

A

aehtre

Expert:innen-Tipps

Seite 47-50 / 06.06.2024

Expert:innen-Tipps

„Über die Compliance hinaus sollten Unternehmen die strategischen Potenziale von Nachhaltigkeitsinitiativen ausloten und konkrete Maßnahmen planen und umsetzen, denn **nur was umgesetzt wird, kann auch berichtet werden**. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung sollte dabei nicht nur bestehende Standards abdecken, sondern integraler Bestandteil des Performance-Managements sein, um **echte Fortschritte authentisch zu kommunizieren**. Ein guter Nachhaltigkeitsbericht spiegelt die authentische Integration von Nachhaltigkeit in das Kerngeschäft wider.“

FLORIAN MORITZ
Managing Director, 3iπ – Enabling Sustainability
[linkedin.com/in/fmoritz](https://www.linkedin.com/in/fmoritz)

„Ein guter Nachhaltigkeitsbericht sollte den **Eindruck vermitteln, dass die Inhalte nicht beliebig ausgewählt wurden**, sondern eine fundierte Wesentlichkeitsanalyse zugrunde liegt. Weiters gibt es Themen, welche in jedem Fall anzusprechen sind. Die **Berücksichtigung von klimabezogenen Informationen ist ein Beispiel dafür**. Unabhängig von der Größe der Organisation können diese Angaben sowohl innerhalb der **unternehmerischen Wertschöpfungskette als auch gegenüber finanzierten Stellen** von ausschlaggebender Wichtigkeit sein.“

BRIGITTE FREY, Wirtschaftsprüferin und Fachexpertin für Nachhaltigkeitsberichterstattung
brigitte.frey@outlook.at

„**Nachhaltigkeitsinformationen werden in Zukunft bestimmen, mit wem Geschäfte gemacht werden**, wo Menschen einkaufen werden, wo sie arbeiten wollen, wer Finanzierung bekommt und wer versichert wird. Ein qualitativ guter Nachhaltigkeitsbericht basiert auf schlüssigen **Key Performance Indicators (KPI)**. Das macht die Nachhaltigkeit eines Unternehmens messbar und fundiert. Mit unserer ESG-Plattform SYNESGY ist es Unternehmen einfach möglich, sich in ihrer Nachhaltigkeit zu evaluieren und auch die Evaluierung der Lieferkette über die Plattform zu managen.“

BORIS RECSEY
Geschäftsführer CRIF Austria
[linkedin.com/company/crif-austria](https://www.linkedin.com/company/crif-austria)



„Die neuen European Sustainability Reporting Standards geben die Struktur des Berichts vor, der Umfang hängt jedoch von einer **Wesentlichkeitsanalyse ab, die vom Unternehmen unter Einbeziehung von Stakeholder:innen** durchzuführen ist. Auf Basis dieser Wesentlichkeitsanalyse wird sich das Unternehmen **messbare, ergebnisorientierte und terminierte Ziele** geben, über die in der Folge jährlich zu berichten ist. Ein guter Nachhaltigkeitsbericht enthält ambitionierte und für die Geschäftsstrategie relevante Zielsetzungen.“

TAMARA KAPELLER
Managing Partner, Board Consulting
[linkedin.com/in/tamara-kapeller-98b33a1b2](https://www.linkedin.com/in/tamara-kapeller-98b33a1b2)



„Für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts bedarf es zahlreicher Analysen, Auswertungen und Dokumentationen. Diese nur für Reportingzwecke zu verwenden, wäre eine vergebene Chance. Den Unternehmen bietet sich in diesem Rahmen die **Möglichkeit, sich umfassend mit ihrem bestehenden Geschäftsmodell auseinanderzusetzen und neue strategische Stoßrichtungen zu identifizieren**. Gerade durch das Einbeziehen vormals nicht oder nur eingeschränkt berücksichtigter Aspekte können **völlig neue Geschäftsfelder** identifiziert werden.“

CHRISTOPH OBERMAIR, Partner und Sustainability Lead bei Deloitte, Österreich
[linkedin.com/in/christoph-obermair-6b0358](https://www.linkedin.com/in/christoph-obermair-6b0358)



