

# Ihr Weg zum Nachhaltigkeitsbericht

**Dr. Bernhard Ulrich**

Unternehmensberater  
4020 Linz, Bismarckstr. 10  
+43 664 105 44 78  
dr@ulrich.or.at  
www.ulrich.or.at

## Inhalt

Ihr Weg zum Nachhaltigkeitsbericht.....	1
In 8 Schritten zu Ihrem Nachhaltigkeitsbericht .....	4
Was sind Zweck, Ziele und Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts? .....	6
Prinzipien des Nachhaltigkeitsberichts .....	7
Management von Themen für den Nachhaltigkeitsbericht .....	8
Kostensenkende Effekte des Nachhaltigkeitsberichts .....	9
Nachhaltige Produkte verkaufen sich immer besser .....	9
Nachhaltigkeitsbericht fördert die Forschung & Entwicklung.....	10
Welche Richtlinien gelten für den Nachhaltigkeitsbericht? .....	11
Standards und Format .....	12
Wird der Nachhaltigkeitsbericht geprüft?.....	13
Ausnahmeregelung für die Berichterstattung auf Konzernebene .....	15

Ab 2024 müssen Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten und einem Umsatz von über **40 Millionen Euro** (unabhängig von ihrer Börsennotierung) einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht vorlegen. Diese Berichte werden vorgeschrieben, um **Transparenz** hinsichtlich der unternehmerischen Auswirkungen auf **Umwelt, Soziales** und **Governance** zu schaffen.

Wir unterstützen Unternehmen durch einen **strukturierten Prozess in 8 Schritten** auf dem Weg zur Erstellung eines aussagekräftigen Nachhaltigkeitsberichts gemäß den Leitlinien der **Global Reporting Initiative (GRI)**. Diese Richtlinien genießen weltweit Anerkennung und Verbreitung und bieten einen klaren Rahmen für eine ganzheitliche Berichterstattung über nachhaltiges Wirtschaften.

Im Mittelpunkt steht nicht nur die Offenlegung des bisher Erreichten – sondern vielmehr auch die **Identifizierung von Möglichkeiten und Chancen**, die es ermöglichen, die wichtigsten positiven Auswirkungen des Unternehmens zu erarbeiten und Bewusst zu machen. Darüber hinaus geht es darum, **neue Ideen und innovative Lösungen zu entwickeln** und diese **effektiv zu kommunizieren**. Der Nachhaltigkeitsbericht dient damit nicht nur als Dokumentation, sondern auch als **strategisches Instrument**, um das unternehmerische Engagement und die Erfolge im Bereich der Nachhaltigkeit sichtbar zu machen.

Die Maxime „Tu Gutes und sprich darüber“ trifft hier voll zu: Durch die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts können Unternehmen nicht nur ihre positiven Einflüsse hervorheben, sondern auch an einem **positiven Unternehmensimage** arbeiten, **motiviertes Personal** fördern und innovative **Impulse für die Branche** setzen. Es ist eine Gelegenheit, die **Glaubwürdigkeit zu stärken** und das **Vertrauen** von **Stakeholdern, Investoren** und der breiteren **Öffentlichkeit** zu gewinnen.

Unser Ansatz besteht darin, diesen Bericht nicht nur als Pflichterfüllung zu betrachten, sondern als eine **Chance zur strategischen Positionierung** und als Instrument, um die **Unternehmenswerte und -ziele** im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung zu festigen. Wir begleiten Sie bei jedem Schritt dieses Prozesses, damit Ihr Nachhaltigkeitsbericht nicht nur den Anforderungen entspricht, sondern auch eine **aussagekräftige** und **glaubwürdige Darstellung** Ihrer unternehmerischen Verantwortung bietet.



