



Stellungnahme

zum Konzept des Bundesministeriums für Justiz und Verbraucherschutz zur Umsetzung der CSR-Richtlinie – Reform des Lageberichts

10. Juli 2015

DER MITTELSTANDSVERBUND (SME Groups Germany) ist der politische Spitzenverband kooperierender mittelständischer Unternehmen aus Handel, Handwerk und Dienstleistungs- sowie produzierendem Gewerbe in Deutschland und Europa. Unter seinem Dach vereint DER MITTELSTANDSVERBUND rund 230.000 mittelständische Unternehmen in rund 320 Verbundgruppen unterschiedlicher Rechtsform.

1. Einschätzung von CSR aufseiten der Verbundgruppen

Der kooperierende Mittelstand nimmt seine soziale Verantwortung ernst. So tragen die Verbundgruppen und deren Anschluss Häuser auf vielfältige Weise zu einem positiven sozialen Umfeld bei. Zudem fördert der kooperierende Mittelstand den Nachwuchs, indem viele Betriebe Jugendlichen eine Ausbildungsmöglichkeit anbieten. Durch regelmäßige Fortbildungsangebote sind ein lebenslanges Lernen der Angestellten und die damit einhergehende Kompetenzerweiterung gewährleistet. Verbundgruppen stellen sich auch den sozialen Herausforderungen: So fallen in etwa 80% der Beschäftigten in Verbundgruppen unter einen Tarifvertrag.

Weder Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft können die vielfältigen Herausforderungen unserer Zeit allein bewältigen. Wegen der sich abzeichnenden finanziellen Grenzen staatlichen Handelns erwartet die Gesellschaft, dass Unternehmen den gesellschaftlichen Fortschritt verantwortungsvoll mitgestalten. Generell führt CSR zu einer höheren Akzeptanz von Unternehmen innerhalb der Gesellschaft.

Die Streichung des Elements der Freiwilligkeit aus der Definition von CSR sowie die Richtlinie 2014/95/EU zur Offenlegung nicht-finanzieller Informationen ordnet der MITTELSTANDSVERBUND ausdrücklich als Nachteil ein.

2. Eigene Initiativen

Unabhängig von der Diskussion über Berichtspflichten nicht-finanzieller Art auf europäischer und nationaler Ebene erarbeitet DER MITTELSTANDSVERBUND seit langem in Zusammenarbeit mit seinen Mitgliedern Initiativen zur Förderung des sozialen Engagements. Die folgenden Initiativen sind weder durch europäische noch durch nationale Maßnahmen veranlasst worden, sondern basieren auf dem eigenen Interesse und Engagement der Unternehmen:

Mittelstand für Energieeffizienz

Mit dem durch die Bundesregierung geförderten Projekt "Mittelstand für Energieeffizienz" sollen die Energiekosten der 230.000 bei dem MITTELSTANDSVERBUND angeschlossenen Unternehmen gesenkt und die CO₂-Emissionen um mindestens 5,7 Millionen kg reduziert werden. Damit werden die Zielerreichung der Nationalen Klimaschutzinitiative der Bundesregierung und des Förderprogramms "Energieberatung im Mittelstand" unterstützt. Mit Energieberatungen durch speziell geschulte Berater werden Schwachstellen und Einsparmöglichkeiten vor Ort im Unternehmen erkannt. Eine erste Potenzialerhebung ist für alle Handels- und Handwerksunternehmen kostenlos. Hierbei besucht der Energieberater den Standort im Vorfeld und informiert über für das Unternehmen wirtschaftlich sinnvolle Möglichkeiten des Programms. Soweit vom Unternehmen gewünscht, erfolgen im Anschluss Detailberatungen. In der Detailberatung wird eine noch tiefergreifende Energieanalyse vor Ort durchgeführt.

Der Erfolg spricht für sich:

- Nahezu 1.300 Unternehmen haben am Projekt teilgenommen, Energieaudits durchgeführt und Förderungen zum energieeffizienten Umbau ihrer Unternehmen vorgenommen.
- Während der Laufzeit des Projektes konnten bislang insgesamt 6599 t CO₂-Emissionen eingespart werden.
- Darüber hinaus hat sich durch die Arbeit am Energieeffizienzprojekt ein enges Netzwerk aus Experten, Unternehmern und Energieberatern entwickelt.
- Zur Verstärkung des Projektes hat DER MITTELSTANDSVERBUND daher eine Dialogplattform aufgebaut. In einem informellen Rahmen können sich die Interessensvertreter daher über die neuesten Entwicklungen, Erfahrungen sowie best practices im Bereich Energieeffizienz austauschen.

Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.mittelstand-fuer-energieeffizienz.de/>

Akademie der Verbundgruppen

Die Akademie der Verbundgruppen – eine Gemeinschaftsinitiative des MITTELSTANDSVERBUNDES und der Akademie Deutscher Genossenschaften – garantiert die lebenslange Weiterqualifizierung des Verbundgruppenpersonals. Durch den Einbezug der Spitzen führender Verbundgruppen sowie renommierter Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Beratung in die Produktentwicklung wird ein höchstmöglicher Praxistransfer und Branchenbezug gewährleistet.

Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.verbundgruppenakademie.de/adv/>

Buy Local

Im Juni 2014 startete die Gemeinschaftsinitiative von MITTELSTANDSVERBUND und BUY LOCAL zur Förderung inhabergeführter Fachgeschäfte aus Einzelhandel und Handwerk. Ziel der Gemeinschaftsinitiative ist es, den Charme und die Vorzüge von inhabergeführten Fachgeschäften stärker ins Bewusstsein von sowohl Gesellschaft als auch Politik zu rücken. Durch oftmals rein auf den Preis reduzierte Onlineangebote multinational agierender Internet- und Konzernunternehmen geraten alteingesessene und leistungsstarke, inhabergeführte Betriebe vor Ort unter Druck. Zunehmender Ladenleerstand bedingt öde Innenstädte, die in vielerlei Hinsicht an Attraktivität verlieren.

Zu diesen Entwicklungen will die Gemeinschaftsinitiative BUY LOCAL positive Gegenakzente setzen. Ein enges Netz zu Experten aus Wissenschaft, Beratung und Praxis sowie gezielte Weiterbildungsangebote sollen sicherstellen, dass die Idee auf vielfältigen Ebenen stetig systematisch weiterentwickelt wird.

Gerade hier zeigt sich, dass der kooperierende Mittelstand bereits viele Aspekte des sozialen Engagements völlig selbstverständlich in seine Unternehmensprofile integriert. Diversität der Gesellschaft, faire Arbeitsbedingungen sowie Aus- und Weiterbildungsangebote sind dabei ebenso Grundvoraussetzung für die Teilnahme an der Gemeinschaftsinitiative wie eine überdurchschnittliche Kundenbetreuung. Gerade letztem Punkt möchte das Bundesministerium der Justiz und Verbraucherschutz zukünftig einem höheren Stellenwert einräumen – für den kooperierenden Mittelstand ist dies bereits ein absolutes Kriterium für Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens.

Weiter Informationen finden Sie unter: <http://www.buylocal.de/startseite/>

Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Wie die Arbeit in den einzelnen Initiativen gezeigt hat, ist insbesondere die lokale Vernetzung der einzelnen Akteure der Initiativen zielführend. Gerade im gemeinsamen Dialog kann so eine höhere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit geschaffen werden.

Der kooperierende Mittelstand ist nicht der einzige Akteur auf diesem Gebiet. Viele lokale und regionale Initiativen versuchen, das soziale Engagement der Unternehmen zu vertiefen.

Ein fehlendes Element ist dabei eine Vernetzung auf Bundesebene. DER MITTELSTANDSVERBUND fordert daher ausdrücklich ein kohärentes Konzept, dass die einzelnen lokalen und regionalen Akteure auch übergreifend zusammenbringt. Nur so können best practices tatsächlich einen Mehrwert für alle Unternehmen bieten.

3. Zu dem Konzept des BMJV im Einzelnen

Die soeben dargestellten Initiativen zeigen, dass der kooperierende Mittelstand bereits in vielfältiger Weise soziales Engagement vorweisen kann. Aus diesem Grund nimmt DER MITTELSTANDSVERBUND zu dem Konzept des BMJV wie folgt Stellung:

Grundsätzliche Herangehensweise

DER MITTELSTANDSVERBUND begrüßt ausdrücklich den im Konzept des BMJV vorgesehenen Ansatz einer „1:1-Umsetzung“. Die gesetzlichen Vorgaben sollten dabei nicht über den Regelungsbereich der Richtlinie 2014/34/EU hinausgehen. Jede zusätzliche Regelung wäre mit einem Mehraufwand für die in Deutschland tätigen Unternehmen verbunden. Zwangsläufig würden sich hieraus auch Wettbewerbsnachteile gegenüber Unternehmen aus anderen EU-Ländern ergeben, deren Umsetzung sich streng an der CSR-Richtlinie orientiert.

Abzudeckende nichtfinanzielle Aspekte

Ein prinzipienorientierter Ansatz ist zu begrüßen. Dies ermöglicht den Unternehmen, weitere Interpretationen von CSR zu entwickeln. Ein zu enger Rahmen würde kontraproduktiv für den kooperierenden Mittelstand wirken.

Erweiterung um Kundenbelange

Die Berücksichtigung von Kundenbelangen liegt im ureigenen Interesse der Unternehmen. Zum einem berichten Unternehmen bereits heute über Kundenbelange, sollten diese für die finanzielle Lage der Unternehmen relevant sein. Zum anderen ist eine kundenorientierte Unternehmensstrategie fester Bestandteil des Selbstverständnisses des kooperierenden Mittelstands. Art und Umfang der Information sollte daher den Unternehmen vorbehalten bleiben. Eine über die bestehenden gesetzlichen Verpflichtungen und die Richtlinie 2014/34/EU hinausgehende Berichtspflicht wird daher abgelehnt.