„Tatsächlich sieht ein moderner Nachhaltigkeitsbericht mehr wie ein Jahresabschluss aus und ist deutlich datenlastiger. Viele Unternehmen haben in der Vergangenheit Zahlen veröffentlicht, ohne sie an quantitative Ziele zu koppeln. Ein **Qualitätskriterium ist es, den Verbesserungsprozess zu zeigen, egal, ob er sich positiv oder negativ entwickelt**. Wichtig ist es, nur relevante Informationen zu kommunizieren. Die CSRD erlaubt nur das Reporting zu den gesetzlich geforderten Informationen.“

AMIRA ZAUCHNER
International Service Lead CSRD, Associate Manager ESG Strategy & Supply Chain, EY denkstatt
[linkedin.com/in/amira-zauchner-9a47a278](https://www.linkedin.com/in/amira-zauchner-9a47a278)

A

aehe

Expert:innen-Tipps

Seite 47-50 / 06.06.2024

„Ein guter Nachhaltigkeitsbericht sollte transparent, umfassend und präzise sein. Zudem sollte der Bericht **klare Ziele, messbare Indikatoren und den Fortschritt bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsinitiativen aufzeigen**. Die Einbeziehung von Stakeholder:innen während des Berichtsprozesses und klare Kommunikation sind ebenfalls entscheidend. Und: Ein guter Bericht sollte nicht nur vergangene Leistungen dokumentieren, sondern auch einen **umfassenden Ausblick auf zukünftige Nachhaltigkeitsziele und -strategien bieten**.“

DANIELA KNIELING
Geschäftsführerin, respACT
[linkedin.com/in/daniela-knieling](https://www.linkedin.com/in/daniela-knieling)



„Nachhaltigkeitsberichte werden integraler Bestandteil der Unternehmensberichterstattung und müssen somit **allem voran inhaltlich korrekt, transparent und schlüssig sein**. Wenn sie darüber hinaus auch noch **gut lesbar, digital und leicht verfügbar** sind, dann erfüllen sie sicherlich schon viele Erwartungen. Eine gute Nachhaltigkeitsberichterstattung zeichnet sich dadurch aus, dass diese **nicht Selbstzweck, sondern Teil der strategischen Ausrichtung des Unternehmens ist**.“

STEPHAN PACHINGER
Partner und Kapitalmarktexperte bei Freshfields Bruckhaus Deringer
[linkedin.com/in/stephan-pachinger-50568713a](https://www.linkedin.com/in/stephan-pachinger-50568713a)

„Die Corporate Sustainability Reporting Directive ist **ja grundsätzlich agnostisch**, was die ESG-Eigenschaften angeht. Ob ein Unternehmen viel oder wenig CO₂ ausstößt, ist der CSRD praktisch egal, so lange das Unternehmen transparent darüber berichtet. **Es liegt an den Unternehmen, die Auseinandersetzung mit den neuen ESG-Regeln als Chance zu sehen und sich selbst Ziele zu setzen**. Die können gerne ambitioniert sein, sollten aber immer auch pragmatisch bleiben. Der Bericht wird zwar auf Papier erstellt, soll aber keine reine Papierübung sein.“

CHRISTIAN RICHTER-SCHÖLLER
Co-Head der DORDA Sustainability Group
[linkedin.com/in/christian-richter-sch%263%b61ler-67a245176](https://www.linkedin.com/in/christian-richter-sch%263%b61ler-67a245176)



„Ohne intensive Befassung mit dem Thema Nachhaltigkeit kann auch keine effektive Berichterstattung dazu erfolgen. Und diese **Conditio sine qua non** ist es, die letztlich den Wert von Nachhaltigkeitsberichterstattung ausmacht. Insofern ist die Anforderung darüber zu berichten auch ein **wenig Katalysator und Motivator etwas im Sinne der Nachhaltigkeit zu tun**. Und das ist gut so.“

DORA RENDESSY
Counsel und ESG-Expertin bei Freshfields Bruckhaus Deringer
[linkedin.com/in/dora-rendessy-62436519](https://www.linkedin.com/in/dora-rendessy-62436519)