**Rufen Sie Dr. Bernhard Ulrich an unter +43 664 105 44 78 oder schicken Sie eine E-Mail an [dr@ulrich.or.at](mailto:dr@ulrich.or.at), wir beraten Sie gern!**

## In 8 Schritten zu Ihrem Nachhaltigkeitsbericht

Folgender Ablauf sorgt dafür, systematisch an einen den Vorgaben entsprechenden Nachhaltigkeitsbericht zu gelangen, der in Folge laufend aktualisierbar ist:

- **Workshop 1: Entwicklung Ihrer Nachhaltigkeits-Strategie** In diesem ersten Workshop konzentrieren wir uns darauf, die Grundlage für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie zu legen. Dabei werden die nachhaltigkeitsrelevanten Aspekte Ihrer Vision, Mission, Ihres Leitbilds und Ihrer Unternehmenswerte definiert und herausgearbeitet. Wir betrachten, wie diese Aspekte mit den Nachhaltigkeitszielen und -prinzipien in Einklang gebracht werden können, um eine kohärente und zielgerichtete Strategie zu entwickeln.
- **Nachhaltigkeits-Projektmanagement** Nachdem die Strategie festgelegt ist, kommt die praktische Umsetzung ins Spiel. Hierbei helfen wir Ihnen bei der Zusammenstellung des Projektteams und der Erarbeitung eines detaillierten Ressourcen- Struktur- und Zeitplans, damit das Projekt auf solide Füße gestellt wird.
- **Workshop 2: Entwicklung der Nachhaltigkeits-Themen und -Indikatoren** In diesem Workshop gehen wir einen Schritt weiter und entwickeln die spezifischen Nachhaltigkeitsthemen und -indikatoren. Dabei involvieren wir alle relevanten Stakeholder, um sicherzustellen, dass die gewählten Indikatoren die wichtigen Aspekte der Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen abdecken.
- **Erhebung der Daten zu den Indikatoren** Die Erhebung von Daten zu den definierten Indikatoren ist entscheidend für eine fundierte Berichterstattung. Wir unterstützen Sie dabei, die notwendigen Datenquellen zu identifizieren und die Datenerhebung zu planen, um die relevanten Kennzahlen für Ihren Nachhaltigkeitsbericht zu gewinnen.
- **Workshop 3: Ableitung konkreter Ziele und Maßnahmen** Basierend auf den gesammelten Daten und den definierten Indikatoren leiten wir gemeinsam konkrete Ziele und Maßnahmen ab. Diese sind darauf ausgerichtet, Ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und eine positive Wirkung zu erzielen.



- **Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts:** Der eigentliche Bericht wird anhand der gesammelten Informationen und erarbeiteten Ziele und Maßnahmen erstellt. Wir übernehmen die komplette Formulierung und Strukturierung des Berichts gemäß den relevanten Standards und Leitlinien.
- **Kommunikation des Nachhaltigkeitsberichts:** Die Veröffentlichung des Berichts ist ein wichtiger Schritt, um die erzielten Fortschritte an alle relevanten Interessensgruppen zu kommunizieren. Wir helfen Ihnen dabei, die beste Strategie für die Verbreitung des Berichts zu entwickeln, sei es online, durch Pressemitteilungen oder durch Pressekonferenzen.
- **Evaluation des Nachhaltigkeitsberichts:** Nach Veröffentlichung des Berichts führen wir eine gründliche Evaluation durch. Hierbei geht es darum zu überprüfen, wieweit die gesetzten Ziele erreicht wurden, die Maßnahmen effektiv waren und wie der Bericht von verschiedenen Interessengruppen aufgenommen wurde. Diese Evaluation ist essentiell, um zukünftige Nachhaltigkeitsstrategien zu optimieren und weiter zu verbessern – mit allen positiven Effekten für Ihr Unternehmen.