Inhalt der nichtfinanziellen Berichtspflicht

Den Unternehmen ein möglichst großer Freiraum hinsichtlich des Inhalts der Berichtspflicht belassen werden. Damit würde ein positiver Anreiz für diejenigen Unternehmen geschaffen, deren soziales Engagement nicht stringent unter einzelne Regeln zu subsumieren ist.

Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung

Der vom BMJV gewählte Ansatz, hinsichtlich der Anwendung nationaler oder internationaler Rahmenwerke für die Berichterstattung ein maximales Maß an Flexibilität zu gewährleisten, begrüßt DER MITTELSTANDSVERBUND.

Ein möglichst großer Ermessensspielraum ist Ausdruck sowohl der unternehmerischen Freiheit als auch deren Selbstverantwortung.

Wesentlichkeit

Das BMJV erachtet richtigerweise lediglich einen Bericht über die wesentlichen Elemente sozialen Engagements als sinnvoll. Eine Ausweitung dieses Ansatzes würde zu unnötigen Berichtspflichten und damit zu einer unnötigen bürokratischen Belastung für Unternehmen führen.

Mögliche Beschränkungen der Berichtspflicht

Wie bereits erwähnt, sollten die Berichtspflichten nicht über die Regelungen der Richtlinie hinausgehen. In keinem Fall dürfen auch kleinerer Unternehmen von der CSR-Berichtspflicht betroffen sein.

Art und Ausprägung des gesellschaftlichen Engagements eines Unternehmens sind abhängig von der Unternehmensgröße sowie den Branchen und Märkten, in denen es agiert. Vereinheitlichte Standards oder verbindliche Rahmenvorgaben sind daher für CSR nicht sinnvoll und führen zu unnötigen bürokratischen Belastungen und drohen Innovation und Dynamik im Bereich CSR zu bremsen.

Auch der Kabinettsbeschluss vom 11.12.2014 ist hierzu äußerst deutlich. In Punkt 14 heißt es dort: Unnötige Belastungen für die Wirtschaft sollen vermieden werden.

Betroffenheit von KMU in der Lieferkette

Eine indirekte Betroffenheit von kleinen und mittleren Unternehmen als Teil der Lieferkette ist hingegen auch im Falle einer 1:1 Umsetzung der CSR-Richtlinie unvermeidlich. Es steht zu erwarten, dass Unternehmen von öffentlichem Interesse ihre Berichtspflichten hinsichtlich ihrer Geschäftskontakte direkt auf die an der Lieferkette beteiligten Unternehmen durchreichen werden.

Im Sinne einer Entlastung für mittelständische Unternehmen muss der Bundesgesetzgeber dabei den Unternehmen Unterstützungsleistungen anbieten. Das Bundesjustizministerium erkennt hierbei richtigerweise, dass Orientierungen in Form von best practices hilfreich sein können. In diesem Sinne sollte darüber nachgedacht werden, bestehende Dialogplattformen weiter auszubauen. Wie bereits dargestellt, existieren gerade auf lokaler Ebene eine Vielzahl von formellen und informellen Initiativen. Gleichsam dem föderalen Modell sollte der Bundesgesetzgeber nunmehr diese lokalen Akteure auf einer bundesweiten Plattform weiter vernetzen. Wichtig wäre hierbei ein einheitliches und vor allem konstantes Format. Nur so könnte sich ein entsprechender Austausch etablieren.

Auf der anderen Seite wären die lokalen Akteure viel besser in der Lage, die gefundenen Ergebnisse auf regionaler Ebene zu vermitteln. Aufgrund ihrer engen Kontakte zu den Unternehmen ist eine höhere Akzeptanz auf Unternehmerseite zu erwarten.

Die Regeln zu den Berichtspflichten über Geschäftskontakte müssen zudem die Gefahren- und Verantwortungsverteilung sowie die Ressourcen der Beteiligten an der Lieferkette berücksichtigen. Je enger sich der Rahmen für die berichtspflichti-

gen Unternehmen gestaltet, desto enger wird auch der Rahmen für die Unternehmen in der Lieferkette.

Zudem sind die tatsächlichen Möglichkeiten der Einflussnahme der Unternehmen auf die Zulieferkette sehr unterschiedlich. Dem sollte auch bei der rechtlichen Ausgestaltung Rechnung getragen werden.

Gegenstand und Inhalt der Angaben über Diversität

Die vom Bundesjustizministerium vorgeschlagenen Ansätze gehen bei weitem über das Leistungsvermögen der Unternehmen hinaus. Das Bundesjustizministerium stellt richtigerweise fest, dass die Unternehmen – abgesehen von gesetzlichen Verpflichtungen – frei in ihrer Entscheidung bleiben sollen, wie sich ihre Gremien zusammensetzen.

Überprüfung der Aufgaben

Eine materielle Prüfpflicht der Abschlussprüfer würde einen einheitlichen Standard voraussetzen. Aus den eben genannten Gründen wird ein solcher Ansatz abgelehnt. Eine entsprechende Prüfpflicht sollte daher – wenn überhaupt – formell erfolgen.