

Stellungnahme

Stellungnahme des HDE zum Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten



I. Einleitung

Im Hinblick auf die anstehende Umsetzung der EU-Richtlinie zur Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen vom 22. Oktober 2014 (2013/34/EU – CSR-Richtlinie) hat die Bundesregierung am 21.9.2016 den Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten verabschiedet. Geplant sind Änderungen der Vorschriften des Handelsgesetzbuchs für die Lage- und Konzernberichte bestimmter großer Unternehmen.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels für rund 400.000 selbstständige Unternehmen mit insgesamt drei Millionen Beschäftigten und jährlich 430 Milliarden Euro Umsatz. Der Einzelhandel ist nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland. Der HDE hat 100.000 Mitgliedsunternehmen aller Branchen, Standorte und Größenklassen.

Für die Unternehmen des Einzelhandels haben Fragen der Nachhaltigkeit eine hohe Priorität. Die Einzelhändler nehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst und engagieren sich abhängig von ihrer spezifischen Unternehmenssituation in diesem Punkt auch über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus. Gesellschaftliche Dienstleistungsunternehmen, wie z.B. der Einzelhandel, engagieren sich mit einer Quote von über 70 Prozent überproportional häufig für gesellschaftliche Zwecke (Erster Engagementbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, S. 24). Dabei wird in der Praxis nicht jede Aktivität von den Unternehmen in der Öffentlichkeit kommuniziert. Insbesondere die Maßnahmen kleiner und mittlerer Unternehmen im Interesse des Gemeinwohls bleiben häufig unbeachtet (a.a.O., S. 23). Dabei stehen Unternehmen dieser Größenordnung, die besonders häufig im Einzelhandel anzutreffen sind, in Ihrem Engagement keineswegs hinter ihren großen Wettbewerbern zurück (a.a.O., S. 24).

Besonders viele deutsche Einzelhandelsunternehmen engagieren sich auf freiwilliger Basis traditionell in den folgenden Themenbereichen:

- Gesellschaftliches Engagement – beispielsweise durch Unterstützung der Tafelbewegung;
- Arbeitsbedingungen und Qualifikation der Mitarbeiter in den Handelsunternehmen – beispielsweise durch überdurchschnittliche Ausbildungsleistungen und vielfältige Weiterbildungsaktivitäten;
- Betrieblicher Umweltschutz und effiziente Logistik – beispielsweise durch energieeffizientere Gebäude und Ladeneinrichtungen;
- Verantwortungsvolle Produktpolitik und nachhaltiger Konsum – beispielsweise durch die Förderung gesunder Lebensstile;
- Internationale Lieferkette – beispielsweise durch die Überwachung ausländischer Zulieferer im Blick auf die Einhaltung von Sozialstandards;
- Faire und lautere Wettbewerbsbedingungen – viele Einzelhändler sind Mitglieder der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. und machen sich dort für die Einhaltung der bestehenden Wettbewerbsordnung stark.

Auch im Einzelhandel ist die Zahl der Unternehmen, die über Nachhaltigkeitsaspekte berichten, in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Dies macht deutlich, dass die Unternehmen Fragen der Transparenz auch im Hinblick auf die nachhaltigen Unternehmensstrategien hohe Bedeutung zumessen. Dabei kommunizieren die Unternehmen über ihr gesellschaftliches Engagement abhängig von Ihrer individuellen Situation in



angemessener Weise. Die Kommunikation erfolgt daher bei KMU regelmäßig informeller als bei Großunternehmen. Wegen des direkten Kontaktes zum Kunden hat die Information der Verbraucher im Einzelhandel dabei aber immer einen besonderen Stellenwert. Sie erfolgt auch auf freiwilliger Basis durch Informationen direkt auf dem Produkt (z.B. bei Handelsmarken), im Internet auf den Webseiten der Unternehmen oder im unmittelbaren Kundengespräch über Hotlines oder direkt im Ladengeschäft.

