



Betriebs Berater

37 | 2021

GmbH-gebV ... Distressed M&A ... Krypto-Assets ... ESG ... Lieferketten ... Recht ... Wirtschaft ... 13.9.2021 | 76. Jg. Seiten 2113–2176

DIE ERSTE SEITE

Prof. Dr. Dr. h.c. Manfred Löwisch, RA

Disziplinierung der GDL gescheitert – Was kann das Tarifeinheitsgesetz leisten?

WIRTSCHAFTSRECHT

Prof. Dr. Hans-Jörg Fischer, RA/FAHaGesR/StB/FAStR

Die GmbH mit gebundenem Vermögen als eine mögliche neue Rechtsform für den Mittelstand | 2114

Dr. Björn Biehl, RA, und **Jan Axel Jost**, LL.M., RA

Übertragende Sanierung – Chancen und Risiken für Investoren | 2118

Dr. Timo Fiebelkorn, LL.M., Notarassessor

Der nicht geschäftsführungsbefugte persönlich haftende Gesellschafter der KGaA im Lichte der auf die Vermeidung von Interessenkonflikten zielenden Regelungen | 2123

STEUERRECHT

Dipl.-Betriebsw. (FH) **Oliver Christian Schroen**, M.A., StB

Besteuerungsmöglichkeit von Veräußerungsgeschäften mit sog. „Krypto-Assets“ nach § 23 EStG i.V. m. § 39 AO – Teil I | 2133

Jan Finke, RA/FAStR

Die konsolidierte Schadensbetrachtung nach dem Urteil des BGH vom 1.10.2020 – Ein Ausblick auf die Folgen für die Haftung steuerlicher Berater | 2141

BILANZRECHT UND BETRIEBSWIRTSCHAFT

Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung (AKEU) und Arbeitskreis Integrated Reporting und Sustainable Management (AKIR) der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e. V.

Integration von ESG-Aspekten in die Unternehmenssteuerung und -berichterstattung | 2153

Prof. Dr. Ute Merbecks

Corporate Digital Responsibility: neue Herausforderungen für die nichtfinanzielle Berichterstattung | 2159

ARBEITSRECHT

Dr. Justus Frank, LL.M., Maître en droit, RA, **Golo Edel**, RA, Dipl.-Jur. **Maurice Heine** und Dipl.-Jur. **Nils Heine**

Pionierarbeiten in der Lieferkette – Praxisfolgen für das Handels- und Arbeitsrecht (Teil I) | 2165

Prof. Dr. Ute Merbecks

Corporate Digital Responsibility: neue Herausforderungen für die nichtfinanzielle Berichterstattung

Im Juni 2021 wurde der deutsche Corporate-Digital-Responsibility-Kodex vom Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz in Kooperation mit der Corporate-Digital-Responsibility-Initiative veröffentlicht. Corporate Digital Responsibility zielt auf den unternehmerisch verantwortungsvollen Umgang mit den Möglichkeiten und den Herausforderungen der Digitalisierung gegenüber allen Stakeholdern. Die den Kodex unterzeichnenden Unternehmen verpflichten sich zur Beachtung der kodifizierten Prinzipien und zur Berichterstattung über die Wahrnehmung digitaler Verantwortung. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung zeigt der nachfolgende Beitrag auf, in welcher Weise Informationen über Corporate Digital Responsibility grundsätzlich in die nichtfinanzielle Berichterstattung deutscher Unternehmen eingebunden werden können. Außerdem werden die Ergebnisse einer Analyse zur nichtfinanziellen Berichterstattung über Corporate Digital Responsibility präsentiert.

I. Digitalisierung und unternehmerische Verantwortung

1. Digitalisierung

Die mit der Digitalisierung einhergehenden Veränderungsprozesse stellen unternehmerische und politische Entscheidungsträger vor große Herausforderungen. In der ersten Phase der Digitalisierung (vgl. Abbildung 1, rechts) wurde der Begriff der Digitalisierung zunächst für innovative Entwicklungen in der Informations- und Kommunikationstechnik verwendet.¹ Im englischen Sprachraum wird diese Phase als Digitization bezeichnet. In der zweiten Entwicklungsphase der Digitalisierung (vgl. Abbildung 1, mittig) treten mit der Nutzungs- und der Anwendungsdimension zwei weitere Dimensionen hinzu.² Mit der Nutzungsdimension werden erstens gesellschaftliche Veränderungsprozesse erfasst, die zu einer breiten Akzeptanz der durch den Einsatz digitaler Technologien entstehenden Produkt- und Service-Innovationen führen. Mit der Anwendungsdimension werden zweitens die durch rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen verbesserten Möglichkeiten zur Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien im Unternehmen erfasst.

