



Kernforderungen und Argumente der Zivilgesellschaft für eine effektive Umsetzung der EU CSR-Richtlinie 2014/95 in Deutschland

Bis Dezember 2016 muss Deutschland die so genannte EU „CSR-Richtlinie“ 2014/95 zur Offenlegung nicht-finanzieller Informationen in deutsches Recht umsetzen. Ziel der Richtlinie ist es, die Transparenz von Unternehmen in der EU im Umgang mit ökologischen und sozialen Aspekten zu erhöhen. Gleichzeitig sollen die offengelegten nicht-finanziellen Informationen relevanter, konsistenter und vergleichbarer werden.

Die unterzeichnenden Organisationen setzen sich dafür ein, die Umsetzung der Richtlinie so zu gestalten, dass sie für Umwelt, Gesellschaft und Unternehmen gleichermaßen von Vorteil ist. Zu diesem Zweck sollte die nicht-finanzielle unternehmerische Berichterstattung vor allem **aussagekräftig** sein und möglichst **viele Unternehmen betreffen**. Sie sollte das Ziel haben, externen und internen Stakeholdern wie Investoren, Kunden, NGOs, Politik, Gewerkschaften sowie Beschäftigten Aufschluss darüber zu geben, welche Auswirkungen die unternehmerische Tätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft hat und was das Unternehmen zur Reduktion negativer Auswirkungen unternimmt. Gleichzeitig sollte sich der Anwendungskreis dieser Form der Berichterstattung auf alle großen Unternehmen erstrecken.

Mit der Umsetzung der CSR-Richtlinie in deutsches Recht besteht die Gelegenheit, eine aussagekräftige unternehmerische Berichterstattung zu schaffen. Um diesem Anliegen gerecht zu werden, halten die unterzeichnenden Organisationen die Berücksichtigung folgender Kernforderungen für erforderlich:

Kriterien für eine aussagekräftige nicht-finanzielle Berichterstattung

1. Die **Wesentlichkeitsdefinition der EU-Richtlinie ist aufrecht zu erhalten und zu konkretisieren**. Nach dieser sind nicht-finanzielle Informationen zu berichten, die für das Verständnis a) des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage des Unternehmens **oder** b) der Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit (auf Umwelt, Gesellschaft und Beschäftigte) erforderlich sind. Das gilt auch dann, wenn diese Auswirkungen zunächst keine unmittelbare Geschäftsrelevanz entfalten. Eine Fokussierung auf unmittelbar geschäftsrelevante Aspekte greift im Bereich der nicht-finanziellen Berichterstattung zu kurz, da viele Themen, wie z.B. der Umgang mit Menschenrechten, eine große gesellschaftliche Bedeutung haben können, ohne zunächst die Geschäftsentwicklung zu beeinflussen.
2. Die **zu berichtenden Inhalte der nicht-finanziellen Erklärung sind im Gesetzestext bzw. begleitenden Bestimmungen zu konkretisieren und um Zielsetzungen zu ergänzen**. Entsprechende Begriffe („Konzepte“, „Due-Diligence-Prozesse“, „Ergebnisse dieser Konzepte“, „nicht-finanzielle Leistungsindikatoren“, „wesentliche Risiken“, „Handhabung dieser Risiken“ und zwar auch in Bezug auf die „Geschäftsbeziehungen“) müssen für die Unternehmen klar definiert sein, um eine Berichterstattung mit geringstmöglichem Aufwand zu ermöglichen. Anerkannte internationale Instrumente zu Unternehmensverantwortung wie die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte können dabei als Ausgangspunkt dienen.

Informationen zu nicht-finanziellen Belangen sind nur dann aussagekräftig, wenn sie nicht eine bloße Momentaufnahme darstellen, sondern auch zukunftsgerichtete Aussagen umfassen, wie und mit welchen **Zielsetzungen** das Unternehmen die Auswirkungen (auf) nicht-finanzielle(r) Belange jetzt und in der Zukunft steuert. Deshalb müssen die nicht-finanziellen Angaben zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte sowie zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung mindestens die wesentlichen Kennzahlen, Zielsetzungen (inkl. Zielerreichungsstatus), Risiken und Chancen wiedergeben sowie Informationen zu Strategien, Prozessen und Verantwortlich-

keiten enthalten. Ziele sollten in Bezug auf übergeordnete nationale und internationale Referenzrahmen wie z.B. das beschlossene 2°C- bzw. 1,5°C-Limit zur Begrenzung der globalen Erderwärmung oder die UN Sustainable Development Goals gesetzt und berichtet werden.

„**Arbeitnehmerbelange**“ sind so zu definieren, dass die berichtspflichtigen Unternehmen auch Angaben zu der Frage machen müssen, inwiefern und in welchem Umfang es im Berichtszeitraum im Unternehmen selbst und in seiner Lieferkette zu Verstößen gegen Regeln zum Schutz der Beschäftigten, Regeln der Mitbestimmung und solchen zur Wahrung der Koalitionsfreiheit, gleich ob aus nationalen oder aus internationalen Rechtsquellen (ILO, Europäische Sozialcharta etc.), gekommen ist.