II. Zum Gesetzentwurf im Allgemeinen

Der HDE begrüßt, dass der Gesetzentwurf überwiegend das Ziel einer Richtlinienumsetzung „eins zu eins“ verfolgt. Damit trägt er der Vereinbarung des Koalitionsvertrages (S. 15) weitgehend Rechnung, keinesfalls über die Vorgaben der CSR-Richtlinie hinauszugehen, sondern diese strikt „eins zu eins“ umzusetzen. Unnötige bürokratische Belastungen der Unternehmen durch neue Berichterstattungspflichten sollten unbedingt vermieden werden. Sie würden auch das im Koalitionsvertrag (S. 12, 19) erklärte Ziel der Koalitionsfraktionen konterkarieren, Bürokratie abzubauen und Unternehmen von Informations- und Nachweispflichten zu befreien.

Der HDE erinnert in diesem Zusammenhang auch an den Beschluss der Bundesregierung vom 11.12.2015, dass bei der Umsetzung der CSR-Berichterstattungsrichtlinie die bestehenden Spielräume genutzt werden sollen, um unnötige Belastung für die Wirtschaft zu vermeiden (Beschluss des Bundeskabinetts zur weiteren Entlastung der mittelständischen Wirtschaft von Bürokratie, S. 4, Nr. 14). Mit dieser richtigen Entscheidung wäre eine Erweiterung des Anwendungsbereichs der CSR-Richtlinie nicht vereinbar. Die Berichtspflichten müssen daher – wie im Gesetzentwurf vorgesehen – auf bestimmte große Unternehmen nach der Definition der CSR-Berichterstattungsrichtlinie beschränkt bleiben. Insbesondere der Richtlinien-Schwellenwert von 500 Mitarbeitern darf daher keinesfalls abgesenkt werden. Auch insoweit ist der im Gesetzentwurf gewählte Ansatz zu begrüßen.

Der HDE begrüßt in diesem Zusammenhang, dass nach dem Gesetzentwurf von zwei in der Richtlinie enthaltenen Optionen für die Mitgliedstaaten Gebrauch gemacht werden soll. Richtig ist, dass Unternehmen in Ausnahmesituationen gestattet werden soll, bestimmte nachteilige Informationen in ihren Berichten wegzulassen, wenn dem Unternehmen dadurch erhebliche Nachteile drohen würden. Der HDE befürwortet auch, dass Unternehmen die Informationen in einem gesonderten Bericht darstellen können sollen, wie es einige Unternehmen bereits heute praktizieren. Zudem befürwortet der HDE unter dem Gesichtspunkt der Bürokratievermeidung, dass von der dritten Option, einer Pflicht zur unabhängigen Bestätigung der Inhalte der nichtfinanziellen Angaben, kein Gebrauch gemacht wird.

III. Einzelne Aspekte des Gesetzentwurfs

1. Konkretisierung der nichtfinanziellen Angaben, § 289c Absatz 2 HGB-E

In § 289c Absatz 2 HGB-E werden die nichtfinanziellen Aspekte, auf die sich die Erklärung der Unternehmen beziehen soll, sehr viel detaillierter ausgeführt als in der Richtlinie. Damit geht der Gesetzentwurf über eine Umsetzung „eins zu eins“ hinaus. Aus Sicht des HDE sollte den Unternehmen die Entscheidung über die für sie relevanten Berichtsaspekte überlassen werden. Es ist zwar zu begrüßen, dass der Gesetzentwurf insofern



verbessert worden ist als nur noch Beispiele für Berichtsinhalte genannt werden. Der Referentenentwurf enthielt dagegen noch Detailvorgaben für die einzelnen Belange so dass der Bericht an einen „Checklistenbericht“ angenähert worden wäre. Dennoch plädiert der HDE weiterhin dafür, die Aspekte auf die in der Richtlinie genannten Umweltaspekte, Arbeitnehmerbelange, Sozialbelange, die Achtung der Menschenwürde und die Bekämpfung der Korruption und Bestechung zu beschränken und die Aufzählung von Beispielen für diese Belange ersatzlos zu streichen.