Aufbauend auf diesen Überlegungen umschreibt „digitale Transformation“ den Prozess der erfolgreichen Anpassung eines Unternehmens an die drei Dimensionen der Digitalisierung. Die Transformation des Geschäftsmodells erfolgt durch Nutzung digitaler Potenziale

unter Berücksichtigung ihrer Wechselwirkungen auf allen Stufen der unternehmerischen Wertschöpfungsstrukturen.³ Diese digitale Transformation von Geschäftsmodellen wurde aufgrund der damit verbundenen ökonomischen und gesellschaftlichen Chancen zunächst überwiegend positiv aufgenommen. Zwischenzeitlich wächst die Besorgnis der Verbraucher vor einem leichtfertigen Umgang mit den gewonnenen Daten. Die mit der Digitalisierung verbundenen Risiken werden in der gesellschaftlichen Debatte adressiert.⁴

Deshalb rückt in der dritten Entwicklungsphase der Digitalisierung (vgl. Abbildung 1, rechts) neu die Forderung nach einem verantwortungsvollen Umgang mit den Möglichkeiten der Digitalisierung in den Mittelpunkt (corporate digital responsibility). Neben der Europäischen Union mit ihren konkreten Regulierungsinitiativen (z.B. aktuell der Vorschläge zur Regulierung der Artificial Intelligence⁵) hat sich deshalb in Deutschland das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) dieser Herausforderung angenommen. Bisher appelliert das BMJV an die Eigenverantwortlichkeit der Unternehmen: Im Rahmen der im Mai 2018 gestarteten Corporate-Digital-Responsibility-Initiative beschäftigte sich zunächst eine aus dem Ministerium und einigen Unternehmen bestehende kleine Arbeitsgruppe mit den ethischen Herausforderungen digitaler Innovationen.⁶ Dieser Teilnehmerkreis wurde sukzessi-

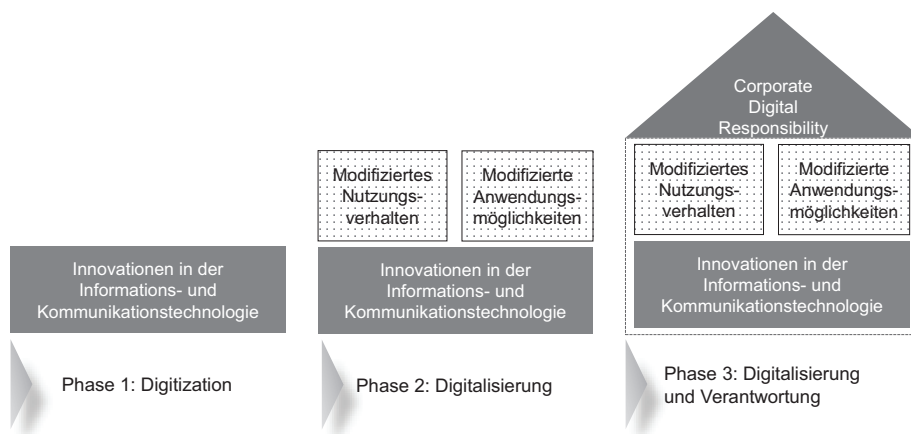


Abbildung 1: Entwicklungsphasen der Digitalisierung (Quelle: eigene Abbildung)

1 Weiterführend vgl. Bockschecker/Hackstein/Baumöl, AISeL Research Papers 2018/43, 7–9.
 2 Vgl. Baumöl/Bockschecker, Controlling 2018, 4–11.
 3 Vgl. Baumöl, Controlling 2016, 231, und Baumöl/Bockschecker, in: Ulrich/Baltzer (Hrsg.), Wertschöpfung in der Betriebswirtschaftslehre, 2019, S. 145–166.
 4 Vgl. Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik (Hrsg.), Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020; Deutschland sicher im Netz e.V. (Hrsg.), DsIN Sicherheitsindex 2020, abrufbar unter <https://www.sicher-im-netz.de/file/12391/download?token=tCGSlgdf> (Abruf: 23.8.2021).
 5 Vgl. Benjamin u. a., What the draft European Union AI regulations mean for business, 10.8.2021, abrufbar unter <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/what-the-draft-european-union-ai-regulations-mean-for-business> (Abrufdatum: 23.8.2021).
 6 Weitere Details sind abrufbar unter <https://cdr-initiative.de/> (Abruf: 23.8.2021).

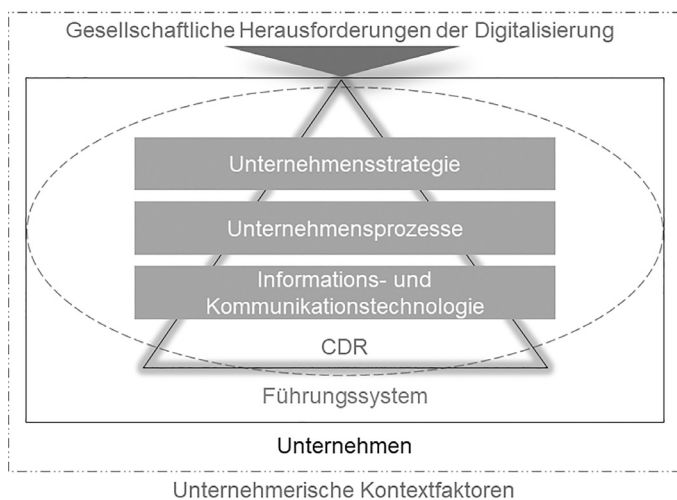


Abbildung 2: Modellhafte Konkretisierung von CDR als Unternehmenskonzept
(Quelle: eigene Abbildung)

ve um Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Wirtschaft erweitert und der Fokus auf die Entwicklung von Leitlinien und Handlungsempfehlungen zur Übernahme von unternehmerischer Verantwortung im digitalen Zeitalter gelegt. Im Sommer 2021 wurde mit der Präsentation eines Kodex zur Corporate Digital Responsibility ein wichtiger Meilenstein erreicht.⁷ Der Kodex listet konkrete Prinzipien und Handlungsfelder auf. Die auf der Website namentlich als Unterzeichner des Kodex genannten Unternehmen werden in diesem Beitrag im Rahmen einer Fallstudie näher analysiert: Deutsche Telekom, HEAG Holding AG, ING Deutschland, Otto Group, Telefónica Deutschland und Zalando.⁸ Gegenstand der Untersuchung ist eine Analyse der nichtfinanziellen Berichterstattung über Corporate Digital Responsibility.