Die Berichterstattung erstreckt sich nach den Anforderungen der Richtlinie auch auf die „Geschäftsbeziehungen“ und schließt somit auch die **Wertschöpfungskette** ein.

Die Vergleichbarkeit der offengelegten Informationen sollte durch die **Verwendung von Berichtsstandards** wie Global Reporting Initiative, UN Guiding Principles Reporting Framework und CDP sichergestellt werden.

3. Ein besonderer Abschnitt im **(Konzern-)Lagebericht sollte als Format der Berichterstattung festgelegt werden**. Dies stellt sicher, dass die Informationen gemeinsam mit finanziellen Informationen auf höchster Managementebene verantwortet und gesteuert werden. Nur wenn wesentliche finanzielle und nicht-finanzielle Informationen gemeinsam dargestellt werden, können sich Stakeholder mit überschaubarem Zeitaufwand ein ganzheitliches Bild der Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sowie möglicher Risikofaktoren verschaffen. Sollte der Nachhaltigkeitsbericht als Ort der nicht-finanziellen Berichterstattung zugelassen werden, müssen hier dieselben Anforderungen wie an den Lagebericht, auch hinsichtlich Prüfpflichten und Sanktionen, gelten.

Um die Expertise der Beschäftigten in die Erstellung des Berichtes angemessen einzubeziehen, sollte die Geschäftsleitung das korrespondierende Gremium der **betrieblichen Interessenvertretung** über die Berichterstattung **informieren und sich mit diesem beraten**.

4. Eine **externe inhaltliche Überprüfung** der von Unternehmen abgegebenen nicht-finanziellen Berichte sollte verbindlich vorgeschrieben werden und von Fachkräften mit Expertise in Umwelt- und Sozialaudits durchgeführt werden. Inhaltlich überprüfte nicht-finanzielle Informationen bedeuten für externe Nutzer/innen 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 (KPMG Handbuch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2013). Von den deutschen Unternehmen, die in 2015 an CDP berichteten, lassen bereits die Hälfte ihre Angaben zu Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) extern prüfen.

Angemessene **Kontrollmechanismen mit Sanktionen** müssen zudem die Umsetzung der neuen Transparenzanforderungen an die Berichterstattung sicherstellen.

Anwendungsbereich der neuen Berichtspflicht

Der **Anwendungsbereich sollte rechtsformneutral auch auf große, nicht börsenorientierte Unternehmen ausgeweitet und der Zusatz "die von öffentlichem Interesse sind" gestrichen werden**. Wir empfehlen die Zugrundelegung der bilanzrechtlichen Kriterien für große Kapitalgesellschaften (§ 267 Abs. 3 HGB). So wird sichergestellt, dass für die finanziellen Berichtspflichten dieselben Kriterien gelten, wie für die nicht-finanziellen Berichtspflichten. Entsprechend sollte das Kriterium der Beschäftigtenanzahl von 500 auf 250 Beschäftigte gesenkt werden.

Bei einer 1:1-Umsetzung der EU Richtlinie wären deutsche Firmen wie Aldi, Dr. August Oetker oder Würth mit Milliardenumsätzen nicht erfasst. Deutschland hat im Vergleich zu anderen Mitgliedstaaten einen deutlich höheren Anteil an nicht börsenorientierten Unternehmen mit Milliardenumsätzen.

Stand: 26.02.2016

Koordinator: Johannes Erhard, WWF Deutschland, johannes.erhard@wwf.de

Ausführliche Stellungnahmen zu einzelnen Aspekten erhalten Sie auf Nachfrage bei den Unterzeichnerorganisationen.

Unterzeichnerorganisationen und Ansprechpartner

Amnesty International Deutschland

Dr. Verena Haan
+49 (0)30 - 420 248 416
verena.haan@amnesty.de

CDP Europe

Susanne Dräger
+49 (0)30 - 311 777 162
susanne.draeger@cdp.net

DGB Bundesvorstand

Rainald Thannisch
+49 (0)30 - 240 606 05
rainald.thannisch@dgb.de

Gemeinwohl-Ökonomie

Gerd Hofielen
+49 (0)30 - 841 158 13
gerd.hofielen@gemeinwohl-oekonomie.org

Germanwatch

Cornelia Heydenreich
+49 (0)30 - 288 835 64
heydenreich@germanwatch.org

Oxfam Deutschland

Dr. Franziska Humbert
+49 (0)30 - 453 069 613
fhumbert@oxfam.de

Transparency International Deutschland e.V.

Dr. Tatjana Chahoud
+49 (0)30 - 549 898 0
tchahoud@transparency.de

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

Ingmar Streese
+49 (0)30 - 258 003 12
ingmar.streese@vzbv.de

WWF Deutschland

Johannes Erhard
+ 49 (0)30 - 311 777 237
johannes.erhard@wwf.de