In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass auf europäischer Ebene ein Leitfadens zur Umsetzung der Richtlinie durch die Unternehmen erarbeitet wird, an dem sich die Unternehmen bei der Erfüllung der Berichtspflichten orientieren können. Eine darüber hinausgehende Präzisierung auf nationaler Ebene ist nicht erforderlich und kann zu unterschiedlichen Maßstäben bei der Berichtspflicht in den Mitgliedstaaten führen.

2. Nichtfinanzielle Angaben, insbesondere über Beziehungen in der Lieferkette, § 289c HGB-E

In der Begründung zu § 289c Absatz 3 Nummer 5 HGB-E (S. 47) wird darauf hingewiesen, dass in der öffentlichen Diskussion über die Wahrnehmung verstärkter Verantwortung durch Unternehmen die Lieferkette eine zentrale Rolle spiele. Das berichtspflichtige Unternehmen soll daher darüber informieren, ob es eine Lieferkette eingerichtet hat und bis zu welcher Tiefe der Lieferkette nichtfinanzielle Angaben gemacht werden. Dies soll auf Grund von Erwägungsgrund 8 der Richtlinie 2014/95/EU unter angemessener Berücksichtigung der Größenklasse des Unternehmens in der Lieferkette erfolgen, um KMU innerhalb der Lieferkette einen zu hohen Verwaltungsaufwand zu ersparen.

Zu begrüßen ist, dass davon abgesehen wird, die Berichtspflicht der Unternehmen auf die gesamte Lieferkette auszudehnen. Viele Einzelhändler führen mehrere tausend verschiedene Produkte in ihrem Sortiment. Um ihren Kunden diese Warenvielfalt bieten zu können, arbeiten Einzelhändler mit Großhändlern, Zulieferern, Importeuren und Herstellern zusammen, die über verschiedene Branchen und Kontinente verteilt sein können. Die Formulierung „ob das Unternehmen eine Lieferkette eingerichtet hat“ legt aber nahe, dass Unternehmen regelmäßig die Lieferkette organisieren und kontrollieren. Dies ist im Einzelhandel regelmäßig jedoch nicht der Fall. Lediglich bei einigen großen Unternehmen kann dies für einige Produkte, die unter eigener Marke produziert werden, angenommen werden. Selbst in Bezug auf diese Produkte bestehen in der Regel lediglich Geschäftsbeziehungen nur bis zu vorgelagerten Stufe. Es ist stark vom Einzelfall und von der Marktmacht des Unternehmens abhängig, ob Informationen über die davor gelagerte noch erlangt werden können. Es würde für Handelsunternehmen eine unverhältnismäßige Belastung darstellen, diese Abläufe abzubilden, zu bewerten und dann darüber zu berichten. Angesichts der Komplexität der Lieferketten für viele Produkte würde der zu erbringende Aufwand den möglichen Mehrwert bei weitem übersteigen. Zusätzlich hätte eine Ausweitung auf die gesamte Lieferkette zur Folge, dass KMU ihren Abnehmern Daten zur Erfüllung der Berichtspflicht liefern müssten und somit indirekt doch unter die Regelung fallen würden. Bei Produkten, die aus mehreren Einzelpositionen gefertigt werden (z.B. Textilien mit Reisverschluss, Knöpfen etc.) werden die Informationen über die jeweilige Vorstufe in der Regel als Betriebsgeheimnis behandelt und nicht kommuniziert. Daher ist es für den Verkäufer eines Markenproduktes in der Regel kaum möglich, Informationen über die jeweiligen vorgelagerten Produktionsstufen zu erhalten. Von einer Ausweitung der Berichtspflicht auf die gesamte Lieferkette ist daher unter allen Umständen abzusehen.



Angesichts der oben bereits erwähnten Vielzahl an Produkten und sehr unterschiedlichen Lieferketten im Einzelhandel können allenfalls allgemeine Aussagen getroffen werden – zumal die Größe der Unternehmen der Lieferkette auf deren jeweiligen Stufen sehr unterschiedlich sein kann.