2. Corporate Digital Responsibility

Der Begriff der Corporate *Digital* Responsibility (CDR) hat sich seit dem Jahr 2015 aus der Praxis heraus entwickelt⁹ und weist Ähnlichkeiten zum Konzept der Corporate *Social* Responsibility (CSR) auf.¹⁰ CSR ist infolge der Nachhaltigkeitsdebatte zu einem festen Bestandteil der Unternehmenspraxis geworden: Unternehmen übernehmen freiwillig Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung in verschiedenen Bereichen.¹¹ Als Instrument zur Information über entsprechende Aktivitäten hat sich zudem der sog. Nachhaltigkeitsbericht (sustainability report) international etabliert.

In der dritten Phase der Digitalisierung (vgl. Abbildung 1 auf S. 2159) steht die gesellschaftliche Debatte über die Herausforderungen der mit der Digitalisierung einhergehenden Transformationsprozesse im Fokus. Als neuer Kontextfaktor führt sie zu Veränderungsprozessen im Unternehmen und bildet einen weiteren Bereich, in dem Unternehmen freiwillig gesellschaftliche Verantwortung übernehmen müssen.¹² Dementsprechend wird CDR hier als unternehmerisches Konzept zur Reaktion auf diese Veränderung im Unternehmensumfeld verstanden (vgl. Abbildung 2).¹³ CDR umfasst in einer handlungsorientierten Definition alle Aktivitäten zum unternehmerisch verantwortungsvollen Umgang mit den gesellschaftlichen Herausforderungen der Digitalisierung gegenüber allen Stakeholder-Gruppen.¹⁴

Die mit dem Konzept der CDR verbundenen unternehmensinternen Anpassungsprozesse können basierend auf dem in Abbildung 2 präsentierte Unternehmensmodell wie folgt systematisiert werden:

- *Anpassung der Unternehmensstrategie:* Als Reaktion auf den allgemein-philosophischen Austausch¹⁵ zu den ethischen Grundlagen eines verantwortungsvollen Umgangs mit den Herausforderungen der digitalen Transformation bewirkt CDR eine Veränderung im Wertesystem von Unternehmen.¹⁶ In der Automobilbranche beispielsweise stellt das automatisierte und vernetzte Fahren die Unternehmensverantwortlichen vor zahlreiche Herausforderungen.¹⁷ Viele Unternehmen beschäftigen sich folglich aktuell mit der Entwicklung einer CDR-Konzeption.¹⁸ Eine Orientierungshilfe hierfür bilden die im CDR-Kodex konkret benannten Prinzipien.¹⁹ Die Übernahme digitaler Verantwortung schlägt sich darüber hinaus in der Ableitung von konkreten Zielvorgaben für die weitere strategische Ausrichtung von Unternehmen nieder.²⁰
- *Durchführung konkreter Maßnahmen zur Anpassung der internen Prozesse und des Führungssystems:* Anpassungen im normativen Rahmengerüst des Unternehmens bilden idealtypisch die Grundlage für die Anpassung der Geschäftsprozesse, der diese unterstützenden Informations- und Kommunikationstechnologien sowie des Führungssystems. In der Textilindustrie werden beispielsweise konkrete Maßnahmen für eine verantwortungsvolle Digitalisierung der Wertschöpfungsstrukturen diskutiert.²¹ Für die Systematisierung der CDR-Aktivitäten benennt der CDR-Kodex fünf konkrete Handlungsfelder: Umgang mit Daten, Bildung, Klima- und Ressourcenschutz, Mitarbeitenden-Einbindung und Inklusion.²² Allerdings haben sich bisher noch keine Standards zur konkreten Ausgestaltung des unternehmensinternen CDR-Managements herausgebildet. Im Vergleich zu den zahlreichen Veröffentlichungen im Bereich CSR fehlt es an breiter anwendungsorientierter Forschung.²³

7 Der Kodex ist abrufbar unter <https://cdr-initiative.de/kodex> (Abruf: 23.8.2021).

8 Abrufbar unter <https://cdr-initiative.de/initiative> (Abruf: 23.8.2021).

9 Für einen Überblick vgl. *Esselmann u. a.* (Zentrum Digitalisierung Bayern), Corporate Digital Responsibility, März 2020, abrufbar unter https://zentrum-digitalisierung.bayern/wp-content/uploads/ZD.B-Positionspapier_Final_web.pdf (Abruf: 23.8.2021).

10 Vgl. stellvertretend für viele *Schneider/Schmidpeter*, Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, 2. Aufl. 2015.

11 Kritisch hierzu *Goldenstein*, Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu) 2018, 74–102.

12 Vgl. *Lankoski/Smith*, Corporate Responsibility Meets the Digital Economy, Insead Working Paper 2021/23/ATL, S. 2–10; *Sun*, University of Miami Law Review 2020, 898–963; *Müller/Andersen*, zfwu 2019, 259–263, und *Filipovic*, Communicatio Socialis 2015, 6–15.

13 Zur Definition von CDR als Handlungsverantwortung vgl. auch *Broock*, in: Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik, Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020, S. 87–95.

