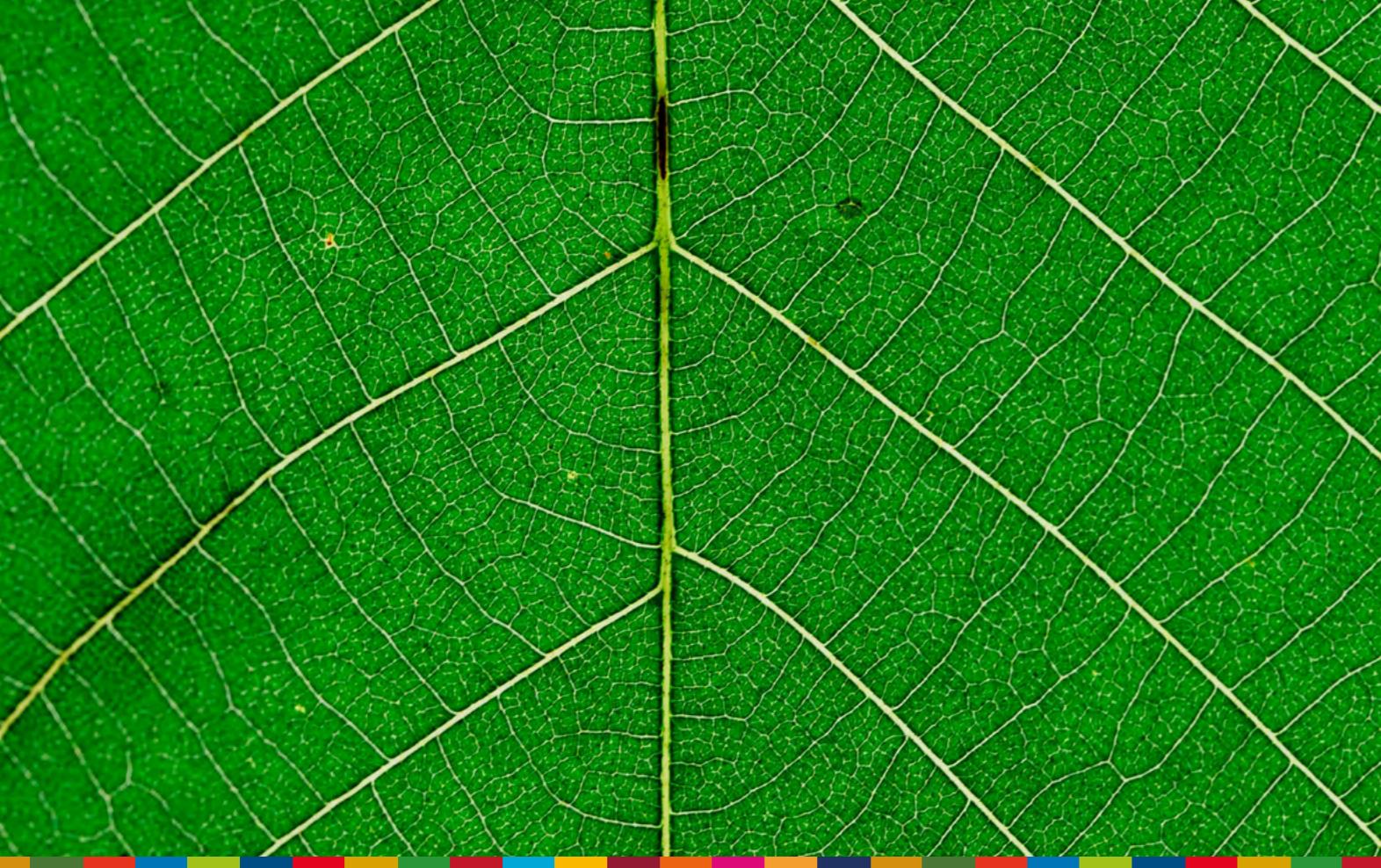


# In 7 Schritten zum Nachhaltigkeits- bericht



**Ein Leitfaden für Klein- und Mittelunternehmen (KMU)**



## Impressum

**Medieninhaber und Herausgeber:** respACT – austrian business council for sustainable development, Wiedner Hauptstraße 24/11, 1040 Wien  
Verein gemäß Vereinsgesetz 2002, ZVR-Zahl: 983500593

**Vertretungsbefugte Person:** Mag.<sup>a</sup> Daniela Knieling, Geschäftsführung respACT  
**Für den Inhalt verantwortlich:** Mag.<sup>a</sup> Daniela Knieling, Geschäftsführung respACT

**Fachliche Redaktion:** Mag.<sup>a</sup> Brigitte Frey (Fachliche Leitung), Dipl.-Ing. Georg Rogl (EY denkstatt Österreich), Madeleine Kirner (EY denkstatt Österreich), Mag. Andreas Gumpetsberger (orangecosmos), Mag. Dr. Harald Schützinger (orangecosmos), Dipl.-Ing. Richard Tuschl (TRIACON Consulting), Yannis Friebel (respACT), Natascha Rohe MSc (respACT), Madeleine Velan MA (respACT)

**Fachliche Durchsicht:** Dipl.-Ing.<sup>in</sup> Monika Brom (Umweltbundesamt)

**Grafik:** Kathi Reidelshöfer, Andreas Dvořák

Vielen Dank an das Redaktionsteam und alle, die dieses Projekt unterstützt haben.

**Kontakt:** Tel.: +43 1 7101077-0, E-Mail: [office@respact.at](mailto:office@respact.at), Web: [respact.at](http://respact.at)

**Zweck des Vereins:** Die Weiterentwicklung und Verbreitung der Konzepte unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR), nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development) sowie der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDGs) gemäß § 2 der Vereinsstatuten.

**Haftungsausschluss:** Die Inhalte dieses Leitfadens wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte kann jedoch keine Gewähr übernommen werden. Der Leitfaden stellt keine rechtliche, steuerliche oder sonstige Beratung dar und ersetzt keine individuelle Beratung. Der Verein "respACT – austrian business council for sustainable development" (kurz "respACT") übernimmt keine Haftung für Schäden, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargestellten Informationen entstehen. Ebenso übernimmt der Verein "respACT" keine Verpflichtung zur Aktualisierung der veröffentlichten Informationen und ist insbesondere nicht verpflichtet, den Leitfaden laufend an neue Entwicklungen anzupassen. Für die Inhalte verlinkter externer Webseiten ist stets der jeweilige Anbieter verantwortlich. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden derartige Links umgehend entfernt. Für Druckfehler und Irrtümer wird keine Haftung übernommen.

**Nutzungsrechte:** Eine kommerzielle Nutzung, Vervielfältigung oder Weiterverbreitung dieses Leitfadens – ganz oder in Teilen – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Vereins „respACT“ gestattet.

**Versionsstand:** Überarbeitete Version vom 16. Dezember 2025

**Erscheinungsort:** Wien

**Förderhinweis:** Gefördert wurde der Leitfaden vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Die Fördergeber übernehmen keine inhaltliche Verantwortung für den Leitfaden.

## Vorwort

Nachhaltigkeit ist heute mehr als nur ein Schlagwort – sie ist ein wichtiger Bestandteil der DNA vieler Klein- und Mittelunternehmen (KMU) in Österreich und weltweit. Bei respACT verstehen wir gleichzeitig die Herausforderungen, vor denen KMU im Zuge der Nachhaltigkeitsberichterstattung stehen, insbesondere wenn Ressourcen und Budgetmittel knapp sind. Als führende Unternehmensplattform für nachhaltiges Wirtschaften haben wir uns verpflichtet, österreichische Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr nachhaltiges Engagement zu stärken.

Dies tun wir auf verschiedenen Wegen, sei es bei unserem Flagship-Event, dem csrTAG, inspirierenden Netzwerktreffen oder hochwertigen Weiterbildungsangeboten im Rahmen unserer Online Academy. Bei uns steht die Vermittlung von essenziellen Kompetenzen im Mittelpunkt. Wir begleiten Unternehmen durch praxisorientierte Schulungen und Events, damit sie ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen können. Wir glauben an den Austausch von Wissen und Erfahrung als Grundpfeiler für nachhaltige Partnerschaften.