3. Diversität von Aufsichts-, Leitungs- und Kontrollgremien, §§ 289c Absatz 4, 315c HGB-E

Richtig ist, dass auch im Hinblick auf die Diversität von Aufsichts-, Leitungs- und Kontrollgremien eine Umsetzung der CSR-Berichterstattungsrichtlinie „eins zu eins“ erfolgt und den Unternehmen die Möglichkeit des „comply or explain“ gemäß Art. 20 Abs. 1 lit. g Satz 2 der Richtlinie eingeräumt wird. Es sollte jedoch unbedingt sichergestellt werden, dass Doppelberichtspflichten im Zusammenhang mit dem Gesetz für eine gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern in Führungspositionen unbedingt vermieden werden.

Abschließend weisen wir darauf hin, dass eine Kausalität zwischen einem durch Vielfalt geprägten Leitungsgremium und einer erfolgreichen Unternehmensführung nicht nachweisbar ist. Auch die EU-Kommission hat in ihrer Folgenabschätzung keine Belege für diese These vorgelegt und lediglich auf eine Korrelation hingewiesen.

4. Kein einheitliches Rahmenwerk für die Berichterstattung, §§ 289d, 315c Absatz 3 HGB-E

Der HDE begrüßt, dass den Unternehmen nach dem Gesetzentwurf Flexibilität bei der Entscheidung über die Anwendung konkreter Rahmenwerke eingeräumt werden soll. Auf die Vorgaben eines konkreten Rahmenwerks zur Erfüllung der Berichtspflichten wird richtigerweise verzichtet. Dieser flexible Ansatz sollte auch langfristig verfolgt werden. Kritisch ist daher zu sehen, dass in der Begründung zu § 289c Absatz 3 HGB-E die Position vertreten wird, dass Kapitalgesellschaften langfristig erwägen sollten, sich für eine Berichterstattung auf der Grundlage eines oder mehrerer anerkannten Rahmenwerke zu entscheiden (S. 44 Mitte). Die Art der Erfüllung der gesetzlichen Pflichten sollte schon aus grundsätzlichen Erwägungen den Unternehmen überlassen bleiben.

5. Vermeidung von Doppelberichtspflichten, §§ 289b Absatz 2, 315b Absatz 2 HGB-E

Der HDE unterstützt die Regelung, dass bei der Berichterstattung von Konzernen eine Konzentration auf das Mutterunternehmen ermöglicht wird und Tochterunternehmen von den Berichtspflichten freigestellt werden. Damit sollen Doppelberichtspflichten vermieden werden. Durch die Zusammenfassung der Informationen in einem Bericht für den gesamten Konzern kann sinnvoll administrativer Aufwand eingespart werden, ohne dass in der Praxis Informationsdefizite entstehen.



6. Möglichkeit einer separaten nichtfinanziellen Berichterstattung, §§ 289b Absatz 3, 315b Absatz 3 HGB-E

Praxisgerecht ist auch die in § 289b Absatz 3 und § 315b Absatz 3 HGB-E geplante Erlaubnis, anstelle einer Erklärung im Lagebericht einen gesonderten nichtfinanziellen Bericht zu erstellen, welcher der Öffentlichkeit mit dem Lagebericht oder separat auf der Internetseite des Unternehmens innerhalb von sechs Monaten ab dem Bilanzstichtag zur Verfügung gestellt werden muss, wie es die Richtlinie 2014/95/EU vorsieht. Diese Möglichkeit trägt dem Umstand Rechnung, dass die notwendigen Daten bei den Unternehmen häufig nicht zu einem konkreten Stichtag vorliegen und räumt den Unternehmen bei der Berichterstattung die notwendige Flexibilität ein.