14 Für einen Überblick über verschiedene weitere Definitionen vgl. *Lobschat u. a.*, Journal of Business Research 2021, 875–888; *Herden u. a.*, NachhaltigkeitsManagementForum 2021, 1–17; *Filipovic/Altmeppen*, in: Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik (Hrsg.), Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020, S. 202 f.

15 Eine Zusammenfassung des Diskussionsstands findet sich bei *Uhl*, in: Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik (Hrsg.), Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020, S. 65–71; ferner *Schliesky*, NJW 2019, 3692–3697; *Müller/Andersen* (Fn. 12), 261–263; *Böhm*, zfwu 2019, 50–175; *Müller/Andersen*, Warum wir uns mit Digitaler Ethik beschäftigen sollten – Ein Denkmuster, 2017, abrufbar unter <https://initiativ.ed21.de/publikationen/denkimpulse-zur-digitalen-ethik> (Abrufdatum: 23.8.2021), S. 5–6.

16 Zur Systematisierung der grundlegenden Fragestellungen vgl. *Lankoski/Smith* (Fn. 12), S. 11–20.

17 Vgl. *Gründinger*, in: Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik, Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020, S. 23–27.

18 Vgl. *Wirtz u. a.*, Corporate Digital Responsibility at the Dawn of the Digital Service Revolution, 2021; *PWC* (Hrsg.), Digitale Ethik, Orientierung, Werte und Haltung für eine digitale Welt, 2020; *Thorun/Kettner/Merk*, Ethik in der Digitalisierung: Der Bedarf für eine Corporate Digital Responsibility, 2018, S. 1–4.

19 Vgl. BMJV (Hrsg.), CDR-Kodex 2021, S. 5.

20 Vgl. *Dörr*, Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility, 2020, S. 121–127; ferner *Lischka*, Marktorientierte Unternehmensführung und gesellschaftliche Verantwortung, 2020, S. 15–39, und *Orbik/Zozilakova*, Management Systems in Production Engineering 2019, 79–83.

21 Vgl. *Drinkuth/Hahler*, in: Bertelsmann Stiftung/Wittenberg-Zentrum für globale Ethik, Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel, 2020, S. 231–238.

22 Vgl. BMJV (Fn. 19), S. 5–9.

23 Hierzu und zu weiteren offenen Forschungsfragen im Bereich CDR sehr deutlich *Lobschat u. a.* (Fn. 14), 886. Zu entsprechenden Standards im CSR-Management vgl. *Gawenko*, Die

In Deutschland sollen Unternehmen bisher freiwillig Verantwortung für die mit der digitalen Transformation einhergehenden gesellschaftlichen Herausforderungen übernehmen. Diese Selbstverpflichtung kann nur Wirkung zeigen, wenn Stakeholdern Informationen über die Durchführung entsprechender Maßnahmen im Rahmen der Unternehmenskommunikation bereitgestellt werden.²⁴ CDR-Berichterstattung bildet damit zukünftig einen weiteren wichtigen Bestandteil der Investor Relations von Unternehmen.²⁵ Verbraucher können über Social-Media-Kanäle und über die Website des Unternehmens informiert werden.²⁶ Zur Fundierung der Entscheidungsprozesse von Finanzmarktteilnehmern hingegen werden entsprechende Informationen im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung zur Verfügung gestellt.²⁷

II. Ausgestaltung der nichtfinanziellen Berichterstattung über Corporate Digital Responsibility

1. Berichtsformate

Nichtfinanzielle Informationen über CDR können in Deutschland jährlich entweder aufgrund von verpflichtenden Rechnungslegungsvorschriften zur Verfügung gestellt werden oder in freiwillig publizierten Berichten veröffentlicht werden. In Umsetzung der europäischen CSR-Richtlinie²⁸ haben deutsche börsennotierte Unternehmen, die bestimmte Größenkriterien erfüllen, seit dem 1.1.2017 in Ergänzung zum Jahresabschluss nach Handelsgesetzbuch (HGB) eine nichtfinanzielle Erklärung zu erstellen.²⁹ Da die Auflistung möglicher Inhalte der nichtfinanziellen Erklärung entsprechend dem Wortlaut gerade nicht abschließend sein soll, kann hier systematisch und standardisiert auch über CDR berichtet werden.³⁰ Der zur Revision der ersten Richtlinie vorliegende Vorschlag der EU-Kommission vom 21.4.2021 für eine Richtlinie zum Corporate Sustainability Reporting (CSRD-E) schlägt zwar eine Erweiterung des Kreises der berichtspflichtigen Unternehmen vor, verzichtet aber auf eine Adressierung der gesellschaftlichen Herausforderungen der Digitalisierung.³¹ Die internationale Rechnungslegung nach IFRS kennt bisher keine Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.³²

Informationen über CDR können Stakeholdern außerdem im Rahmen freiwillig erstellter Berichte zur Verfügung gestellt werden. Diese orientieren sich häufig an privaten Rechnungslegungsstandards, die zur Verbesserung der Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung über CSR und zur Transformation des Finanzsystems beitragen sollen (sustainable finance).

– Vorreiter in diesem Feld ist die Global Reporting Initiative (GRI). Unter den aktuell erarbeiteten Standards findet sich mit dem GRI 418 ein themenspezifischer Standard zum verantwortungsvollen Umgang mit Kundendaten.³³ Hier werden Pflichtenforderungen an die Berichterstattung über „Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten“ formuliert. Freiwillige Berichterstattung über weitere Initiativen im Bereich CDR kann durch Rückgriff auf den allgemeinen Standard GRI 102³⁴ abgeleitet werden.