Dieser Leitfaden ist Ihr Begleiter auf dem Weg, verantwortungsvolles Handeln strategisch zu planen, schriftlich festzuhalten und an Ihre Anspruchsgruppen zu kommunizieren. Als KMU haben Sie die einzigartige Möglichkeit, Ihre persönlichen Beziehungen zu nutzen und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. In Österreich sind besonders die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Motor unserer Wirtschaft und gestalten aktiv die Zukunft mit.

respACT ist überzeugt davon, dass Sie mit Ihrem nachhaltigen Engagement „der Zukunft ein Gesicht geben“ können. Dieser Leitfaden soll Ihnen dabei helfen. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg auf Ihrem Weg und freue mich auf die inspirierende Lektüre Ihrer Nachhaltigkeitsberichte.

Mit nachhaltigen Grüßen

**Daniela Knieling**  
Geschäftsführerin, respACT

# Über den Leitfaden

Die Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln verändern sich in den letzten Jahren stetig und Nachhaltigkeit wird zunehmend als strategischer Erfolgsfaktor wahrgenommen. Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und die damit verbundenen European Sustainability Reporting Standards (ESRS) legen für große Unternehmen umfangreiche Berichtspflichten fest. Doch die EU geht inzwischen über eine reine Regulierung hinaus: Mit dem Clean Industrial Deal öffnet sich ein neues Kapitel, in dem Dekarbonisierung, Kreislaufwirtschaft und industriepolitische Wettbewerbsfähigkeit zusammen gedacht werden. Für KMU eröffnet sich damit eine neue Ausgangslage: Zwar sind sie nicht gesetzlich verpflichtet zur Berichterstattung. Doch der steigende Bedarf an verlässlichen Nachhaltigkeitsinformationen entlang der Wertschöpfungsketten, bei Finanzierungspartner\*innen oder öffentlichen Auftraggeber\*innen gewinnt zusätzlich an Bedeutung. Der kombinierte Rahmen aus CSRD/ESRS (für große Unternehmen gemäß *Omnibus I*) und die strategischen Impulse des Clean Industrial Deal zeigen, dass Nachhaltigkeit zunehmend integraler Bestandteil von Markt- und Wettbewerbsbedingungen wird und kein reines regulatorisches Randthema bleibt.

In diesem Leitfaden möchten wir KMU einen praxisnahen Weg aufzeigen, wie sie sich in diesem veränderten Umfeld positionieren können: mit klarem Fokus auf Chancen, nicht nur auf Pflichten. Wir zeigen, wie Sie schon heute – freiwillig und strukturiert – Nachhaltigkeitsinformationen aufbauen können, die den Anforderungen von Geschäftspartner\*innen, Finanzinstituten

und öffentlichen Auftraggeber\*innen gerecht werden und damit Ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Um KMU auf diesem Weg zu unterstützen, wurde der vorliegende Leitfaden von respACT in Zusammenarbeit mit erfahrenen Expert\*innen entwickelt.

Dieser Leitfaden bietet Geschäftsführer\*innen und Entscheidungsträger\*innen praxisnahe Hilfestellungen und wertvolle Umsetzungstipps für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Es werden sieben Schritte präsentiert, mit denen Sie den Weg zur Erstellung eines aussagekräftigen Nachhaltigkeitsberichts bewältigen können. Dabei werden nicht nur die grundlegenden Strukturen und Inhalte eines solchen Berichts beschrieben, sondern es wird auch verdeutlicht, warum sich für ein Unternehmen jeder einzelne Schritt der Umsetzung lohnt. Gemeinsam können wir einen positiven Wandel bewirken und eine Welt schaffen, in der Wirtschaftswachstum Hand in Hand mit sozialem Fortschritt und Umweltschutz geht. Dieser Leitfaden soll jede Form der freiwilligen Berichterstattung unterstützen. Die Erstellung eines eigenen Nachhaltigkeitsberichts steht in den einzelnen Abschnitten im Vordergrund. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass verschlanke Reports oder die Integration in die Jahresberichterstattung praktische Bedeutung bekommen.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Über den Leitfaden	4
<b>Nachhaltigkeitsberichterstattung in Klein- und Mittelunternehmen</b>	<b>6</b>
<b>Regulatorischer Rahmen</b>	<b>8</b>
<b>Zeitaufwand und Kosten</b>	<b>12</b>
<b>Frühzeitige Umsetzung ist sinnvoll</b>	<b>14</b>
<b>In 7 Schritten zum Nachhaltigkeitsbericht</b>	<b>16</b>
Schritt 1: Analyse der Ausgangssituation und Identifikation der Anspruchsgruppen	18
Schritt 2: Einbindung der Anspruchsgruppen und Feststellung der wesentlichen Themen	20
Schritt 3: Festlegung einer Nachhaltigkeitsstrategie, basierend auf dem Ist-Stand	22
Schritt 4: Ableitung konkreter Ziele und Maßnahmen	25
Schritt 5: Sammeln von potenziellen wesentlichen Indikatoren (KPIs)	28
Schritt 6: Auswertung und Interpretation der Daten	30
Schritt 7: Schreiben, Gestalten, Verbreiten	31
<b>Digitalisierungsprojekt Nachhaltigkeitsberichterstattung</b>	<b>32</b>
<b>Anhang</b>	<b>34</b>
Glossar	34
Nützliche Links zum Thema	34
Lösungen für CO <sub>2</sub> -Berechnungen / Umrechnungen	35

\* Bitte beachten Sie, dass trotz unserer intensiven Bemühungen die rasanten Entwicklungen zukünftiger Anforderungen derzeit nur bedingt vorhergesehen werden können.

# Nachhaltigkeitsberichterstattung in Klein- und Mittelunternehmen



## Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für KMU in Österreich

Kleine und mittelständische Unternehmen sind das Rückgrat der Wirtschaft in Österreich. Sie repräsentieren laut aktuellen Statistiken über 99 % aller Unternehmen im Land und beschäftigen etwa 2,5 Mio. Erwachsene, was 65 % der Beschäftigten in der marktorientierten Wirtschaft ausmacht.<sup>1</sup> In diesem Kontext spielen sie eine entscheidende Rolle bei der Förderung von nachhaltigem Wirtschaftswachstum und der Schaffung von Arbeitsplätzen. Daher ist es für KMU

von essentieller Bedeutung, ihre Geschäftspraktiken an die Anforderungen einer nachhaltigen Zukunft anzupassen. Laut *KMU im Fokus 2024* bieten 42 % der österreichischen KMU umweltfreundliche Produkte oder Dienstleistungen an, was im EU-Ranking bereits positiv hervorsticht

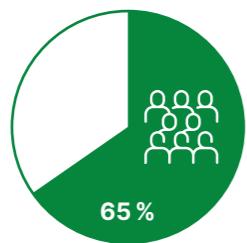
Seitens der WKO gelten KMU als Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeiter\*innen und einem maximalen Umsatz von 50 Millionen Euro beziehungsweise einer Bilanzsumme von maximal 43 Millionen Euro.<sup>2</sup>

## Zentrale KMU-Indikatoren

Anteil an der marktorientierten Wirtschaft in Prozent, Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria (Stand: November 2025)



582.500 KMU



2,5 Mio. Beschäftigte



611,0 Mrd. € Umsätze

1 Quelle: Bundesministerium Arbeit und Wirtschaft (BMAW), 2024: [kmuimfokus.at](http://kmuimfokus.at), zuletzt aufgerufen am 28.11.2025.

2 Quelle: WKO, 2024: [wko.at/zahlen-daten-fakten/kmu-definition](http://wko.at/zahlen-daten-fakten/kmu-definition), zuletzt aufgerufen am 28.11.2025.