7. Keine inhaltliche Prüfung nichtfinanzieller Angaben, §§ 289b Absatz 4, 317 Absatz 2 Satz 4 HGB-E

Schließlich wird begrüßt, dass auf eine Pflicht zur inhaltlichen Prüfung der nichtfinanziellen Angaben im Gesetzentwurf verzichtet wird. Eine entsprechende Prüfpflicht ist europarechtlich nicht geboten. Richtigerweise wird anerkannt, dass eine Prüfung der nichtfinanziellen Angaben in der Praxis kaum in gleicher Weise möglich ist, wie dies im Rahmen der handelsrechtlich vorgegebenen Abschlussprüfung erfolgt. Entsprechende Zielvorgaben wären daher in der Praxis von den Prüfern auch tatsächlich nicht zu realisieren. Aus Gründen der Ehrlichkeit und um die Unternehmen bzw. die Prüfer nicht mit unerfüllbaren gesetzlichen Vorgaben zu konfrontieren, ist es richtig, auf eine solche Pflicht zur unabhängigen Prüfung der nichtfinanziellen Angaben zu verzichten.

8. Bußgeldrahmen

Der HDE hält die vorgeschlagene Erhöhung des Bußgeldrahmens von 50.000 € auf bis zu 10.000.000 € sowie die vorgeschlagenen umsatz- und gewinnbezogenen Geldbußen für nicht verhältnismäßig. Die Erhöhung des Bußgeldrahmens von 50.000 € auf 10.000.000 € würde eine Steigerung auf das 200-fache des bisherigen Bußgeldrahmens bedeuten. Die vorgeschlagene Erhöhung sollte daher ganz entfallen oder zumindest stark reduziert werden.

IV. Keine Einbeziehung von Belangen von Verbraucherinnen und Verbrauchern als Vertragspartner des berichtspflichtigen Unternehmens

Der HDE begrüßt, dass die Bundesregierung darauf verzichtet hat, über die Vorgaben der Richtlinie 2014/95/EU hinaus die Berichterstattung nach § 289c Absatz 2 HGB auch auf die Belange von Verbraucherinnen und Verbrauchern als Vertragspartner des berichtspflichtigen Unternehmens auszuweiten. Dabei sollte es unbedingt bleiben.

Eine solche Erweiterung der Berichtspflichten der EU-Richtlinie widerspräche der generellen Zielsetzung der Koalitionsfraktionen, europäisches Recht strikt „eins zu eins“ umzusetzen. Sie lassen sich auch nicht mit dem



konkreten Beschluss der Bundesregierung vereinbaren, bei der Umsetzung der CSR-Berichterstattungsrichtlinie nicht über die europäischen Vorgaben hinauszugehen. Insbesondere ist kein sachlicher Grund zu erkennen, warum eine Abweichung von diesem Grundsatz und eine Erweiterung der Gegenstände der Berichtspflichten in Bezug auf die Verbraucherbelange erforderlich und damit gerechtfertigt sein sollten. Eine Erweiterung der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren, die für die Geschäftsentwicklung relevant sind und über die daher berichtet werden muss, ist nicht erforderlich und bedarf keiner Ergänzung.

Zudem würde eine an der spezifischen Unternehmenssituation orientierte Berichterstattung durch eine Erweiterung der Berichtsgegenstände auch auf Belange der Verbraucherinnen und Verbraucher als Vertragspartner des berichtspflichtigen Unternehmens immer problematischer. Die Berichtspflicht würde auf diese Weise nämlich einem „Checklistenbericht“ angenähert. Die erwogene Erweiterung der Berichtspflichten wäre auch nicht mit dem deutschen Rechnungslegungsstandard 20 vereinbar, nach dem über Kundenbelange nur berichtet werden muss, wenn diese zur internen Steuerung verwendet werden. Die geplante Erweiterung würde auch den Rahmen der Berichterstattung sprengen, da es sich bei den Verbraucherbelangen um einen unbestimmten Begriff handelt, der sehr weit ausgelegt werden kann. Gerade im Einzelhandel ist die Kommunikation mit dem Kunden so vielfältig und unternehmensspezifisch gestaltet, dass die Erfüllung einer entsprechenden Berichtspflicht die Unternehmen vor erhebliche praktische Probleme stellen würde.