„An erster Stelle steht die Frage, **welche Daten wie erfasst werden müssen und wie man diese kontrolliert, damit sie korrekt, belastbar und prüfbar sind**. Das zweite große Thema sind die **strategischen Überlegungen** – sich beispielsweise damit auseinandersetzen, **wie das eigene Geschäftsmodell ausgerichtet werden kann, um CO₂-Emissionen zu reduzieren**. Der Aufwand hängt stark vom Ambitionsniveau ab. Die CSRD gibt lediglich vor, **welche Daten man offenzulegen hat**. Im Bereich von Strategien, Maßnahmen und Zielen ist dem Unternehmen der Umfang der Offenlegung selbst überlassen.“

KATHARINA SCHÖNAUER
Head of ESG und Partnerin bei KPMG Austria
[linkedin.com/in/katharina-sch%263%b6nauer-4b7531120](https://www.linkedin.com/in/katharina-sch%263%b6nauer-4b7531120)



„Ein guter Nachhaltigkeitsbericht ist vor allem konform mit den relevanten Berichtsregulativen und Standards wie CSRD, Taxonomie oder ESRS. Zudem ist er prüfungssicher. Das heißt, er hat belastbare Informationen und Kennzahlen – genau wie wir es aus der Finanzberichterstattung kennen. Wir gehen weg von „Tue Gutes und schreibe darüber“ hin zu dem, **was im Kerngeschäft des Unternehmens zu ESG wesentlich ist**. Der Mehrwert liegt neben der Compliance vor allem darin, **mit ESG auf dem Markt zukunftsfähig zu bleiben und den wachsenden Anforderungen von Finanzmarkt, Kund:innen oder Prüfung gerecht zu werden**.“

PHILIPP GAGGL
Director Sustainability Consulting, PwC Österreich
[linkedin.com/in/philippgaggl](https://www.linkedin.com/in/philippgaggl)



aehre

Expert:innen-Tipps

Seite 47-50 / 06.06.2024

„Die größere Herausforderung ist oft nicht die Erstellung der Berichterstattung über nichtfinanzielle Belange selber, sondern der **Aufbau und die Implementierung eines vorgelagerten Nachhaltigkeitsmanagements**, welches erforderlich ist, um am Ende überhaupt über geforderte **ESG-Belange berichten zu können**. Dazu zählen zum Beispiel die Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse, die Identifizierung und Bewertung von ESG-Risiken und Chancen, die Festlegung der strategischen Stoßrichtung des Unternehmens und das Setzen von smarten Nachhaltigkeitszielen.“

SUSANNA GROSS
Senior Managerin im Bereich Climate Change and Sustainability Services, EY Österreich
[linkedin.com/in/susanna-gross-bb445099](https://www.linkedin.com/in/susanna-gross-bb445099)

„Unternehmen werden ihr Geschäftsgebaren sehr detailliert analysieren müssen – und das über das eigene Betriebstor hinaus! Sie müssen mögliche Impacts, die sie auf Umwelt und Menschen haben, nicht nur ermitteln, sondern auch offenlegen, wie sie planen, diese zu minimieren. Das heißt, **Nachhaltigkeit muss im Unternehmen erst einmal über alle Ebenen implementiert werden, bevor sie überhaupt gemessen und darüber berichtet werden kann**. Das bedarf großen Veränderungen in Mindset, Prozessen und Datenmanagement.“

JELA MOHR
ESG-Managerin von Wolf Theiss Rechtsanwälte
[linkedin.com/in/jela-mohr-61150551](https://www.linkedin.com/in/jela-mohr-61150551)

„Die CSRD-Umsetzung kann zu einer ressourcenintensiven Compliance-Übung verkommen oder für das Unternehmen einen tatsächlichen Wert stiften. Für Zweiteres spielen **Bewusstseinsbildung und hausinterner Kompetenzaufbau eine wichtige Rolle**. Nur so kommen die neuen Anforderungen im Tagesgeschäft und bei den entsprechenden Personen an. Unternehmen, in denen von Anfang an eigene Mitarbeiter:innen einen guten Teil der CSRD-Umsetzung übernehmen, haben dabei oft die Nase vorne. **Hier kann das Wissen organisch wachsen – zumindest beobachten wir das bei den Teilnehmer:innen unserer Workshops für Umsetzer:innen.**“

BIRGIT HABERL
ESG-Expertin und Co-Gründerin von susform
[linkedin.com/in/birgithaberl](https://www.linkedin.com/in/birgithaberl)