaffen werden sollte. Wörtlich heißt es im Endbericht des Europäischen Multistakeholderforums: „Convergence of CSR practices and tools is occurring on a market-led basis through voluntary bottom-up and multi-stakeholder approaches, and other drivers, and that this can achieve quality and a good balance between comparability, consistency and flexibility.“ Wenn diese auf Freiwilligkeit basierende CSR-Definition durch die EU-Kommission durch die CSR-Mitteilung aus dem Jahr 2011 (Eine neue EU-Strategie (2011-2014) für die soziale Verantwortung der Unternehmen) und nun durch den Richtlinienvorschlag verworfen wird, dann zerstört dies das Vertrauen, das für die Motivation und Förderung freiwilliger Aktionen erforderlich ist.

Die EU-Kommission verkennt mit ihrer Forderung zur Einführung einer legislativen Maßnahme, dass es aufgrund der Vielfältigkeit und Komplexität von CSR-Praktiken eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten, -ansätzen und -methoden für Unternehmen gibt, die sich nicht in einen gesetzlichen Rahmen zwängen lassen. CSR hat sich aufgrund dieser Dynamik in Deutschland nahezu in allen größeren Unternehmen durchgesetzt. Gesetzliche Berichtspflichten engen jedoch die CSR-Vielfalt ein und widersprechen dem Grundgedanken des vielfältigen gesellschaftlichen Engagements.

3. Vorschlag würde zusätzliche Bürokratie verursachen, welche die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigt

Neue gesetzliche Verpflichtungen zur Berichterstattung führen zu einem erheblichem



bürokratischen Aufwand und stellen vor allem den Mittelstand vor teilweise unverhältnismäßige Anforderungen. Die EU-Kommission verkennt, dass zusätzliche Belastungen für Unternehmen der falsche Weg sind.

Die EU-Kommission begründet den Richtlinienvorschlag damit, dass eine positive Korrelation zwischen nichtfinanzieller und finanzieller Leistung eines Unternehmens besteht. Eine erweiterte Transparenz führe zu einer höheren Wirtschaftlichkeit von Unternehmen. Die Kommission gesteht aber selbst zu, dass ein kausaler Zusammenhang zwischen erweiterter Transparenz und erhöhter Wirtschaftlichkeit nicht bewiesen werden kann, sie spricht vielmehr von Korrelation. Dies kann auch heißen, dass wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmen typischerweise ein höheres Engagement aufweisen. Der Hinweis auf die Korrelation ist damit gerade nicht geeignet, den Richtlinienvorschlag der Kommission zu rechtfertigen. Eine aktuelle Studie aus Princeton („Financial constraints on corporate goodness“, Hong/Kubik/Scheinkman, Oktober 2012) zeigt dies: Die Gültigkeit der weit verbreiteten These „Doing well by doing good“ wird durch diese Studie erschüttert. Sie kommt vielmehr zu dem klaren Ergebnis, dass Unternehmen, welche über ausreichende finanzielle Ressourcen verfügen, sich häufiger im Bereich CSR betätigen. Es gilt also: „They do good when they do well.“

Die Europäische Kommission schätzt die zusätzlichen Kosten hinsichtlich der nichtfinanziellen Berichterstattung zwischen 600 € und 4.300 € pro Unternehmen pro Jahr. Hinsichtlich Diversity werden die Kosten pro Unternehmen und Jahr mit 600 € bis 1.000 € angegeben. Diese Schätzungen sind in keiner Weise nachvollziehbar. Nach einer aktuellen Studie liegen die Gesamtkosten zur Offenlegung von Informationen nichtfinanzieller Art, zu denen auch die Kosten für deren Erhebung hinzugerechnet werden müssen, zwischen 155.000 € und 604.000 € pro Unter-

nehmen und Jahr (Centre for Strategy and Evaluation Services, 2011, Seite 26 und 32). Auch weitere Schätzungen gehen von erheblich höheren Kosten aus, als von der EU-Kommission angenommen. Die französische Regierung schätzt, dass Verpflichtungen in Frankreich hinsichtlich der Berichterstattung zu Kosten in Höhe von 33.000 € bis 357.000 € pro Unternehmen führen. Auch dies ist ein Vielfaches im Vergleich zu den Annahmen der EU-Kommission.