Die große Vielfalt und Komplexität der engagierten Unternehmen und ihrer CSR-Aktivitäten kann durch eine einheitliche Offenlegungspflicht nicht widerspiegelt werden. Ein regional agierendes Einzelhandelsunternehmen sieht sich zu Recht anderen Erwartungen bzgl. der Transparenz ausgesetzt, als dies z.B. bei einem internationalen Bergbauunternehmen der Fall wäre. Ein einheitlicher verbindlicher Rahmen für die Berichterstattung erschwert somit die Bemühungen der Unternehmen, ihre freiwilligen Aktivitäten zielgruppengerecht zu kommunizieren.

Den Unternehmen stellt sich in dem Zusammenhang die Frage, an welche Zielgruppe sich die offenzulegenden Informationen überhaupt richten sollen. Aus Erfahrung sind CSR- oder Nachhaltigkeitsberichte kein geeignetes Instrument, um maßgebliche Informationen an Kunden des Einzelhandels zu vermitteln. Außerdem sind Kunden in der Regel eher daran interessiert, Informationen über ein bestimmtes Produkt zu erhalten, anstelle von Informationen zum Unternehmen, bei dem sie dieses Produkt erwerben können. Der Versuch, dem Kunden eine Vergleichbarkeit der Unternehmen anhand der Jahresberichte zu ermöglichen, wird vom Einzelhandel als unnötig und daher sehr kritisch eingeschätzt. Die Informationen in Jahresberichten sind stark vereinfacht und verkürzt, z.B. in Form von KPIs, so dass sie sich nicht zur Kommunikation von Inhalten an den Verbraucher eignen.

Angesichts der bestehenden datenschutzrechtlichen Informationspflichten (§ 34 BDSG) ist auch keine Erfordernis zu erkennen, darüber hinaus eine generelle aktive Berichtspflicht der Unternehmen über die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben einzuführen. Entsprechende Berichtspflichten sind auch wegen der bestehenden und funktionierenden staatlichen Datenschutzaufsicht flankiert durch neue Möglichkeiten der privaten Rechtsdurchsetzung und die im Zuge der EU-Datenschutzgrundverordnung geplante Einführung einer verpflichtenden Risikoanalyse der Unternehmen aus Sicht des HDE vollständig überflüssig.

Auch den in der Diskussion erwähnten Aspekte der Datensicherheit wird bereits heute in hohem Maße Rechnung getragen. Erst im vergangenen Jahr ist das IT-Sicherheitsgesetz in Kraft getreten. Damit ist eine Verpflichtung der Diensteanbieter in das Telemediengesetz aufgenommen worden, sicherzustellen, dass kein



unerlaubter Zugriff auf die für ihre Telemedienangebote genutzten technischen Einrichtungen möglich ist und diese gegen Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten gesichert sind. Die hierfür jeweils verwendeten Vorkehrungen müssen den Stand der Technik berücksichtigen. Aus Sicht des HDE bietet eine Berichtspflicht über die Einhaltung der bestehenden gesetzlichen Verpflichtungen keinen Mehrwert.

Das gleiche gilt für die Informationen darüber, inwieweit Unternehmen an Verbraucherschlichtungsverfahren teilnehmen. Insoweit besteht gemäß § 36 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz eine Informationspflicht der Unternehmen. Das Gesetz wurde am 25.2.2016 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht (BGBl. I, Nr.9, S.251 ff.) und ist erst am 1.4.2016 in Kraft getreten. Ein Bedarf für eine weitere Regelung zum gleichen Gegenstand besteht nicht.

Im Hinblick auf die Angaben zum Beschwerdemanagement erlauben wir uns, auf die vom Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des HDE erstellte Studie „Gewährleistungsrechte in der Praxis“ hinzuweisen. Diese beruht auf einer Repräsentativbefragung der Bevölkerung ab 16 Jahren, die in Face-to-Face-Interviews durchgeführt wurde. Danach sind die Verbraucherinnen und Verbraucher zu 89 Prozent mit den Handelsunternehmen bei der Geltendmachung von Gewährleistungsrechten zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Dies beruht darauf, dass sich die Einzelhandelsgeschäfte unabhängig von der Vertriebsform nach den Erfahrungen der Verbraucher fast immer (90 Prozent) direkt um das Anliegen der Kunden kümmern und die Produkte zurücknehmen oder umtauschen. Eine Notwendigkeit für gesetzliche Berichtspflichten über das Beschwerdemanagement der Unternehmen besteht danach jedenfalls für den Einzelhandel nicht. Die vollständigen Ergebnisse der Studie stehen unter http://www.einzelhandel.de/images/publikationen/Studie_Gewahrleistungsrechte.pdf zur Verfügung.