Die gewonnenen Erkenntnisse werden sorgfältig in den Nachhaltigkeitsbericht integriert, wodurch eine solide Grundlage für künftige Nachhaltigkeitsberichte geschaffen wird. Dieser Ansatz ermöglicht es, dass die **nachfolgenden Berichte auf dem ersten Dokument aufbauen können**, sodass der Aufwand für die darauffolgenden Berichte wesentlich verringert wird. Durch die fortlaufende Nutzung und Integration von Erkenntnissen und Daten aus vorherigen Berichten wird eine konsistente und effiziente Berichterstattung gewährleistet. Auf diese Weise können Unternehmen einen **sich stetig entwickelnden und verbesserten Überblick über ihre Nachhaltigkeitsbemühungen präsentieren** und gleichzeitig den Verwaltungsaufwand für die Berichterstattung reduzieren. Die iterative Natur dieses Prozesses trägt dazu bei, dass der Nutzen aus den Erkenntnissen und dem Feedbackzyklus stetig wächst und kontinuierlich verbessert wird. Dies ermöglicht es Unternehmen, auch die zugrundeliegenden Nachhaltigkeitsstrategien kontinuierlich zu optimieren und zu stärken – während sie gleichzeitig die Ressourcen effektiver einsetzen und die Berichtsprozesse verbessern.



## Was sind Zweck, Ziele und Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts?

Nachhaltigkeitsberichte stellen für Unternehmen eine erhebliche Anforderung dar, da sie **sämtliche Maßnahmen** und Bemühungen eines Unternehmens darlegen müssen, um eine **nachhaltigere Geschäftspraxis** zu gewährleisten. Dies schließt nicht nur den Umgang mit **Umweltrisiken** wie dem Klimawandel ein, sondern erfordert auch eine umfassende Offenlegung der **strategischen Ansätze** und Aktivitäten, die darauf ausgerichtet sind, Nachhaltigkeit zu fördern. Es geht darum, eine verantwortungsvolle Unternehmensführung zu etablieren und **Ressourcen bewusst** und **verantwortungsvoll** zu nutzen.

Dieser verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen spiegelt sich in einer Vielzahl von unternehmerischen Aktivitäten wider, die im Nachhaltigkeitsbericht festgehalten werden. Dazu gehören beispielsweise

- die Etablierung **nachhaltiger Lieferketten**
- die Reduzierung des **Energieverbrauchs** und der CO<sub>2</sub>-Emissionen
- die Umstellung auf **erneuerbare Energien** sowie
- die Förderung von **Recycling** und **Wassereffizienz**.
- Auch Themen wie **Corporate Governance**,
- die Förderung von **Vielfalt** und **Inklusion** sowie

- **soziale Initiativen** wie **Betriebskindergärten** oder **freiwillige Umweltprojekte** werden in diesen Berichten beleuchtet.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Offenlegung von Chancen und Risiken im Bereich **ESG (Environmental, Social and Governance)**, die zunehmend an Bedeutung gewinnen und sowohl für Investoren als auch für Kunden relevant sind. Diese Berichte bieten Einblicke in die Funktionsweise eines Unternehmens, die über finanzielle Aspekte hinausgehen. Ihr Ziel ist es, Transparenz zu schaffen und externe Interessengruppen über die Auswirkungen und Bemühungen eines Unternehmens in puncto Nachhaltigkeit zu informieren.

Zudem dienen nichtfinanzielle Nachhaltigkeitsberichte dazu, **Kapitalströme in Richtung einer nachhaltigeren Wirtschaft zu lenken**, was im Einklang mit den Zielen des EU-Aktionsplans zur Finanzierung nachhaltiger Entwicklung steht. Dieser Bericht soll nicht nur eine momentane Bestandsaufnahme darstellen, sondern vielmehr als **Wegweiser** fungieren, um **Investitionen und Strategien hin zu einer grüneren und nachhaltigeren Zukunft** zu lenken.



## Prinzipien des Nachhaltigkeitsberichts

Die offengelegten Informationen in einem Nachhaltigkeitsbericht sollen **weitreichend** und **umfassend** sein. Sie sollen sowohl **zukunftsgerichtete** als auch **rückblickende** Aspekte umfassen und sowohl **qualitative** als auch **quantitative Daten** präsentieren. Zusätzlich sollten sie Details über die **gesamte Wertschöpfungskette** des Unternehmens enthalten, einschließlich seiner **Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen** sowie **Geschäftsbeziehungen und Lieferketten**.