## Kategorisierung von Klein- und Mittelunternehmen<sup>3</sup>

Unternehmenskategorie	Mitarbeiter*innen	Umsatz	Bilanzsumme
Kleinstunternehmen	< 10	≤ 2 Mio EUR	≤ 2 Mio. EUR
Kleinunternehmen	< 50	≤ 10 Mio EUR	≤ 10 Mio. EUR
Mittlere Unternehmen	< 250	≤ 50 Mio EUR	≤ 43 Mio. EUR

## Warum ist ein Nachhaltigkeitsbericht wichtig?

Unternehmen veröffentlichen freiwillig Nachhaltigkeitsberichte, auch wenn sie möglicherweise, gemäß den gesetzlichen Anforderungen, noch nicht dazu verpflichtet sind. Dies geschieht, um ihr soziales und ökologisches Engagement im Kerngeschäft transparent zu kommunizieren und Stakeholdern darzustellen. Ein solcher Bericht zeigt positive Aspekte des Status quo auf, zielt aber auch darauf ab, transparent Verbesserungspotenziale hinsichtlich sozialer und ökologischer Auswirkungen offenzulegen.

Unmittelbar zeigt sich der Nutzen eines Nachhaltigkeitsberichts nach innen und außen. Intern kann er in Unternehmen ein gesteigertes Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen und Kennzahlen schaffen sowie nachhaltige Aktivitäten evaluieren und Risiken minimieren. Des Weiteren sollten die jeweiligen Anspruchsgruppen bereits in den Entstehungsprozess miteinbezogen werden. Ein Bericht kann somit durch Transparenz und Glaubwürdigkeit gleichzeitig eine positive externe Wirkung erzielen. Denn ein Bericht, in dem die Daten eines Unternehmens authentisch erfasst und dargestellt sind, kann potenziell die Reputation eines Unternehmens verbessern und darüber hinaus neue Kund\*innen, Mitarbeiter\*innen oder Partner\*innen gewinnen. Insgesamt verfolgt dieser gleichermaßen eine Kommunikations- und Informationsfunktion.

## Aktuelle Studien zeigen: Nachhaltigkeitsberichterstattung wird zum Standard

Aktuelle europäische und internationale Studien unterstreichen die zunehmende Bedeutung strukturierter Nachhaltigkeitsberichterstattung. Laut der OECD gaben 2024 bereits 91 % der börsennotierten Unternehmen weltweit und nahezu alle großen europäischen Unternehmen Nachhaltigkeitsinformationen öffentlich bekannt.<sup>4</sup> Dieser Trend zeigt deutlich: Nachhaltigkeitsberichte sind längst kein Randphänomen mehr, sondern werden in Europa zum marktüblichen Standard.

Gleichzeitig bestätigen Unternehmensbefragungen, dass Nachhaltigkeitsberichterstattung weit über reine Compliance hinausgeht. In einer europaweiten Studie von PwC gaben mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen an, dass sie sich durch die Berichterstattung einen strategischen Mehrwert versprechen – etwa durch bessere Steuerung, verbesserte Risikoeinschätzung und Stärkung ihrer Marktposition.<sup>5</sup> Auch eine Analyse von österreichischen Unternehmen zeigt, dass über die Hälfte bereits freiwillige Nachhaltigkeitsberichte erstellt haben und dabei insbesondere positive Auswirkungen auf Reputation, Mitarbeitergewinnung und Finanzierungsmöglichkeiten wahrnehmen.<sup>6</sup>

3 In Anlehnung an: [wko.at/zahlen-daten-fakten/kmu-definition](http://wko.at/zahlen-daten-fakten/kmu-definition); diese Größenkriterien entsprechen nicht exakt jenen, welche der gesetzlichen Pflicht zur Berichterstattung zugrunde liegen.

4 Quelle: OECD, 2025: [oecd.org/en/publications/global-corporate-sustainability-report-2025\\_bc25ce1e-en.html](http://oecd.org/en/publications/global-corporate-sustainability-report-2025_bc25ce1e-en.html), zuletzt aufgerufen am 28.11.2025.

5 Quelle: PwC, 2024: [pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-global-csrd-survey.html](http://pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-global-csrd-survey.html), zuletzt aufgerufen am 28.11.2025.

6 Quelle: EY, 2025: [ey.com/de\\_at/insights/climate-change-sustainability-services/nachhaltigkeitsberichterstattung-in-oesterreich-trends-und-entwicklungen](http://ey.com/de_at/insights/climate-change-sustainability-services/nachhaltigkeitsberichterstattung-in-oesterreich-trends-und-entwicklungen), zuletzt aufgerufen am 28.11.2025.

# Regulatorischer Rahmen



Die regulatorischen Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeitsberichterstattung haben 2025 eine neue Dynamik erhalten. Nach Jahren des Aufbaus und der Ausweitung von Berichtspflichten richtet die EU ihren **Fokus nun verstärkt auf Wettbewerbsfähigkeit, Entlastung und Proportionalität**. Dieser Fokus zeigt sich im *Kompass für eine wettbewerbsfähige EU* ebenso wie im *Omnibus-Paket 2025*, das zahlreiche Berichtspflichten präzisiert, verschlankt oder zeitlich streckt.<sup>7</sup> Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ist dies eine erneute Bestätigung ihres erheblichen wirtschaftlichen Gewichts innerhalb der EU. Bereits 2023 legte die Europäische Kommission ein KMU-Entlastungspaket vor, das einfache und standardisierte Rahmen für die ESG-Berichterstattung vorsieht. Ziel ist es, KMU den

Zugang zu nachhaltigen Finanzierungen zu erleichtern und damit den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft zu unterstützen.<sup>8</sup>

Im Dialog mit EFRAG haben sowohl KMU als auch Nutzer von ESG-Informationen ein klares Signal gesetzt: Ein freiwilliger Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU – der VSME-Standard – wird ausdrücklich befürwortet. Er soll ein vereinfachtes Instrument bieten, um Informationsanfragen, von Banken und großen Unternehmen gegenüber KMU in deren Wertschöpfungsketten abzudecken.<sup>9</sup> **Mit dem VSME-Standard schafft EFRAG im Auftrag der Europäischen Kommission erstmals ein kompaktes und praxisnahe Instrument**, das KMU die Bereitstellung

standardisierter ESG-Informationen ermöglicht, ohne die komplexen Anforderungen der ESRS erfüllen zu müssen. Die EU-Kommission empfiehlt diesen Standard ausdrücklich, um die Datennachfrage zu harmonisieren, den Zugang zu nachhaltigen Finanzierungen zu erleichtern und die Wettbewerbsfähigkeit kleinerer Betriebe zu stärken.

Diese Entwicklungen markieren einen neuen Abschnitt: **weg von umfassender regulatorischer Expansion, hin zu einem ökonomisch tragfähigen und KMU-gerechten Nachhaltigkeitsrahmen**, der echte Chancen eröffnet. Unternehmen, die frühzeitig verstehen, welche Erwartungen künftig an sie gestellt werden – und welche freiwilligen Instrumente ihnen zur Verfügung stehen – verschaffen sich einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Aus Unternehmensperspektive bedeutet dies vor allem eines: nicht in den Krisenmodus zu wechseln, sondern **Chancen und Risiken systematisch in den Blick zu nehmen**. Gerade kleinere Betriebe können aufgrund ihrer Flexibilität regulatorische Neuerungen oft schneller und pragmatischer aufgreifen. Vor diesem Hintergrund sollten auch komplexe gesetzliche Änderungen und bestehende Rechtsunsicherheiten betrachtet werden. Der konsequente Aufbau eines robusten Datenmanagements sowie die Implementierung routinierter Reportingprozesse schaffen Stabilität und ermöglichen es, auch in einem sich wandelnden Umfeld souverän zu agieren.

## Drei Treiber der grünen Transformation mit Bedeutung für KMU

Weiterhin gilt: Für KMU besteht keine gesetzliche Pflicht zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts. Gleichzeitig zeigt sich jedoch unverändert ein klarer Trend: Geschäftspartner, Förderstellen, Banken und Aufsichtsbehörden verlangen spezifische Nachhaltigkeitsinformationen.