– Breite Akzeptanz findet auch die United-Nations-Global-Compact- (UNGC-)Initiative zur nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung. Im Rahmen eines „Fortschrittsberichts“ (com-

munication on progress) können Unternehmen freiwillig über Ziele und Aktivitäten zur Erreichung der SDG und der abgeleiteten Unterziele informieren.³⁵ Freiwillige Berichterstattung über CDR könnte hieraus indirekt abgeleitet werden.

– Mit dem Standard ISO 26000 legt zudem die International Organization for Standardization einen Leitfaden zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung vor. Die freiwillige Berichterstattung über CDR lässt sich auf der Grundlage dieses Standards nur allgemein aus der Verpflichtung zur Rechenschaftslegung über die Auswirkungen von unternehmerischen Entscheidungen ableiten.³⁶ Konkrete Standards zum Umgang mit der Digitalisierung fehlen auch hier.

Leitlinien für freiwillige Berichterstattung über die Übernahme unternehmerischer Verantwortung bestehen mit dem deutschen Nachhaltigkeitskodex auch auf nationaler Ebene.³⁷ Allerdings finden sich hier ebenfalls keine Vorgaben für die Berichterstattung über CDR. Stattdessen soll der im Juni 2021 veröffentlichte CDR-Kodex den unterzeichnenden Unternehmen auch als Leitfaden für die nichtfinanzielle Berichterstattung über CDR dienen:

„Mit der Unterzeichnung des Kodex verpflichten wir uns [...] ferner, eine kontinuierliche Verbesserung der Wirksamkeit unserer Maßnahmen anzustreben und gemäß den vereinbarten Berichtsvorgaben zu berichten.“³⁸

Ein spezielles Berichtsformat wird bisher noch nicht auf der Website kommuniziert. Unterzeichner des CDR-Kodex (Stand: August 2021)

Unternehmung 2020, 264–284. Eine aktuelle Befragung von 50 Unternehmen aus dem Frühjahr 2021 zeigt die Bedeutung digitaler CSR-Aktivitäten bei großen deutschen Unternehmen: statista, CSR Benchmark: Ranking der Unternehmen mit den besten digitalen CSR-Aktivitäten in Deutschland im Jahr 2021, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1035690/umfrage/unternehmen-mit-den-besten-digitalen-csr-aktivitaeten-in-deutschland> (Abruf: 23.8.2021).

24 Weiterführend zu CDR und Verbraucherschutz Thorun, in: Gärtner/Heinrich (Hrsg.), Fallstudien zur digitalen Transformation, 2018, S. 173–191.

25 Vgl. Soppera, Investor Relations Practices and Capital Markets Expectations, 2019, 15–19.

26 Vgl. Okazaki u. a., Journal of Business Research 2020, 675–682.

27 Grundlegend bereits Lackmann, Die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf den Kapitalmarkt – Eine empirische Analyse, 2010, S. 91–120.

28 Richtlinie 2014/95/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2014 zur Änderung der Richtlinie 2013/34/EU im Hinblick auf die Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Unternehmen und Gruppen, ABIEU vom 15.11.2014, L 330, 1.

29 Zu den Detailfragen der nichtfinanziellen Erklärung Schild/Haßlinger/Weimann, BFuP 2020, 66–84. Zur Bedeutung der nichtfinanziellen Berichterstattung im Lagebericht bereits Streim, in: Elschen/Siegel/Wagner (Hrsg.), FS Schneider, 1995, S. 705–707.

30 Vgl. Kajüter, Controlling 2017, 52 und 54f. Auch in der Begründung zur CSR-Richtlinie werden die Inhalte der nichtfinanziellen Unternehmensberichte nur beispielhaft aufgezählt, vgl. Hinze, WPg 2016, 1169. Zur Forderung nach einer Standardisierung vgl. IDW (Hrsg.), Zukunft der nichtfinanziellen Berichterstattung und deren Prüfung, 2020, S. 6–8.

31 Vgl. Europäische Kommission, Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinien 2013/34/EU, 2004/109/EG und 2006/43/EG und der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen, COM(2021), 189 final.

32 Zur Etablierung eines International Sustainability Standards Board vgl. IFRS Foundation (Hrsg.), Exposure Draft: Proposed Targeted Amendments to the IFRS Foundation Constitution to Accommodate an International Sustainability Standards Board to Set IFRS Sustainability Standards, abrufbar unter <https://www.ifrs.org/projects/work-plan/sustainability-reporting/#published-documents> (Abruf: 23.8.2021), s. dazu auch Lanfermann, BB 2021, 555 f.; Großkopf u. a., DB 2021, 1621–1629.

33 GRI 418: Schutz der Kundendaten (Customer Privacy) 2016, abrufbar unter <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-german-translations> (Abruf: 23.8.2021); kritisch zu den fehlenden Standards Dörr (Fn. 20), S. 199 f.

34 GRI 102: Allgemeine Angaben (General Disclosures) 2016, abrufbar unter <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-german-translations> (Abruf: 23.8.2021).

35 Weitere Informationen sind abrufbar unter <https://www.globalcompact.de/ueber-uns/international-nations-global-compact> (Abruf: 23.8.2021).