Allerdings haben Unternehmen die Möglichkeit, bestimmte Informationen, die aus **Wettbewerbsgründen sensibel** sind, **nicht zu veröffentlichen**, sofern der zuständige Mitgliedstaat dies erlaubt.

Der Nachhaltigkeitsbericht basiert auf dem Prinzip der "**doppelten Wesentlichkeit**" (**Double Materiality**): Unternehmen müssen nicht nur darüber berichten, wie sich Nachhaltigkeitsthemen auf ihre **Leistung, Position und Entwicklung** auswirken (Outside-In-Perspektive), sondern auch, wie diese Themen **Menschen, Stakeholder** und die **Umwelt** beeinflussen (**interne und externe Perspektiven**). Es ist wichtig, sowohl die negativen als auch die positiven Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten auf die Umwelt und die daraus resultierenden Chancen und Risiken für das Unternehmen zu beleuchten. **Kritisch** sind Situationen, die einen **wesentlichen Einfluss** auf den **Geschäftserfolg** oder aus **Umwelt- und sozialen Aspekten bedeutsam** sind.

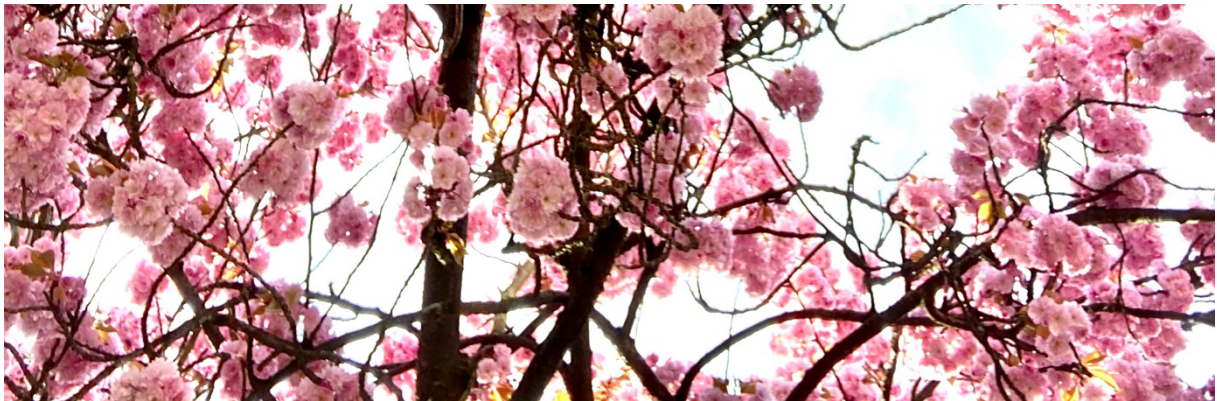
## Management von Themen für den Nachhaltigkeitsbericht

Der **Mehrwert** eines Nachhaltigkeitsberichts liegt in einem **effektiven Management** von Nachhaltigkeitsthemen, welches durch **konstruktives Stakeholder-Engagement** und das **Bewusstsein der Mitarbeiter** umgesetzt wird. Dies bietet die Chance, innovative und zukunftsorientierte Lösungen zu entwickeln und umzusetzen, was nicht nur die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit eines Unternehmens verbessert, sondern dies auch auf nachhaltige Weise – und damit **langfristig erfolgreich** – ermöglicht. Man denke hier nur an den Wertewandel im Bereich des Personals, in **Zukunft** werden nur Firmen **ausreichend und gutes Personal** rekrutieren können, die wesentliche Aspekte der Nachhaltigkeit erfüllen.

Die Konzepte zur Förderung von Umweltschutz, sozialen Belangen und ethischen Aspekten müssen fest **in die Unternehmensstrategie integriert werden** und somit in den Nachhaltigkeitsbericht einfließen. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern. Wenn Nachhaltigkeit fest im **Kerngeschäft** verankert ist, schafft dies einen **gemeinsamen Mehrwert** – nicht nur für die Umwelt und die Gesellschaft, sondern auch für das langfristige Wohlergehen und den Erfolg Ihres Unternehmens.