Der Fokus der Berichterstattung kann unterschiedlich gelegt werden. Es gibt jeweils gute Gründe dafür, den Schwerpunkt der Berichterstattung vorrangig auf

„grüne“ Aspekte zu legen, also auf ökologisch wirksame Veränderungen oder aber Nachhaltigkeit zusätzlich in Bezug auf soziale und gesellschaftliche Kriterien zu analysieren und zu dokumentieren. Aufgrund nationaler und internationaler Maßnahmenpakete gegen den Klimawandel ist die „ökologische Brille“ jedenfalls von Bedeutung. Es lassen sich vier wichtige Impulsgeber im regulatorischen Bereich festmachen, die in unterschiedlicher Weise Erfordernisse zur Berichterstattung bewirken.<sup>10</sup>

### 1. Finanz- und Kapitalmarkt, Finanzierung

Eine zentrale Aufgabe von Aufsichtsbehörden ist es, die Stabilität von Finanz- und Kapitalmärkten sicherzustellen. Die Analyse von ESG-Risiken (ESG – Environmental Social Governance oder zu Deutsch: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) gewinnt damit im Bankensektor zunehmend an Bedeutung.

Für KMU zählen Finanzierungsfragen zu den sensibelsten Aspekten ihrer langfristigen Sicherung und Wettbewerbsfähigkeit. Die EBA-Leitlinien für die Kreditvergabe und -überwachung bringen hierbei wesentliche Veränderungen mit sich. Banken sind zunehmend verpflichtet, ESG-bezogene Risiken ihrer Kreditnehmer\*innen zu bewerten mit besonderem Augenmerk auf Umweltfaktoren, klimabezogene Auswirkungen sowie die Wirksamkeit vorhandener Maßnahmen zur Risikominderung. Die wachsende Bedeutung einer „ökologisch nachhaltigen Kreditvergabe“ zeigt deutlich, dass der laufende Transformationsprozess bereits heute konkrete Chancen, aber auch neue Anforderungen für KMU schafft.



**Praxistipp**  
Nehmen Sie Kontakt mit Ihrer Bank auf und klären Sie, welche ESG-Daten heute und künftig verlangt werden, und ob ein Bericht nach VSME oder andere strukturierte Offenlegungsformate sinnvoll sind.

7 [Omnibus I package – Commission simplifies rules on sustainability and EU investments, delivering over €6 billion in administrative relief – Finance](#)

8 Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: KMU-Entlastungspaket (COM(2023) 535 final vom 12.9.2023).

9 Empfehlung der Kommission vom 30.7.2025 für einen Standard für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung kleiner und mittlerer Unternehmen, C(2025) 4984 final vom 30.7.2025.

10 Die Ausführungen dieses Kapitels enthalten Zitate einer umfassenden Recherche und eines Fachbeitrags der Autorin: Nachhaltige Finanzierung von KMUs (Brigitte Frey) in Zahradník/Richter-Schöller, Nachhaltig Finanzieren, Linde Verlag, 2023.

## 2. EU Masterplan 2025 – 2029

In den beiden EU-Strategiepapiere *Kompass für eine wettbewerbsfähige EU<sup>11</sup>* und *Deal für eine saubere Industrie: Ein gemeinsamer Fahrplan für Wettbewerbsfähigkeit und Dekarbonisierung<sup>12</sup>* wird ein neuer Rahmen für nachhaltigen Wohlstand und langfristige Wettbewerbsfähigkeit in Europa beschrieben. Während die Omnibus-Pakete vor allem weniger Bürokratie, weniger Überschneidungen und klarere Vorschriften schaffen sollen, setzt die EU ökologisch – und in Fortführung des Green Deals – auf konsequente Dekarbonisierung und eine echte Kreislaufwirtschaft. Ziel ist die Stärkung und Zukunftssicherung der europäischen Wirtschaftsstandorte. Auch für KMU ist es entscheidend, diese Dynamik zu verstehen, denn sie führt indirekt zu neuen Erwartungen innerhalb eines sich rasant entwickelnden Nachhaltigkeits-Ökosystems.

Ein zentraler Aspekt ist der sogenannte **Trickle-down-Effekt**: Selbst wenn ein KMU nicht unmittelbar der Nachhaltigkeitsberichterstattung unterliegt, können große Geschäftspartner, Banken oder öffentliche Auftraggeber dennoch ESG-Informationen anfordern, etwa zur Erfüllung ihrer eigenen gesetzlichen Pflichten oder internen Richtlinien. Mit dem VSME-Standard soll der Umfang der Informationsanforderungen entlang der Wertschöpfungskette künftig klarer eingegrenzt und für KMU handhabbarer werden.

Bereits mit dem *Aktionsplan: Finanzierung nachhaltigen Wachstums<sup>13</sup>* legte die Europäische Kommission den Grundstein dafür, Kapitalströme systematisch in Richtung nachhaltiger Investitionen umzulenken. Ziel ist es, ein nachhaltiges und inklusives Wachstum zu fördern und gleichzeitig finanzielle Risiken zu verringern, die aus Klimawandel, Ressourcenknappheit, Umweltzerstörung oder sozialen Herausforderungen entstehen.

Dabei wäre es zu kurz gegriffen, lediglich die Kapitalmärkte in den Blick zu nehmen. Angesichts von rund 23 Millionen KMU in der EU betont die Kommission ausdrücklich, dass gerade kleine und mittlere Unternehmen Zugang zu nachhaltigen

Finanzierungsinstrumenten benötigen.<sup>14</sup> Allerdings ist dieser Übergang für viele KMU anspruchsvoll: Häufig fehlen personelle Kapazitäten, fachliches Know-how oder zeitliche Ressourcen, um sich systematisch mit nachhaltigen Finanzierungsoptionen auseinanderzusetzen. Kapitalgeber zeigen hierfür jedoch nur begrenzt Verständnis – zu hoch ist der Druck, der auf ihren eigenen regulatorischen Verpflichtungen und strategischen Entscheidungen lastet.



### Praxistipp

Fragen Sie aktiv Ihre Hauptkund\*innen, Lieferant\*innen oder Investor\*innen, **welche Nachhaltigkeitsinformationen sie von Ihnen erwarten bzw. benötigen**. Erwägen Sie den freiwilligen Einsatz des VSME-Standards als standardisierte Antwort auf solche Datenanfragen.

## 3. Standardsetzer für Nachhaltigkeitsberichterstattung

Der bedeutendste Impuls kommt von den europäischen Standardsetzern (EFRAG beauftragt von der EU-Kommission). **Die European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** gelten als Ausgangspunkt zahlreicher Berichtspflichten unter der CSRD, die durch die Gliederung des Standard-Sets nach E(nvironment), S(ocial) sowie G(overnance) Grundlage für ein strukturiertes ESG-Reporting sind.

Gleichzeitig soll der **VSME-Standard** eine freiwillige, proportionale Alternative speziell für KMU bieten. Im Rahmen des Omnibus-Prozesses werden Entwürfe zur Reduktion der verpflichtenden Datenpunkte (teils über 50 % weniger) und zur Vereinfachung der Struktur der ESRS vorgelegt. Indirekt bietet dies auch für Unternehmen die Voraussetzung um Anwendungen praktikabler zu gestalten.

Am 30. Juli 2025 veröffentlichte die EU-Kommission ihre **Empfehlung C (2025) 4984 final**, die nicht-börsennotierten KMU und Kleinstunternehmen den **VSME-Standard** als freiwilliges Rahmenwerk nahelegt. Der VSME ist modular aufgebaut (Basic vs. Comprehensive Module). Er deckt ähnlich gelagerte Schnittstellen zu ESRS ab, berücksichtigt aber speziell die Ressourceneinschränkungen kleinerer Unternehmen. Zudem soll der VSME als „**Cap**“ für **Berichtsanfragen entlang der Wertschöpfungskette** dienen: Unternehmen, die Nachhaltigkeitsdaten von KMU anfordern, sollen ihre Anfragen möglichst auf das im VSME definierte Maß beschränken.