36 Vgl. Deutsches Institut für Normung, Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010), April 2021.

37 Weitere Details sind abrufbar unter <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de> (Abruf: 23.8.2021).

38 BMJV (Fn. 19), S. 9, Hervorhebung durch die Verf.

Tabelle: **Formate der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unterzeichner des CDR-Kodex im Jahr 2020** (Quelle: eigene Abbildung)

Unternehmen	Branche	Verpflichtender Bericht	Freiwilliger Bericht
Deutsche Telekom	Technik und Telekommunikation	Separater Abschnitt im Lagebericht	Corporate Responsibility Report
HEAG Holding AG	Wirtschaft und Politik	Integrierter Bericht	–
ING Deutschland	Finanzen, Versicherungen und Immobilien	Integration im Lagebericht	–
Otto Group	Handel	Separater Abschnitt im Lagebericht	–
Teléfonica Deutschland	Technik und Telekommunikation	Gesonderter nicht-finanzieller Bericht	Corporate Responsibility Report
Zalando	Handel	Integration im Lagebericht	Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeit

haben für das Geschäftsjahr 2020 die in der Tabelle zusammengefassten sehr unterschiedlichen Formate für die nichtfinanzielle Berichterstattung gewählt. Diese bilden die Grundlage für eine weitere qualitative Analyse der Berichtsinhalte zu CDR.

2. Berichtsinhalte

CDR-Reporting im Rahmen der verpflichtenden nichtfinanziellen Berichterstattung umfasst in Anlehnung an § 289c Abs. 3 HGB die folgenden Bereiche: Informationen zum CDR-Konzept, Informationen über die erreichten Ergebnisse und Informationen über die mit CDR verbundenen Risiken. Die CDR-Berichterstattung sollte sich an dieser Struktur klar orientieren, damit Adressaten die veröffentlichten Informationen einfach finden, schnell verstehen und Benchmarking-Prozesse initiieren können.

Das vom Unternehmen verfolgte CDR-Konzept bildet für die Adressaten der Berichterstattung die wesentliche Interpretationsgrundlage. Dementsprechend sollte die Berichterstattung mit einem präzisen Bekenntnis zur CDR beginnen. Diese deutliche Positionierung findet sich bei der Otto Group und bei der Deutschen Telekom.³⁹ Die übrigen Unterzeichner des CDR-Kodex berichten nur sehr allgemein oder gar nicht.⁴⁰ Kritisch anzumerken ist, dass die im Kodex genannten neun Prinzipien wegen ihrer sehr allgemeinen Formulierung nur wenig Orientierungshilfe für qualitativ hochwertige Berichtsinhalte bieten. Für die Bewertung der unternehmensintern ergriffenen CDR-Maßnahmen durch die Berichtsempfänger ist darüber hinaus auch die Bereitstellung konkreter Indikatoren sinnvoll: Hier könnte wegen der aufgezeigten (noch) geringen Bedeutung von CDR bei privaten Standardsetzern auf die SDG verwiesen⁴¹ oder der GRI 148 zum verantwortungsvollen Umgang mit Kundendaten herangezogen werden. Die Bedeutung, die ein Unternehmen dem Thema CDR konzeptionell zuschreibt, wird ferner durch die Einbindung des Themas in die Organisationsstruktur deutlich. Deshalb sollte deutlich über die Verantwortlichkeit für CDR in der Unternehmensführung informiert werden.⁴² Denkbar ist die Zuweisung der Verantwortlichkeit an einzelne Vorstandmitglieder, die Bildung von Gremien⁴³ oder die Einführung regelmäßiger Berichtspflichten. Auch die Einbindung in externe Initiativen, wie die CDR-Initiative, ist Ausdruck eines entsprechenden Engagements.⁴⁴

Konzeptionelle Wertschätzung von CDR wird schließlich durch die Entwicklung einer konkreten Strategie deutlich. Hier sollte kommuniziert werden, welcher konkrete Ansatz im Unternehmen verfolgt wird. Deutsche Telekom, Telefonica Deutschland und die Otto Group berichten über die konkrete Einbindung von CDR in die jeweilige Corporate-Responsibility-Strategie.⁴⁵ Die beiden Unternehmen der Telekommunikationsindustrie heben die Bedeutung entsprechender Informationen hervor, indem separate CR-Berichte veröffentlicht

werden.⁴⁶ Die weiteren analysierten Unterzeichner des CDR-Kodex berichten nur eingeschränkt oder gar nicht über CDR-Strategien.⁴⁷ Hinsichtlich des Detaillierungsgrads der Informationen über die CDR-Strategie zeigen alle Unternehmen große Zurückhaltung: Es wird nicht über kurz-, mittel- und langfristige Ziele und Zielerreichungsgrade berichtet. Den Adressaten fällt es dementsprechend schwer, eine Trendanalyse vorzunehmen. Hier besteht erheblicher Nachholbedarf. Vor dem Hintergrund der hier vorgenommenen handlungsbezogenen Definition des CDR-Konzepts und seiner Stakeholder-Orientierung sollten Unternehmen über die Einbindung der Stakeholder in die Formulierung der CDR-Strategie informieren.⁴⁸ Die entsprechende Berichterstattung sollte drei Aspekte umfassen: den Auswahlprozess, die Bezeichnung und die Einbindung der Stakeholder.⁴⁹ Zur Einbindung der Stakeholder in die strategischen Prozesse könnten zudem Veranstaltungen organisiert werden und hierüber berichtet werden.⁵⁰