## Kostensenkende Effekte des Nachhaltigkeitsberichts

Die Umsetzung eines **systematischen Nachhaltigkeitsmanagements** bietet zahlreiche Vorteile, von denen die **Senkung der Kosten** oft das überzeugendste Argument ist. Durch einen bewussteren Umgang mit Ressourcen wie **Energie, Wasser** und Materialien lassen sich **erhebliche Einsparungen** realisieren. Dies nicht nur in **finanzieller Hinsicht**, sondern auch in Bezug auf den ökologischen Fußabdruck eines Unternehmens. Die **Effizienzsteigerung bei der Ressourcennutzung** kann langfristig dazu beitragen, die **Betriebskosten zu reduzieren** und die **Profitabilität zu steigern**.



## Nachhaltige Produkte verkaufen sich immer besser

Weiters ist ein **steigendes Interesse** seitens der **Verbraucher** und – wie oben erwähnt – **qualifizierter Job-Bewerber** an Produkten und Dienstleistungen zu beobachten, die als "nachhaltig" gekennzeichnet sind. Diese Nachfrage wird von einem **Wunsch nach Ehrlichkeit und Transparenz** begleitet. Ein Unternehmen, das sich in Richtung Nachhaltigkeit ausrichtet, kann somit nicht nur seinen **Umsatz steigern**, sondern auch die **Bindung zu Kunden und Mitarbeitern** stärken. Die Schaffung eines **nachhaltigen Images** kann zu einem **Wettbewerbsvorteil** führen und die Wahrnehmung des Unternehmenswertes sowie der Markenwert steigen lassen.

Zusätzlich zur direkten Kostensenkung und der Schaffung einer positiven Außenwirkung, fördert ein nachhaltiges Engagement auch Innovation und langfristiges Wachstum. Unternehmen, die in nachhaltige Praktiken investieren, entwickeln sich oft zu Vorreitern in ihren Branchen und sind besser gerüstet, um sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen. All dies führt zu einer nachhaltigen **Steigerung des**

**Unternehmenswertes** und zur Schaffung eines **starken Fundaments** für eine **zukunftsorientierte Entwicklung**.

## Nachhaltigkeitsbericht fördert die **Forschung & Entwicklung**

Die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Fragestellungen im Forschungs- und Entwicklungsprozess (F&E) ist ein bedeutender **Treiber für die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens** und wirkt sich positiv auf seine Zukunftsfähigkeit aus. In den letzten Jahren haben Unternehmen, die diese Aspekte aktiv in ihre Innovationsstrategie einbezogen haben, zahlreiche Produkt- und Prozessinnovationen hervorgebracht. Die Integration von Nachhaltigkeit in den F&E-Prozess hat dazu geführt, dass Unternehmen nicht nur ökologisch und sozial verantwortlicher handeln, sondern auch wettbewerbsfähiger werden, indem sie innovativere und nachhaltigere Lösungen entwickeln.

Ein überzeugender Nachhaltigkeitsbericht trägt damit insgesamt maßgeblich zur **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Reputation eines Unternehmens** bei. Diese Unternehmen **differenzieren** sich dadurch deutlich von ihren Mitbewerbern und gewinnen das **Vertrauen neuer Kunden sowie Geschäftspartner**, die einen immer höheren Wert auf nachhaltiges Wirtschaften und Transparenz legen oder diese sogar aktiv einfordern.