### Praxistipp

Verfolgen Sie die aktuellen Versionen von ESRS und VSME. Auch wenn Ihr Unternehmen nicht berichtspflichtig ist, kann die freiwillige Anwendung des VSME Ihnen helfen, **konsistente ESG-Informationen standardisiert und ressourcenschonend bereitzustellen** – und damit gegenüber Banken, Förderstellen und Geschäftspartnern zu punkten. Informieren Sie sich regelmäßig mittels der Aussendungen von respACT, wann konkret diese neuen Standards zu erwarten sind und wie Sie sich bestmöglich darauf vorbereiten können.

## 4. Eine neue Dimension der Berichterstattung – EU-Taxonomie-Verordnung, Artikel 8: Reporting

Die **EU-Taxonomie-Verordnung ist ein Klassifikationssystem**, das definiert, wann eine Wirtschaftstätigkeit als „ökologisch nachhaltig“ gilt. Sie ist kein Label, aber eine verbindliche Referenz für die Einordnung von Umsätzen, Investitionen (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx). Unternehmen, die unter die Berichtspflichten der CSRD fallen, müssen bereits heute zusätzlich nach Artikel 8 der Taxonomie-VO Offenlegungen Angaben zu **taxonomiekonforme Umsätze, Investitionen und Betriebsausgaben** veröffentlichen. Neuere Vorschläge im Rahmen der Omnibus-Verordnung sehen neue **Wesentlichkeitsschwellen** vor. Hier gilt es abzuwarten, welche Anforderungen in Kraft treten werden.



### Praxistipp

Prüfen Sie bei Förderanträgen oder Bankgesprächen, ob Angaben zu Taxonomiekonformität verlangt werden. Verschaffen Sie sich einen Überblick über mögliche relevante Geschäftsaktivitäten und potenzielle Chancen durch Taxonomiekonformität.

11 Quelle: [commission.europa.eu/topics/competitiveness/competitiveness-compass\\_de](https://commission.europa.eu/topics/competitiveness/competitiveness-compass_de), 29.1.2025.

12 Quelle: [commission.europa.eu/topics/competitiveness/clean-industrial-deal\\_de](https://commission.europa.eu/topics/competitiveness/clean-industrial-deal_de), 26.2.2025.

13 Quelle: [finance.ec.europa.eu/publications/renewed-sustainable-finance-strategy-and-implementation-action-plan-financing-sustainable-growth\\_en](https://finance.ec.europa.eu/publications/renewed-sustainable-finance-strategy-and-implementation-action-plan-financing-sustainable-growth_en), 8.3.2018.

14 Quelle: [eur-lex.europa.eu/DE/legal-content/glossary/small-and-medium-sized-enterprises.html](https://eur-lex.europa.eu/DE/legal-content/glossary/small-and-medium-sized-enterprises.html), 15.11.2023.

# Zeitaufwand und Kosten



Nachhaltigkeitsberichterstattung ist längst keine alleinige Aufgabe mehr für Marketingabteilungen. Es wird stets ein interdisziplinäres Team benötigt, um auf allen Ebenen das Nachhaltigkeitsthema zu fördern. Es gilt, Tendenzen zum „Greenwashing“ zu vermeiden. Wird ein Reporting mit den beschriebenen Schritten in Angriff genommen, erstellt und in der Folge weiterentwickelt, entsteht ein durchaus beachtlicher Aufwand im Unternehmen, der sich im Umkehrschluss aufgrund der positiven Effekte wieder rechnen soll. In manchen Fällen kann die Entscheidung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung alternativlos sein, weil Geschäftspartner\*innen auf die Informationen angewiesen sind.

Es sind Zeit- und Kostenaufwand stark von der Teamgröße getrieben. Der Zeitaufwand für einen Nachhaltigkeitsbericht ist darüber hinaus letztlich davon abhängig, ob die in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Datenanforderungen bereits erfüllt sind bzw. die Daten rasch im bestehenden Business Intelligence System bzw. Controllingtool ergänzt werden können.

Wenn bereits in der Vergangenheit Aspekte der Nachhaltigkeit von CO<sub>2</sub>-Bilanzierungen oder -Quantifizierungen bis hin zu sozialen Kennzahlen in der Unternehmenssteuerung einbezogen wurden, so wird die

Überarbeitung und Ergänzung mit überschaubarem Aufwand zu bewerkstelligen sein. Wenn darüber hinaus der revolvierende Prozess zum Nachhaltigkeitsmanagement laufend gut dokumentiert wird, ist die Überführung in einen Bericht, den auch die Berichtsadressat\*innen leicht lesen können, mit relativ wenig Aufwand durchführbar.



## Praxistipp

- Stellen Sie ein Team zusammen, damit Sie zumindest folgende Kompetenzen bündeln:
- Prozessleitung für Wesentlichkeitsanalyse, Strategie, Programm bis zur Datenaufbereitung
  - Fachliche Expertise für die Messung der Nachhaltigkeitsperformance
  - Datenmanagement und korrekte Kennzahlenaufbereitung
  - Überführung der Prozessdokumentation mit allen Festlegungen und Kennzahlenaufbereitungen in einen lesbaren Bericht

Je nach Reifegrad der Organisation und Fortschritt im Nachhaltigkeitsmanagement ist der Arbeitsumfang (analog zu Bekleidungsgrößen von S bis XL) wie folgt zu sehen:

Schritt	Inhalt und Nutzen	Aufwand
1. Regulatorische Anforderungen sammeln und auf Relevanz für das eigene Unternehmen prüfen (ohne vertiefte Bearbeitung)	CSR/Taxonomie-Verordnung und die ESRS, Lieferkettenregulative bzw. Bankenregulative auf Anwendungspflicht prüfen (d.h., die Erfüllung aller Regulatorien ist per se in dieser Phase noch nicht das Ziel).	S
2. Ist-Analyse	Stand der Unternehmensstrategie und der vor- und nachgelagerten ESG-relevanten Schritte.	M
3. Identifizieren der wesentlichen ESG-Themen sowie deren Priorisierung	Grundlage für alle weiteren Arbeiten und Schritte, insbesondere für die Inhalte und KPIs im Nachhaltigkeitsbericht.	M
4. Nachhaltigkeitsstrategie festlegen	Jedes Unternehmen hat andere Pläne. Strategie hilft, die Aktivitäten und Maßnahmen zu fokussieren. Klärung des Warums bzw. des Was.	M
5. Ziele und Maßnahmen ableiten	Wie setzen Sie Ihre Strategie konkret um? Wer macht was bis wann?	L
6. Datenerhebung und -sammlung	Von Anfang an effizient in der Datenerhebung zu sein, spart viel Zeit in der Berichterstattung und reduziert Fehlerquellen. „Der frühe Vogel fängt den Wurm!“	XL
7. Datenanalyse und -auswertung	Nur wer Fortschritt misst, kann laufend besser werden.	M
8. Berichterstellung	Je nach Unternehmensgröße als Teil des Jahresabschlusses verpflichtend. Ebenso fordern Großkund*innen und Finanzpartner*innen im Geschäftsverkehr Nachhaltigkeitsinformationen.	M

# Frühzeitige Umsetzung ist sinnvoll



Der regulatorische Rahmen mag komplex erscheinen und inwiefern einzelne Unternehmen davon betroffen sind, ist in manchen Fällen noch unklar. Macht es dann in dieser Situation Sinn, das Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die unternehmerische Agenda zu setzen? Wichtig ist, dass es nicht vorrangig darum geht, jährlich einen Bericht zu erstellen, sondern vielmehr darum, ein internes und externes Controllinginstrument zu etablieren, das regelmäßig eingesetzt wird, um Steuerungs- und Kommunikationsaktivitäten zu unterstützen.