Insbesondere für mittelständische Unternehmen wäre der Ressourceneinsatz für den Aufbau und die Pflege eines Reportings, so wie es von der Kommission für Unternehmen bereits ab 500 Arbeitnehmern vorgeschlagen wird, erheblich. Dies betrifft nicht nur die Erstellung des Berichts, sondern auch das Investment in geeignete Systeme zur Erhebung der Daten und geschultes Personal. Zudem erfolgen jedes Jahr weitergehende Anforderungen, mit denen nur schwer Schritt gehalten werden kann.

Letztlich führt der Vorschlag zu mehr Bürokratie für Unternehmen, wobei der Umfang und das Ausmaß der neuen Kosten unterschätzt werden. Das Ziel des Bürokratieabbaus für ein wettbewerbsfähiges Europa wird ad absurdum geführt. Die Richtlinie würde, sollte sie tatsächlich verschiednet werden, auch zu einem Wettbewerbsnachteil für europäische Unternehmen auf den globalen Märkten zum Nachteil für Wachstum und Beschäftigung führen.

4. Gesetzlicher Zwang zur CSR-Berichterstattung verringert unternehmerischen Spielraum und gefährdet CSR-Engagement

Das Ziel, CSR weiter zu stärken und zu verbreiten, wird durch eine gesetzliche Berichterstattungspflicht beeinträchtigt. Wenn es um Informationen zum freiwilligen gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen geht,



müssen Unternehmen den Freiraum und die Möglichkeit haben, gezielt auf die Informationsbedürfnisse der jeweiligen Interessengruppen einzugehen und dazu die jeweils besten Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen. Auch das deutsche Multistakeholderforum zu CSR, in dem NGOs, Gewerkschaften, Wissenschaft und Wirtschaft vertreten sind, hatte vor diesem Hintergrund vorgeschlagen, keine Regulierung einzuführen.

Die von der Kommission vorgeschlagene Verpflichtung zur Berichterstattung und die damit verbundenen zusätzlichen und bürokratische Lasten würden das freiwillige Engagement der Unternehmen selbst gefährden und damit die Bemühungen zu mehr gesellschaftlichem Engagement von Unternehmen konterkarieren. Die Richtlinie würde dazu beitragen, CSR zu einem Pflichtenheft zu degradieren anstatt verantwortungsbewusstes Wirtschaften zu fördern und zu belohnen. CSR würde als Regulierung und Belastung und nicht als Aufgabe für die tägliche Unternehmenspraxis wahrgenommen werden.

Unternehmen benötigen Spielraum, um selber festzulegen, ob und wie sie zum Thema CSR kommunizieren. Selbstverständlich werden Unternehmen dazu auch eigene Standards festlegen oder bestehende Standards (GRI, UN GP etc.) anwenden. Aber viele Unternehmen haben andere und sehr unterschiedliche Wege der Kommunikation ihrer CSR-Aktivitäten gewählt.

Der Richtlinienvorschlag geht in die falsche Richtung. Durch ihn soll eine gesetzliche Verpflichtung geschaffen werden. Dabei wird verkannt, dass es für die Vielfalt und Komplexität von CSR-Praktiken eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten, -ansätzen und -methoden für Unternehmen gibt, die sich nicht in einen solchen Rahmen zwingen lassen. So steht beispielsweise ein Mittelständler in Bezug auf Transparenz vor anderen Herausforderungen als ein multinationaler Konzern. Darüber hinaus hat eine IT-

Firma ganz andere Themen als zum Beispiel ein Energiekonzern. Ein verbindlicher Rahmen wirkt wie ein Zwangskorsett für die Berichterstattung über nichtfinanzielle Informationen und würde letztlich keinem Unternehmen gerecht werden, sondern schränkt nur Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen in ihrer Gestaltungsfreiheit ein und verhindert dadurch den kreativen Wettbewerb um die optimale Lösung.