Eine tiefgreifende Integration von Nachhaltigkeit in den Innovationsprozess kann nicht nur zur Schaffung von **Wettbewerbsvorteilen** führen, sondern auch zur Entwicklung **langfristiger Partnerschaften mit Kunden und Geschäftspartnern**, die ähnliche Werte und Nachhaltigkeitsziele verfolgen. Dies fördert die **langfristige Stabilität** und **Resilienz eines Unternehmens** und ermöglicht es ihm, besser auf sich **verändernde Marktbedingungen** und **gesellschaftliche Erwartungen** zu reagieren. Diese Bereitschaft zur **Agilität und Innovation** stärkt die Positionierung eines Unternehmens als **Vorreiter für eine nachhaltigere und zukunftsorientierte Wirtschaft**.



## Welche Richtlinien gelten für den Nachhaltigkeitsbericht?

Die Rahmenrichtlinien, die Unternehmen für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten heranziehen können, sind vielfältig und bieten eine Orientierung in diesem komplexen Bereich. Zu diesen Richtlinien gehören:

- **United Nations Global Compact (UNGC):** Dieser weltweite Pakt unterstützt Unternehmen bei der Integration von sozialen, ökologischen und Governance-Prinzipien in ihre Geschäftsstrategie und -praxis.
- **Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK) bzw. Sustainability Code:** Dieser Kodex legt Leitlinien und Indikatoren fest, die Unternehmen bei der transparenten Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeitsleistungen unterstützen.
- **Rahmenwerk des International Integrated Reporting Council (IIRC):** Dieses Rahmenwerk fördert die Entwicklung von integrierten Berichten, die nicht nur finanzielle, sondern auch nichtfinanzielle Aspekte der Unternehmensleistung berücksichtigen.
- **Die Global Reporting Initiative (GRI)** bietet einen detaillierten Berichtsrahmen für weltweite Nachhaltigkeitsberichte. Die G4-Leitlinien umfassen verschiedene Kategorien, Dimensionen und Indikatoren, die Unternehmen bei der Erstellung umfassender Nachhaltigkeitsberichte unterstützen sollen.

Unternehmen, die nach der GRI-Berichtsrichtlinie vorgehen, haben zwei Möglichkeiten:

- **„Kern“:** Diese Option fokussiert auf die Hauptaspekte der Nachhaltigkeitsbemühungen und beinhaltet einen Indikator für jeden Hauptaspekt im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich.
- **„Umfassend“:** Diese Option geht über die Kernoption hinaus und beinhaltet sämtliche Standardinformationen sowie alle Indikatoren zu Schlüsselaspekten.

Für die meisten mittelständischen Unternehmen, **besonders in der Anfangsphase**, wird die **Variante „Kern“** empfohlen, insbesondere wenn es um die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten zum ersten Mal geht. Dieser Ansatz bietet einen überschaubaren Rahmen und konzentriert sich auf die wesentlichen Aspekte, was den Einstieg

in die Nachhaltigkeitsberichterstattung erleichtert und eine solide Grundlage für weiterführende Berichterstattung bietet.

## Standards und Format

Die European **Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)** spielt eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung der **Sustainability Reporting Standards (ESRS)** und hat bereits die ersten Standards veröffentlicht, die Organisationen bei der transparenten Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeitspraktiken unterstützen sollen.

Einige wichtige Aspekte der veröffentlichten Standards umfassen:

- Organisationen werden nicht mehr die Wahl haben, wo ihre Nachhaltigkeitsinformationen veröffentlicht werden. Sie sind **verpflichtet**, notwendige Informationen im Lagebericht des **Geschäftsberichts aufzunehmen**. Es bleibt jedoch den Organisationen überlassen, freiwillig darüber hinaus zusätzliche Informationen bereitzustellen.
- Die Offenlegung von **Nachhaltigkeitsinformationen im Lagebericht muss innerhalb von 4 Monaten nach Ende des Geschäftsjahres** erfolgen, um zeitnah und aktuell zu sein.
- Die **Veröffentlichung** von Nachhaltigkeitsinformationen wird im **maschinenlesbaren Format** gefordert, was bedeutet, dass die Informationen digital zugänglich sein müssen, um eine maschinelle Auswertung zu ermöglichen. Dies trägt dazu bei, dass Nachhaltigkeitsinformationen effizienter analysiert und verarbeitet werden können.