Worauf sollten Sie sich dabei einstellen? Es lässt sich feststellen, dass bereits jetzt vermehrt Kennzahlen und Informationen bereitzustellen sind, etwa in folgenden Zusammenhängen:

- Antragstellung zur Kreditfinanzierung u. dgl.
- Projekte und Kooperationsvorhaben mit Geschäftspartner\*innen
- Förderansuchen, die bereits in den Basisinformationen ESG- und Nachhaltigkeitsfaktoren in der Beurteilung einfließen lassen
- Teilnahme an Ausschreibungen aufgrund der Vergabekriterien
- Initiativen des Mitbewerbs z.B. zum „Product Carbon Footprint“
- Positionierung zu einer zukunftsfähigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung
- Weitere

## Verständnis für EU-Standards entwickeln

Jeder Einzelfall verlangt die gezielte Aufbereitung von Information, zumeist wird es mehrere Umstände geben, die dazu veranlassen können. Mit einer passiven Herangehensweise setzen sich Unternehmen der Gefahr aus, Anfragen zu Nachhaltigkeitskennzahlen von unterschiedlichen Akteur\*innen nicht angemessen und aussagekräftig beantworten oder gar entsprechenden Verpflichtungen nicht nachkommen zu können. Es bleibt zu hoffen, dass sich durch die Anwendung der EU-Standards für Nachhaltigkeitsberichte von KMU ein weitreichendes Verständnis von Zumutbarkeit und Notwendigkeit entwickelt.

## Zeitnahe Lösungen finden

Weil Änderungen von Standards immer wieder zu erwarten sind, ist es von Nutzen, zeitnahe Lösungen zu suchen. Indem Sie bereits heute in die richtige Richtung gehen, können Sie sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und besser auf die kommenden Veränderungen vorbereitet sein.

## Selbstreflexion und Integration in Businessplänen

Ein gelungener Startpunkt beginnt mit einer gründlichen Selbstreflexion. Sie können Ihre aktuellen Nachhaltigkeitsaktivitäten überprüfen und identifizieren, wo Verbesserungen möglich sind. Die Integration dieser Erkenntnisse in strukturierte Businesspläne ist entscheidend. Diese Pläne bringen nicht nur eine klare Richtung für Ihr nachhaltiges Geschäftsmodell, sondern erleichtern auch die Integration mit Finanzsystemen.

Nachhaltigkeitsberichte stellen nur die Spitze des Eisbergs dar. Zuverlässige und authentische Informationen können nur generiert werden, wenn die Grundlagen gelegt und die notwendigen Vorarbeiten geleistet werden. Überlegen Sie, wie Sie Ihre internen Prozesse und Datenerfassungsmethoden im Unternehmen robust und zuverlässig gestalten können.

## Legen Sie los!

Sammeln Sie praktische Erfahrungen in Ihrem eigenen Unternehmen und starten Sie frühzeitig. Ihr Zeiteinsatz ist eine sinnvolle Investition in die erfolgreiche Steuerung Ihres Unternehmens. Akzeptieren Sie, dass nicht alles von Anfang an reibungslos funktionieren wird. Auch die nachfolgenden Beispiele in den einzelnen Kapiteln sind nicht zwingend perfekt. Wir alle befinden uns auf dem Lernpfad der nachhaltigen Transformation: Schritt für Schritt!

Mithilfe der folgenden 7 Schritte zum Nachhaltigkeitsbericht können Sie ein bedeutendes Etappenziel auf diesem Weg erreichen.



# In 7 Schritten zum Nachhaltigkeitsbericht

## Die 7 Schritte im Überblick

### Schritt 1: Analyse der Ausgangssituation und Identifikation der Anspruchsgruppen

- Überlegen Sie, was der Anlassfall für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts ist und welche Ziele Sie damit verfolgen.
- Erstellen Sie einen Zeitplan und legen Sie das Team fest, das die Berichterstattung bearbeitet.
- Analysieren Sie Ihre Wertschöpfungskette und Ihre Anspruchsgruppen.

### Schritt 2: Einbindung der Anspruchsgruppen und Feststellung der wesentlichen Themen

- Ermitteln Sie eine Strategie zur Einbindung der Anspruchsgruppen.
- Führen Sie eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durch, um nur die wirklich relevanten Themen in dem Bericht aufzunehmen.
- Berichten Sie über Ihre wesentlichen Themen bzw. Datenpunkte mithilfe einer „Wesentlichkeitsmatrix“.

### Schritt 3: Festlegung einer Nachhaltigkeitsstrategie, basierend auf dem Ist-Stand

- Definieren Sie Ihr Geschäftsmodell in Verbindung mit Ihren wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten.
- Entwickeln Sie eine Nachhaltigkeitsstrategie und integrieren Sie diese in Ihre Unternehmensstrategie.

### Schritt 4: Ableitung konkreter Ziele und Maßnahmen

- Leiten Sie aus dem Status quo konkrete Ziele und Maßnahmen für Ihr Unternehmen ab und denken Sie Messbarkeit und Evaluierung von Beginn an mit.
- Lassen Sie diese in Ihre Nachhaltigkeitsstrategie einfließen.

### Schritt 5: Sammeln von potenziellen wesentlichen Indikatoren (KPIs)

- Bestimmen Sie Zuständigkeiten und Prozessablauf für Datensammlung und -aufbereitung.
- Definieren und analysieren Sie Indikatoren für wesentliche Themen.

### Schritt 6: Auswertung und Interpretation der Daten

- Stellen Sie Zuverlässigkeit und Verlässlichkeit der Informationen sicher.
- Bereiten Sie Ihre Daten standardkonform auf.
- Führen Sie regelmäßige Abweichungsanalysen und -interpretationen durch.

### Schritt 7: Schreiben, Gestalten, Verbreiten

- Definieren Sie die Zielgruppe(n) Ihres Nachhaltigkeitsberichts.
- Stellen Sie Ihre Kernbotschaften übersichtlich und verständlich dar.
- Machen Sie medial, über diverse Kanäle, auf Ihren Bericht aufmerksam.
- Bereiten Sie den Bericht gegebenenfalls nach anwendbaren Richtlinien, Standards etc. auf.
- Feiern Sie den erfolgreichen Abschluss.

# Schritt 1: Analyse der Ausgangssituation und Identifikation der Anspruchsgruppen

- Überlegen Sie, was der Anlassfall für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts ist und welche Ziele Sie damit verfolgen.
- Erstellen Sie einen Zeitplan und legen Sie das Team fest, das die Berichterstattung bearbeitet.
- Analysieren Sie Ihre Wertschöpfungskette und Ihre Anspruchsgruppen.

## Analyse der Ausgangssituation

Überlegen Sie, was Ihr Anlassfall für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts ist. Wie kam es zur Entscheidung für einen Bericht? Wer fordert Sie zu einer Berichterstattung auf (z.B. die Hausbank aufgrund des Ratings, eine Versicherung, Ihre Kund\*innen in Hinsicht auf Ihre Produkte und Dienstleistungen, Ihre Branche, andere Teilnehmer\*innen in der Wertschöpfungskette etc.)? Welche Anforderungen stellen diese Anspruchsgruppen an Sie und welche Informationen fordern diese? Erstellen Sie hierzu eine Anforderungsliste, welche Daten im Bericht daher auf jeden Fall aufzunehmen sind. Legen Sie darüber hinaus die Ziele fest, die Sie mit der Berichterstattung verfolgen, und klären Sie, welche Anspruchsgruppen Sie bedienen möchten. Es ist auch hilfreich, Ihren Wissensstand und den Ihrer Mitarbeiter\*innen zum Thema zu eruieren und eine Selbsteinschätzung zu treffen, ob Sie externe Unterstützung bei der Erstellung des Berichts benötigen.

## Erstellung Zeitplan und Projekt-Kick-off

Legen Sie das Datum der Berichtsveröffentlichung fest. Sehen Sie diesen Zeitpunkt als Ausgangspunkt und planen Sie von diesem aus rückwärts. Berücksichtigen Sie hierbei auch den Fertigstellungstermin Ihres Rechnungslegung-Abschluss. Dabei werden wichtige Daten erhoben, die für den Nachhaltigkeitsbericht von Bedeutung sind. Rechnen Sie für den Prozess der Erstellung mit mehreren Monaten bis zu einem Jahr, denn oft sind die Erhebung relevanter Kennzahlen und die Wesentlichkeitsanalyse gerade zu Beginn durchaus umfangreich. Veranalten Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiter\*innen ein „Kick-off-Event“, um dadurch ein Signal zu setzen.