Zur Strukturierung der nichtfinanziellen Berichterstattung über die Ergebnisse nachhaltiger Unternehmensführung hat sich das Environmental-Social-and-Governance-(ESG-)Modell herausgebildet.⁵¹ Deshalb werden zur Einbindung der Berichterstattung über die Ergebnisse der CDR in dieses Modell zwei Ansätze diskutiert:⁵² Entweder könnte eine Ergänzung des ESG-Modells um eine Digitalisierungsdimension erfolgen. Oder CDR könnte konzeptionell als Querschnittsthema über die drei Bereiche des ESG-Modells verankert werden (vgl. Abbildung 3). Da sich das ESG-Modell zwischenzeitlich fest etabliert hat, wird im Rahmen dieses Beitrags dem zweiten Ansatz gefolgt. Berichterstattung über konkrete Aktivitäten und die damit verbundenen

39 Vgl. Otto Group, GB 2020, S. 30 (code of ethics), und Deutsche Telekom, KI-Leitlinien, 2018, abrufbar unter <https://www.telekom.com/de/konzern/digitale-verantwortung/ethische-ki-leitlinien-der-telekom> (Abruf: 23.8.2021).

40 Vgl. HEAG Holding, IB, S. 13; Telefonica Deutschland, GB 2020, S. 03/04; Telefonica Deutschland, NB 2020, S. 10; Zalando, GB 2020, S. 106. Die ING Deutschland berichtet nicht.

41 Vgl. Deutsche Telekom, GB 2020, S. 24, genannt werden hier das SDG 9 und das SDG 4; ferner Telefonica Deutschland, NB, S. 7.

42 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 31, und HEAG Holding AG, IB 2020, S. 22.

43 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 31; Otto Group, GB 2020, S. 21.

44 Vgl. Otto Group, GB 2020, S. 21, und Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 117; Telefonica Deutschland berichtet allgemeiner über den Austausch mit verschiedenen Nichtregierungsorganisationen, vgl. Telefonica Deutschland, GB 2020, S. 17.

45 Bei der Otto Group wird CDR konkret als eines von sieben Themenfeldern der Corporate Responsibility-Strategie benannt und sehr ausführlich dargestellt, vgl. Otto Group, GB 2020, S. 11, 28 und 30.

46 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 200, S. 14f., und Telefonica Deutschland, CR-Bericht 2020, S. 16f.

47 Vgl. Zalando, GB 2020, S. 106.

48 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 15, und der Telefonica Deutschland, CR-Bericht 2020, S. 22-27.

49 Vgl. Wiedmann, BB 2021, 1516.

50 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 114.

51 Weiterführend hierzu *Kellner*, Einfluss des Integrated Reporting auf Urteile und Entscheidungen privater Investoren, 2020, S. 96-105; *Henisz/Kolle/Nuttal*, Five Ways that ESG Creates Value, 2019, S. 3-12.

52 Vgl. *Herder*, NachhaltigkeitsManagementForum 2021, 6-11, und *Lischka* (Fn. 20), S. 29-39.

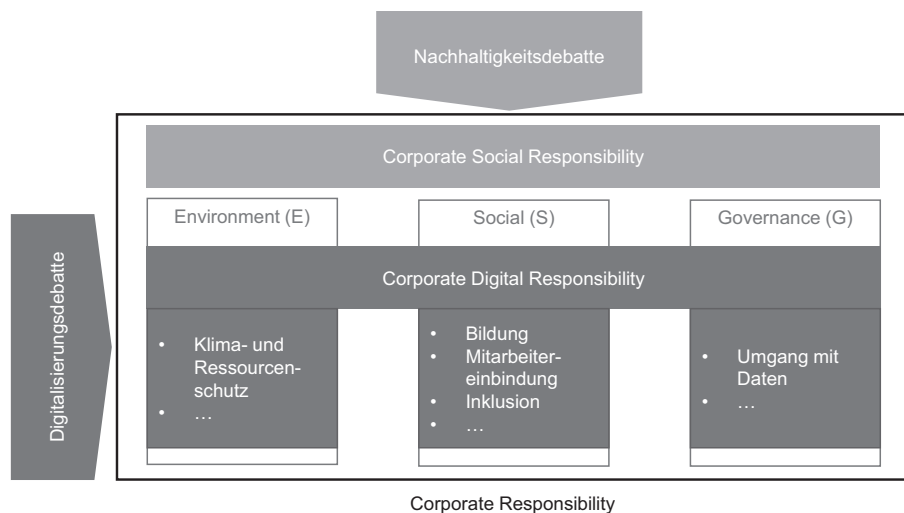


Abbildung 3: Berichtsinhalte über CDR nach dem ESG-Modell (Quelle: eigene Darstellung)

Ergebnisse zur Übernahme digitaler Verantwortung erfolgt entsprechend in den drei Bereichen Environment, Social und Governance. Einen Orientierungsrahmen für die weitere Binnenstrukturierung geben zudem die im CDR-Kodex konkretisierten Handlungsfelder vor.⁵³ Die Initiierung konkreter CDR-Maßnahmen ist abhängig vom Grad der Digitalisierung der Geschäftsmodelle des Unternehmens.⁵⁴ Wenig überraschend bestehen deshalb deutliche branchenbezogene Unterschiede in der Berichterstattung über die damit erreichten Ergebnisse. Entsprechende Exzellenz wird mit dem CSR Preis der Bundesregierung in der Kategorie „CSR und Digitalisierung“ ausgezeichnet.⁵⁵ Auch die Bayerische Landesregierung lobt 2021 erstmals den „Corporate Digital Responsibility Award“ aus.⁵⁶ Die Unterzeichner des Kodex berichten in vier Clustern über CDR-Maßnahmen:

- Vermittlung von CDR-Inhalten im Rahmen von internen und externen Weiterbildungsmaßnahmen,⁵⁷
- Maßnahmen zur Sicherstellung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Daten,⁵⁸
- Maßnahmen zur Ermöglichung digitaler Teilhabe und Inklusion,⁵⁹
- Initiativen zur ressourcenschonenden digitalen Transformation des Geschäftsmodells.⁶⁰

Der HGB-Gesetzgeber verpflichtet Unternehmen schließlich zur Berichterstattung über CDR-Risiken, die aus der Geschäftstätigkeit resultieren. Hierzu sollten neben der Beschreibung der Ergebnisse auch die Methoden der Risikoanalyse kommuniziert werden. Unterzeichner des CDR-Kodex berichten allerdings bisher nur ausnahmsweise über die mit CDR verbundenen Risiken.⁶¹

Die Auswertung des CDR-Reporting der Unterzeichner des CDR-Kodex zeigt deutlich, dass sich die inhaltliche Ausgestaltung derzeit noch in einem Anfangsstadium befindet. Das vom BMJV verfolgte Ziel der Selbstregulierung wird nur unzureichend erreicht. Weitere politische Initiativen zur Standardisierung der Berichterstattung sind dringend geboten.

III. Zusammenfassung

1. Die in Phasen verlaufende Digitalisierung stellt unternehmerisch Verantwortliche vor große Herausforderungen bei der Anpassung der Geschäftsmodelle und wird von intensiven gesellschaftlichen Debatten begleitet. Deshalb tritt aktuell die von Unternehmen zu

übernehmende CDR immer stärker in den Mittelpunkt des Interesses von unternehmerisch Verantwortlichen.

2. CDR-Responsibility umfasst als handlungsbezogenes unternehmerisches Konzept alle Aktivitäten zum unternehmerisch verantwortungsvollen Umgang mit den gesellschaftlichen Herausforderungen der Digitalisierung gegenüber allen Stakeholder-Gruppen. Der deutsche CDR-Kodex soll eine Orientierungshilfe zur Initiierung entsprechender Anpassungsprozesse bieten.
3. Mit der CDR-Initiative wird bisher auf selbstregulatorische Prozesse vertraut. Informationen über Aktivitäten zur Übernahme digitaler Verantwortung sollen

Stakeholdern im Rahmen des bestehenden Rechnungslegungssystems zur Verfügung gestellt werden.

4. Die Ergebnisse einer Analyse der CDR-Berichterstattung bei den Unterzeichnern des CDR-Kodex im Jahr 2020 zeigen deutlich, dass sich bisher keine Standards herausgebildet haben. Die Informationen werden in unterschiedlichen Berichtsformaten zur Verfügung gestellt und sind den Adressaten damit nur schwer zugänglich.
5. Die Berichterstattung über konkrete Inhalte der CDR-Konzeption erfolgt nur wenig strukturiert und verhindert die Durchführung vergleichender Analysen. Informationen über CDR-Maßnahmen sollten in Anlehnung an das ESG-Modell zur Verfügung gestellt werden. Die analysierten Unternehmen berichten auch hier uneinheitlich. Risiken, die mit CDR verbunden sind, bilden bisher keinen Schwerpunkt der Berichterstattung.
6. Auszeichnungen erfüllen in Wirtschaft und Gesellschaft eine wichtige Funktion. Die im Bereich CDR ausgelobten Preise sind deshalb ein wichtiger Beitrag für die qualitative Weiterentwicklung der nichtfinanziellen Berichterstattung über CDR.

Prof. Dr. Ute Merbecks ist Professorin für allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Unternehmensfinanzierung und Prodekanin für Forschung an der Fakultät Gesellschaft und Ökonomie der Hochschule Rhein-Waal. Sie forscht zur Finanzmarktregulierung, zu Sustainable Finance und zum internationalen Steuerrecht.



53 Vgl. BMJV (Fn. 19), S. 6–9.
 54 Vgl. Pelster/Keitz/Wulf, KoR 2020, 533–545.
 55 Die HEAG Holding AG gewinnt diesen Preis im Jahr 2020, weitere Informationen sind abrufbar unter <https://www.heag.de/heag-gewinnt-csr-preis-2020-der-bundesregierung> (Abruf: 23.8.2021).
 56 Weitere Details sind abrufbar unter <https://www.bayern-innovativ.de/suchergebnisse/seite/cdr-award-2021> (Abruf: 23.8.2021).
 57 Vgl. HEAG Holding AG, IB 2020, S. 22; Otto Group, GB 2020, S. 17; Telefonica Deutschland, Nichtfinanzieller Bericht 2020, S. 21; Deutsche Telekom, GB 2020, S. 36.
 58 Vgl. Deutsche Telekom, GB 2020, S. 79; Telefonica Deutschland, CR-Bericht 2020, S. 21; Zalando, Fortschrittsbericht 2020, S. 51.
 59 Vgl. HEAG Holding AG, IB 2020, S. 20; Deutsche Telekom, GB 2020, S. 36; Telefonica Deutschland, CR-Bericht 2020, S. 28–30.
 60 Vgl. Telefonica Deutschland, Nichtfinanzieller Bericht 2020, S. 16; Deutsche Telekom, GB 2020, S. 79.
 61 Vgl. Deutsche Telekom, CR-Bericht 2020, S. 28, und Zalando, GB 2020, S. 106.