Das "**Single Electronic Reporting Format**" wird künftig die Kennzeichnung von Nachhaltigkeitsinformationen erfordern und soll im Rahmen des "**European Single Access Reporting Format**" implementiert werden. Letzteres ist ein zentrales Register für digital erstellte Berichte, das von der EU entwickelt wird, um eine einheitliche und standardisierte Erfassung von Unternehmensberichten sicherzustellen. Das Ziel dieses Ansatzes ist es, die Kompatibilität zu gewährleisten und eine effiziente Bereitstellung sowie den Zugang zu Nachhaltigkeitsinformationen zu ermöglichen. Dieser Schritt zielt darauf ab, die **Transparenz und Vergleichbarkeit von Nachhaltigkeitsberichten**

zu verbessern und somit eine solide Basis für Entscheidungen und Investitionen im Einklang mit den **Zielen der EU** und **internationalen Standards** zu schaffen.

## Wird der Nachhaltigkeitsbericht geprüft?

Die Einführung der neuen Richtlinien des **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, markiert einen wichtigen Schritt hin zur Verbesserung der Zugänglichkeit von Informationen. Diese Richtlinien legen nicht nur **Prüfungsanforderungen** für Nachhaltigkeitsberichte fest, sondern schreiben auch vor, dass Managementberichte digital und in maschinenlesbarem Format veröffentlicht werden müssen. Die Einhaltung dieser Vorschriften wird zur Schlüsselfrage, da Nichteinhaltung zu Sanktionen und potenziellen Investitionsverlusten führen kann. Das übergeordnete Ziel ist es, den **Zugang zu nichtfinanziellen Informationen zu erleichtern**, die **Offenlegung effizienter zu gestalten** und die **Nachhaltigkeitsberichterstattung auf das gleiche Level mit der Finanzberichterstattung** zu heben.

Die **Anforderungen** für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten **werden weiter ausgeweitet**. Während große börsennotierte Unternehmen bereits verpflichtet sind, Nachhaltigkeitsberichte gemäß der Corporate Social Responsibility Directive (CSRD) zu erstellen, wird die Anzahl der Unternehmen, die dieser Richtlinie entsprechen müssen, zukünftig erheblich steigen. Dies hat weitreichende Auswirkungen auf Umfang und Art der Corporate Sustainability Reporting (CSR). Bisher betraf die Non-Financial Disclosure Directive (NFRD) nur große kapitalmarktorientierte Unternehmen. Doch zukünftig, gemäß Vorschlägen der EU-Kommission, wird der Fokus der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Unternehmensnachhaltigkeit ausgeweitet.

Seit 2024 sind eine breitere Palette von Großunternehmen sowie börsennotierte Klein- und Mittelbetriebe verpflichtet, über ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu berichten:

- In **Österreich** wird die Anzahl der berichtspflichtigen Unternehmen von **90** auf rund **2.000** steigen
- in der gesamten **EU** die Anzahl von **11.000** auf über **49.000 Unternehmen** angewachsen wird (Stand 2023)



Die **Definition von "großen Unternehmen"** ist **gesetzlich** festgelegt und bezieht sich auf Unternehmen, die mindestens zwei der folgenden Kriterien überschreiten:

- einen Nettoumsatz von **40 Millionen Euro**
- eine Bilanzsumme von **20 Millionen Euro** oder durchschnittlich **250 Beschäftigte** im Geschäftsjahr

Die neue EU-Richtlinie für Nachhaltigkeitsberichte wird ab dem Geschäftsjahr 2024 für große börsennotierte Unternehmen gelten, die bereits der NFRD unterliegen. Erste Berichte gemäß dieser Richtlinie sind für 2025 geplant. Für große Unternehmen, die derzeit nicht der NFRD unterliegen, wird die Pflicht zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten ab 2025 gelten, wobei der erste Bericht im Jahr 2026 fällig ist, sofern **zwei der oben genannten Kriterien** erfüllt sind.