## Teamzusammenstellung und Festlegung der Verantwortungen

Stellen Sie Ihr Team zusammen und legen Sie fest, wer für die Datenerhebung (z.B. Umwelt, Personal etc.) und die inhaltliche Aufbereitung der übergeordneten Themen verantwortlich ist. Bilden Sie Ihr Team möglichst abteilungsübergreifend und bündeln Sie Kompetenzen und Fähigkeiten aus dem ganzen Unternehmen. Falls das Projekt an eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter übergeben wird, dann versichern Sie ihr/ihm, dass Sie als Geschäftsführung ihr/ihm Rückhalt gewähren.

## Analyse der Wertschöpfungskette und Identifikation der Anspruchsgruppen

Die Analyse der Wertschöpfungskette ist ein entscheidendes Instrument zur Bewertung und Optimierung der internen Prozesse eines Unternehmens, auch als Ausgangspunkt für die Wesentlichkeitsanalyse. Sie ermöglicht es, den gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder einer Dienstleistung zu verstehen und die involvierten Akteur\*innen (Anspruchsgruppen / Interessengruppen / Stakeholder), Ressourcen und Prozesse zu identifizieren.

Die Wertschöpfungskette beschreibt den Weg, den ein Produkt oder eine Dienstleistung von der Rohstoffgewinnung über die Produktion, die Nutzung bis zum Lebensende durchläuft. Sie ist in vor- und nachgelagerte Prozesse unterteilt.

## Die Wertschöpfungskette



**Aktuelle Position bestimmen:** Um die eigene Position in der Wertschöpfungskette zu bestimmen, ist es wichtig, die vor- und nachgelagerten Partner\*innen und Akteur\*innen zu identifizieren. Wer sind die Lieferant\*innen von Rohstoffen oder Vorprodukten? Welche Unternehmen sind an der Produktion beteiligt? Wer sind meine internen Interessengruppen? Wer sind meine Abnehmer\*innen?

**Anspruchsgruppen (Stakeholder)** sind alle Organisationen, Personen oder Gruppen, die auf Ihr Unternehmen Einfluss haben und/oder die von Ihren Aktivitäten betroffen sind und/oder Interesse am Unternehmen haben. Unterschieden werden interne (z.B. Mitarbeiter\*innen) und externe (z.B. Lieferant\*innen) Anspruchsgruppen. Mögliche Anspruchsgruppen sind: Mitarbeiter\*innen, Eigentümer\*innen, Banken, Versicherungen, Lieferant\*innen, Kund\*innen, Anrainer\*innen, Behörden, Politik, Medien, Verbände etc. Denken Sie dies weitläufig – auch Natur und Gesellschaft können als Anspruchsgruppen betrachtet werden.

**Produkterstellung und Kapital:** Analysieren Sie für jede Phase der Wertschöpfungskette, was produziert wird und welche Ressourcen dafür benötigt werden. Dies beinhaltet Rohstoffe, Arbeitskraft, Maschinen, Technologie und Kapital. Eine genaue Aufschlüsselung dieser Faktoren hilft auch dabei, Effizienzpotenziale zu erkennen und Ressourcen gezielt einzusetzen.

**Input-Output-Analyse:** Die Input-Output-Analyse ist ein entscheidendes Werkzeug, um den Einfluss der Wertschöpfungskette auf die Umwelt und die Gesellschaft zu bewerten. Dabei werden die Eingangs- und Ausgangsströme in jeder Phase analysiert. Welche Umweltauswirkungen hat die Rohstoffgewinnung? Wie hoch sind die Emissionen während der Produktion? Etc.

**Verständnis der Wertschöpfungskette:** Am Ende der Analyse sollten Sie ein tiefes Verständnis für Ihre Wertschöpfungskette entwickelt haben. Dies ermöglicht Ihnen, potenzielle sowie tatsächliche negative und positive Auswirkungen, Risiken und Chancen zu erkennen, Effizienzpotenziale zu identifizieren sowie Ihre negativen Auswirkungen zu reduzieren und die Zufriedenheit der Stakeholder zu steigern. Eine kontinuierliche Überwachung und Anpassung der Wertschöpfungskette ist entscheidend, um den sich ständig ändernden Anforderungen und Erwartungen gerecht zu werden. Insgesamt ist die Analyse der Wertschöpfungskette ein wesentlicher Schritt zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, zur Minimierung von Risiken und zur Verbesserung der Nachhaltigkeit Ihres Unternehmens. Sie ermöglicht es, die internen Prozesse und deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft besser zu verstehen und gezielt zu optimieren. Bei der Analyse Ihrer Wertschöpfungskette könnte auch der SDG Kompass eine gute Unterstützung sein.

## Was ist der SDG Kompass?

- Die Abkürzung SDG(s) steht für den englischen Ausdruck Sustainable Development Goal(s) und fasst die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zusammen.
- Der SDG Kompass ist ein Leitfaden, der in fünf Schritten die Ausrichtung unternehmerischen Handelns entlang der SDGs beschreibt.



SDG Kompass

## Schritt 2: Einbindung der Anspruchsgruppen und Feststellung der wesentlichen Themen

- Entwickeln Sie eine klare Strategie zur Einbindung Ihrer Anspruchsgruppen.
- Führen Sie eine Wesentlichkeitsanalyse durch, um die relevanten Auswirkungen, Risiken und Chancen Ihres Unternehmens zu identifizieren.
- Berichten Sie strukturiert zu Basis- und Zusatzinformationen sowie über unternehmensspezifisch relevante Themen und Datenpunkte.

### Einbindung der Anspruchsgruppen (Stakeholder)

Bereits in Schritt 1 haben Sie die wichtigsten Anspruchsgruppen entlang Ihrer Wertschöpfungskette identifiziert. Nun geht es darum, **wie** und **wie regelmäßig** Sie diese Akteur\*innen in Nachhaltigkeitsthemen einbinden. Stakeholder erwarten heute keine einmalige Befragung, sondern einen **kontinuierlichen, transparenten Dialog**. Dafür benötigt es eine gut geplante Vorgehensweise und, idealerweise, klare interne Richtlinien. Überlegen Sie für jede Stakeholdergruppe:

- Welche Erwartungen stellt sie an Ihre Produkte, Prozesse und Leistungen?
- Welche sozialen, ökologischen oder Governance-Anforderungen bestehen?
- Wie möchten diese Gruppen informiert oder einbezogen werden?

Der Erfolg eines Nachhaltigkeitsberichts steht und fällt mit der **Relevanz der Themen** für die Stakeholder. Nur wenn diese die Inhalte als wesentlich betrachten, erfüllt der Bericht seine Funktion – intern wie extern.

### VSME als Orientierungshilfe für KMU

Der freiwillige **VSME-Standard** bietet insbesondere Klein- und Kleinstunternehmen eine praxistaugliche Grundlage dafür, welche Informationen typischerweise erwartet werden:

- Basismodul** → Mindestanforderung für alle Kleinstunternehmen (unter 10 Mitarbeitenden) und empfohlener Einstieg für andere KMU.<sup>15</sup>
- Zusatzmodul** → zusätzliche Informationen, die Finanzinstitute, Investor\*innen oder größere Geschäftspartner häufig nachfragen.
- Mittlere Unternehmen können darüber hinaus **unternehmensindividuelle wesentliche Aspekte** ergänzen, sofern diese für ihre Tätigkeit oder Branche typisch sind.