Die Vertretung der EU-Kommission in Deutschland ist der Auffassung (EUNachrichten Nr. 7 vom 25. April 2013, Seite 2), dass aus Deutschland (nach Großbritannien) die zweitmeisten Sozialberichte mit ausgezeichneter Qualität kommen, obwohl es in Deutschland keine gesetzliche Verpflichtung dazu gibt. Diese Einschätzung kann geteilt werden. Es ist deshalb nicht ersichtlich, warum es eine neue gesetzliche Pflicht zur Offenlegung geben soll.

5. International anerkannte Grundsätze der CSR-Berichterstattung machen zusätzliche europäische Regulierung überflüssig

In dem Richtlinienentwurf wird klargestellt, dass sich Unternehmen bei der Bereitstellung der Informationen auf nationale, EU-basierte oder internationale Rahmenwerke stützen können. Explizit werden das Umweltmanagement- und Umweltbetriebsprüfungssystem (EMAS), der Global Compact der Vereinten Nationen, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, ISO 26000, die dreigliedrige ILO-Grundsatzerklärung zu multinationalen Unternehmen und zur Sozialpolitik sowie die Global Reporting Initiative genannt. Bereits diese Auflistung im Kommissionsvorschlag zeigt, dass es zahlreiche anerkannte Standards gibt, die von einer Vielzahl von Unternehmen angewandt werden und die



eine gesetzliche Regelung auf europäischer Ebene überflüssig machen.

6. Nicht gerechtfertigte Eingriffe in die unternehmerische Gestaltungsfreiheit

Nach dem Richtlinienvorschlag müssen die betroffenen Gesellschaften zur nichtfinanziellen Berichterstattung ihre Unternehmenspolitik, Ergebnisse, mögliche Risiken und das Risikomanagement darlegen. Wenn ein Unternehmen keine Unternehmenspolitik in einem dieser Punkte eingeführt hat, dann muss es eine Erklärung hierfür abgeben.

Dies ist besonders gravierend, da Betriebe in ihren Geschäftsberichten Risikofelder benennen sollen, die hochsensible unternehmensinterne Informationen enthalten können. Die Kommission greift damit massiv in die Gestaltungsfreiheit der Unternehmen auf einem Gebiet ein, auf dem staatliche Regulierungen nichts zu suchen haben. Aus einer Verpflichtung zur Veröffentlichung wird ein Handlungsdruck. Der Wesenskern der gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen ist aber die Freiwilligkeit ihres Engagements.

7. Berichterstattungspflicht zu Diversity mit fadenscheinigen Argumenten begründet

Die Argumentation der EU-Kommission zur Begründung der von ihr vorgeschlagenen Berichterstattungspflicht zu Diversity ist nicht stichhaltig. Sie behauptet, mit der Berichtspflicht eine Erhöhung der Vielfalt in den Leitungsgremien der Gesellschaften durch mehr Transparenz erreichen zu können. Dadurch sollen eine wirksame Kontrolle der Geschäftsleistung und eine robuste Unternehmensführung erreicht werden. Es soll das sog. „Gruppendenken“ durchbrochen werden, das verhindere, dass Mitglieder in den Leitungsgremien für innovative Ideen aufge-

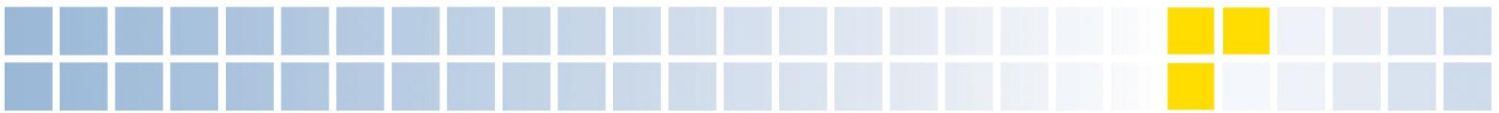
schlossen seien. Die EU-Kommission kann jedoch keine Belege für die Richtigkeit dieser These bringen. Bereits in der Folgenabschätzung der EU-Kommission selbst wird diese Begründung in Frage gestellt, da die von der Kommission behauptete Kausalität zwischen einem durch Vielfalt geprägten Leitungsgremium und einer erfolgreichen Unternehmensführung nicht nachweisbar ist.