Ab dem Geschäftsjahr 2026 müssen **zusätzlich** zu den oben genannten Gruppen auch folgende Organisationen jährliche Nachhaltigkeitsberichte vorlegen:

- **börsennotierte kleine und mittlere Unternehmen**
- **kleine Finanzinstitute** sowie
- **firmeneigene Versicherungsunternehmen**

Diese umfassende Ausweitung der Berichtspflichten zeigt das **verstärkte Engagement** für Nachhaltigkeitsaspekte und verdeutlicht den **wachsenden Fokus** auf transparente und verantwortungsbewusste Geschäftspraktiken in der Unternehmenswelt.

**Außereuropäische Unternehmen**, die auf dem EU-Markt aktiv sind und mindestens eine Tochtergesellschaft oder Niederlassung innerhalb der EU betreiben, stehen vor der Verpflichtung, einen Nachhaltigkeitsbericht auf konsolidierter Ebene des Top-Drittlandunternehmens zu erstellen. In diesem Szenario obliegt es der **EU-Tochtergesellschaft** oder **Niederlassung**, den Nachhaltigkeitsbericht des Drittlandunternehmens zu veröffentlichen und sicherzustellen, dass er den entsprechenden Standards entspricht.

Für Unternehmen aus **Drittstaaten** gelten **gesonderte EU-Berichtsstandards** für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten, die sich von denen für EU-Unternehmen unterscheiden. Diese unterschiedlichen Standards müssen von Unternehmen aus

Drittstaaten eingehalten werden, um den Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung innerhalb der EU zu entsprechen. Allerdings haben diese Unternehmen auch die Möglichkeit, entweder nach den für **EU-Unternehmen geltenden Standards** zu berichten oder nach Standards, die gemäß einer Entscheidung der Kommission als **gleichwertig** angesehen werden.

Die Wahl zwischen den unterschiedlichen Berichtsstandards für Nicht-EU-Unternehmen, die in der EU tätig sind, bietet eine gewisse **Flexibilität** und ermöglicht es diesen Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsleistungen auf eine für sie angemessene und akzeptable Weise zu dokumentieren. Es ist entscheidend, dass Unternehmen, unabhängig von ihrem Ursprungsland, die Vorschriften und **Standards** im Bereich der **Nachhaltigkeitsberichterstattung** einhalten, um den **Anforderungen der EU** gerecht zu werden und gleichzeitig ein Höchstmaß an Transparenz und Vergleichbarkeit in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitspraktiken zu gewährleisten.

### **Ausnahmeregelung für die Berichterstattung auf Konzernebene**

Eine **Tochtergesellschaft** wird von den **Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** ausgenommen, wenn die **Muttergesellschaft** die **Nachhaltigkeitsinformationen der Tochtergesellschaft in ihren konsolidierten Lagebericht** aufnimmt, der den Vorgaben der CSRD entspricht. Die Befreiung von der eigenständigen Nachhaltigkeitsberichterstattung erfordert jedoch gewisse **Transparenzmaßnahmen**, um sicherzustellen, dass die Nachhaltigkeitsinformationen für die Nutzer leicht zugänglich sind. Es ist wichtig, klar darzulegen, welches übergeordnete Mutterunternehmen die Nachhaltigkeitsinformationen des befreiten Tochterunternehmens in seinem konsolidierten Bericht einschließt. Dabei muss der **konsolidierte Nachhaltigkeitsbericht offengelegt** und im Bericht der **Tochtergesellschaft darauf verwiesen** werden.

All diese Bestimmungen und Ausnahmen basieren auf dem **Pariser Abkommen**, das die **EU im Jahr 2015** verabschiedet hat. Das Abkommen hat das Ziel, die Umwelt zu schützen und nachhaltiges Wirtschaften zu fördern. Seit der Einführung des Abkommens sind institutionelle Anleger auf den Kapitalmärkten verpflichtet, vermehrt in nachhaltige und energiesparende Investitionen zu setzen.