Zu betonen ist außerdem das hohe eigene Interesse der Unternehmen des Einzelhandels, gute Kontakte und Beziehungen zu den Verbrauchern zu pflegen. Im scharfen Wettbewerb zwischen den Unternehmen sind diese existenziell von guten Beziehungen zu den Konsumenten abhängig. Eine hohe Kundenzufriedenheit ist im Einzelhandel daher Voraussetzung für ein erfolgreiches Geschäftsmodell.

Die Unternehmen sollten auch in Zukunft die Möglichkeit haben, im eigenen Interesse zu entscheiden, in welcher Form und in welchem Umfang sie transparent über die Kundenbelange informieren wollen. Eine gesetzliche Verpflichtung würde diese Berichterstattung unnötig formalisieren und administrative und wirtschaftliche Belastungen zu Lasten der Unternehmen auslösen. Auf eine Einbeziehung der Verbraucherbelange in die Berichtspflichten sollte daher unbedingt weiterhin verzichtet werden.

V. Zusammenfassung

Der HDE begrüßt, dass der Gesetzentwurf überwiegend das Ziel einer Richtlinienumsetzung „eins zu eins“ verfolgt. Soweit dieses wichtige Ziel, das bereits im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD für die laufende Legislaturperiode verankert ist (S.15), noch nicht erreicht wird, sollte der Gesetzentwurf nachgebessert werden. Dies betrifft insbesondere die Präzisierung der nichtfinanziellen Aspekte in § 289c Absatz 2 HGB-E. Die vorgeschlagene Erhöhung des Bußgeldrahmens von derzeit 50.000 € auf 10.000.000 € ist nicht angemessen und sollte daher entfallen oder zumindest deutlich reduziert werden.



Der HDE begrüßt, dass die Bundesregierung von einer Einbeziehung von Belangen der Verbraucherinnen und Verbraucher als Vertragspartner des berichtspflichtigen Unternehmens abgesehen hat. Dabei sollte es unbedingt bleiben. Denn eine Ausweitung der Berichtspflichten auf die Verbraucherbelange wäre weder mit dem Koalitionsvertrag noch mit dem Beschluss der Bundesregierung vom 11.12.2015 zu vereinbaren, wonach bei der Umsetzung der CSR-Berichterstattungsrichtlinie die bestehenden Spielräume genutzt werden sollen, um unnötige Belastung für die Wirtschaft zu vermeiden (Beschluss des Bundeskabinetts zur weiteren Entlastung der mittelständischen Wirtschaft von Bürokratie, S. 4, Nr. 14). Die erwogene Einbeziehung von Verbraucherbelangen steht auch nicht im Einklang mit dem deutschen Rechnungslegungsstandard 20, nach dem über Kundenbelange nur berichtet werden muss, wenn diese zur internen Steuerung verwendet werden. Umfangreiche datenschutzrechtliche Informationspflichten und Aspekte der IT-Sicherheit sind heute bereits im Bundesdatenschutz- und Telemediengesetz geregelt. Über die Teilnahme an Verbraucherschlichtungsverfahren haben Unternehmen gemäß § 36 VSBG zu informieren. Neuer Berichtspflichten bedarf es schon aus diesem Grunde nicht. Zudem ist aus Erfahrungen mit heute schon veröffentlichten CSR- oder Nachhaltigkeitsberichten bekannt, dass diese – jedenfalls im Einzelhandel – kaum geeignet sind, um Kundeninformationen zu transportieren.

Berlin, 13.12.2016