8. Mittelstand und Familienunternehmen werden unnötig belastet

Die im Vorschlag enthaltenen zusätzlichen Berichtspflichten würden – selbst wenn eine umfassende Ausnahme für Unternehmen unter 500 Mitarbeitern vorliegt – vor allem den Mittelstand teilweise unverhältnismäßige Anforderungen aussetzen. Zahlreiche mittelständische Unternehmen wären in Deutschland direkt betroffen. Darüber hinaus würde indirekt der Druck auf Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern deutlich erhöht, ebenfalls eine entsprechende Offenlegung vorzunehmen. Diese Unternehmen befinden sich typischerweise in der Zulieferkette, und um keinen Wettbewerbsnachteil zu erleiden und wichtige Kunden zu halten, müssten diese nun ebenfalls enorme Ressourcen zur Erstellung entsprechender Berichte bereitstellen. Die bereits heute nur mit hohem Aufwand zu beantwortenden Anfragen in Bezug auf Daten entlang der Lieferkette würden weiter ansteigen.

9. Unterschiedliche Anwendungsbereiche und Anforderungen im Richtlinienvorschlag nicht kohärent

Die Berichterstattungspflicht über nichtfinanzielle Informationen greift bei Gesellschaften, die durchschnittlich mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen und entweder eine Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. € oder einen Nettoumsatz von mehr als 40 Mio. € aufweisen. Die Verpflichtung zu Diversity greift jedoch



nur bei börsennotierten Unternehmen. Ausdrücklich ausgenommen sind Gesellschaften im Anwendungsbereich des Artikels 27 der Richtlinie 78/660/EWG, bei denen am Bilanzstichtag die Grenzen von zwei der drei folgenden Größenmerkmale, nämlich eine durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres Beschäftigten in Höhe von 250, eine Bilanzsumme von 17,5 Mio. € und ein Nettoumsatzerlös von 35 Mio. €, unterschritten werden. Für diese Unterschiede im Anwendungsbereich ist keine Rechtfertigung ersichtlich.

Ein weiteres Beispiel für die Inkohärenz ist, dass im Rahmen von Artikel 46a Richtlinie 78/660/EWG „die Erklärung eine unmissverständliche und ausführliche Begründung“ enthalten soll, wenn ein Unternehmen keine Unternehmenspolitik verfolgt, während bei Artikel 46 eine Erklärung ausreichend ist. Eine Begründung, warum unterschiedliche Anforderungen eingeführt werden, wird nicht gegeben. Die Unternehmen werden mit überzogenen und inkohärenten Begründungspflichten konfrontiert, was abzulehnen ist.

10. Erfahrungsaustausch und Incentives besser als gesetzlicher Zwang

Besser als eine Regulierung ist aus Sicht der deutschen Wirtschaft vor allem die praxisorientierte Förderung eines Erfahrungsaustauschs. Die in den letzten Jahren gestiegene Zahl der Unternehmen, die bereits jährliche Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichte freiwillig und entsprechend ihrer Tätigkeitsfelder veröffentlichen, ist hierfür ein Beleg.

Auch die zahlreichen internationalen Standards, die sich aktuell immer ambitionierter weiterentwickeln (bspw. Arbeiten zu GRI 4.0) zeigen, dass der Markt innerhalb von kurzer Zeit und ohne gesetzliche Eingriffe eine Eigendynamik entwickelt, die anzuerkennen ist. Ganz im Gegenteil kann die pauschalie-

rende Regulierung der aktuellen Marktdynamik abträglich sein, da gesetzlich vorgegebene Regelungen die Motivation zur Weiterentwicklung entsprechender Standards abbremsen.

Die EU-Kommission sollte daher diesen Richtlinienvorschlag zurückziehen und das gesellschaftliche Engagement sowie die Transparenz darüber praxisnah und konstruktiv unter Wahrung des Grundsatzes der Freiwilligkeit fördern.

Ansprechpartner:

BDA | DIE ARBEITGEBER

Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

Europäische Union und Internationale Sozialpolitik

T +49 30 2033-1900

europa@arbeitgeber.de