### Wesentlichkeitsanalyse: Auswirkungen, Risiken und Chancen identifizieren

Eine fundierte Wesentlichkeitsanalyse ist keine Voraussetzung für die Erfüllung des VSME-Standards. Sie kann jedoch sicherstellen, dass Ihr Bericht die Themen behandelt, die speziell für Ihr Unternehmen und Ihre Stakeholder von Bedeutung sind. Gerade für mittlere Unternehmen<sup>16</sup> kann es sinnvoll sein, über die VSME-Datenpunkte hinaus weitere Informationen offenzulegen, wenn branchenspezifische Aspekte oder besondere Risiken dies nahelegen. Anlage B des VSME-Standards enthält für diesen Zweck eine Liste möglicher Nachhaltigkeitsaspekte als Startpunkt für weitere Analysen.<sup>17</sup>

### Überblick

Kategorie	Bilanzsumme (€)	Netto-umsatzerlös (€)	Durchschnittliche Beschäftigtenzahl (€)
Kleinstunternehmen	450.000 EUR	900.000 EUR	10
Kleine Unternehmen	5 Mio. EUR	10 Mio. EUR	50
Mittlere Unternehmen	25 Mio. EUR	50 Mio. EUR	250

### Doppelte Wesentlichkeit – das Kernprinzip

Die Überlegungen zu diesen etwaig zusätzlich erforderlichen Nachhaltigkeitsaspekten beziehen das Konzept der „Doppelten Wesentlichkeit“ mit ein:

#### 1. Outside-in-Perspektive (finanzielle Wesentlichkeit)

Welche Chancen und Risiken ergeben sich aus Nachhaltigkeitsthemen für das Unternehmen?  
→ z.B. Kostenrisiken, Lieferkettenrisiken, Marktchancen

#### 2. Inside-out-Perspektive (Umwelt- und soziale Wesentlichkeit)

Welche Auswirkungen hat das Unternehmen auf Umwelt, Menschen und Gesellschaft?  
→ z.B. Emissionen, Arbeitsbedingungen, Ressourcennutzung

Ein Thema gilt als wesentlich, wenn es finanziell, aus Wirkungsperspektive oder in beiden Dimensionen bedeutsam ist.

### Was bedeutet das „if applicable“-Prinzip für KMU?

Das „if applicable“-Prinzip bedeutet, dass KMU nur über Nachhaltigkeitsthemen berichten müssen, die für sie aufgrund der doppelten Wesentlichkeit tatsächlich relevant sind und das Ihr Unternehmen zutreffen. Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse dient also als Filter: Nur wenn ein Thema entweder wesentliche Auswirkungen verursacht oder finanziell bedeutsam ist, wird es berichtspflichtig. Alles andere fällt weg ohne weitere, ausführliche Erklärungen.

### Durchführung der Wesentlichkeitsbewertung

Für jedes potenziell wesentliche Thema sollten Sie die damit verbundenen Auswirkungen, Risiken und Chancen bewerten. Dabei können folgende Elemente herangezogen werden (vereinfachte Darstellung):

#### 1. Zeitliche Bewertung:

- Eintrittswahrscheinlichkeit: Welche Wahrscheinlichkeit kann dem Risiko oder der Chance zugemessen werden?
- Zeitpunkt: Ist das Risiko bzw. die Chance bereits eingetreten oder liegt der Zeitpunkt in der Zukunft? Wenn in der Zukunft, dann ist der Zeithorizont anzugeben.
- Zeithorizont: kurzfristig (0–2 Jahre), mittelfristig (2–5 Jahre), langfristig (über 5 Jahre)

### 2. Bewertung der Auswirkungen (Inside-out)

- Scope oder Ausmaß: Wie groß ist der Umfang der Auswirkungen (z.B. Welche Fläche ist von einer Umweltauswirkung betroffen? Wie viele Menschen sind betroffen? etc.).

- Scale oder Umfang: Wie stark ist die Auswirkung?

- Unabänderbarkeit: Wie schwierig ist es, die Auswirkungen eines Risikos auf die betroffene Umwelt oder die Menschen wieder rückgängig zu machen?

### 3. Finanzielle Auswirkungen (Outside-in)

- Potenzielle Kosten, Einsparungen oder Geschäftschancen
- Veränderung regulatorischer oder marktbezogener Rahmenbedingungen
- Beziehen Sie bei der Bewertung der Themen (Risiken und Chancen) auch Ihre Wertschöpfungskette mit ein: Welche Bereiche bzw. Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette sind betroffen? Die Meinung der Stakeholder sollte dabei in die Bewertung einfließen. Dies kann z.B. durch Umfragen oder Fokusgruppen geschehen.

### Welche Themen gehören in den Bericht?

Der Umfang der Berichterstattung hängt von der Unternehmensgröße und den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse ab:

- Kleinstunternehmen** berichten nach dem VSME-Basismodul.
- Kleine Unternehmen** ergänzen die **Zusatzinformationen** des VSME.
- Mittlere Unternehmen** fügen zusätzlich **unternehmensindividuelle wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte** hinzu, sofern diese in ihrer Branche oder Tätigkeit signifikant sind.

So entsteht ein klarer, nachvollziehbarer Bericht, der sowohl die Erwartungen der Stakeholder erfüllt als auch den Ressourcen eines KMU entspricht.

<sup>15</sup> Vgl. Schritt 5

<sup>16</sup> Vgl. Größenklassen im VSME, zuletzt aufgerufen am 2.12.2025.

<sup>17</sup> Vgl. Empfehlung der EU Kommission vom Juli 2025 ([Empfehlung \(EU\) 2025/1710 der Kommission vom 30. Juli 2025 für einen Standard für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung kleiner und mittlerer Unternehmen](#)), zuletzt aufgerufen am 2.12.2025.

## Schritt 3: Festlegung einer Nachhaltigkeitsstrategie, basierend auf dem Ist-Stand

- Definieren Sie Ihr Geschäftsmodell in Verbindung mit Ihren wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten.
- Entwickeln Sie eine Nachhaltigkeitsstrategie und integrieren Sie diese in Ihre Unternehmensstrategie.

### Integrieren Sie Nachhaltigkeit in Ihr Geschäftsmodell

#### Definition

Ein **Geschäftsmodell** legt fest, wie durch das Zusammenwirken der entwickelten Erfolgsfaktoren eines Unternehmens der gewünschte Mehrwert für Kund\*innen geschaffen und damit die Grundlage für die Existenz, die nachhaltige Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens gelegt wird.

Es gibt zahlreiche Methoden der Geschäftsmodellentwicklung. In der Praxis wird häufig der „Business Model Generation Canvas“ (nach Alexander Osterwalder und Yves Pigneur) eingesetzt.<sup>18</sup> Hier werden die verschiedenen Elemente eines Geschäftsmodells (von z.B. den Schlüsselressourcen über Vertriebskanäle bis zum Wertangebot) schrittweise hinterfragt oder neu entwickelt, sodass in mehreren Schleifen das Geschäftsmodell entwickelt wird. Auf einem großen Plakat (Canvas bedeutet Leinwand) verändert man Elemente des Geschäftsmodells und überprüft die Auswirkungen. Dies macht man so lange, bis das Geschäftsmodell zukunftsfit ist.

#### Beispielhafte Darstellung eines „Business Model Canvas“



Für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung empfehlen wir, dass Sie nicht nur ein eigenes Element „Nachhaltigkeit“ bearbeiten, sondern in Bezug auf jedes Element hinterfragen, welche Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen sind. Ein Geschäftsmodell kann als solches schon inhaltlich auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sein (wie z.B. im Fall eines Recycling-Unternehmens). Aber auch wenn die Nachhaltigkeit zum Inhalt gemacht wurde, also der Mehrwert für Kund\*innen aus dem Nachhaltigkeitsbereich kommt, so sind trotzdem alle Elemente des Geschäftsmodells, also etwa wie es zu dieser Nachhaltigkeitsleistung kommt, zu prüfen.

In den meisten Fällen werden Unternehmen Produkte und Dienstleistungen erzeugen, die nicht primär auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind. Hier sind alle Elemente des Geschäftsmodells und die gesamte Wertschöpfungskette daraufhin zu untersuchen, in denen Sie nachhaltiger werden können. Die wesentlichen Bereiche, in denen Sie Nachhaltigkeit stärker leben können, entnehmen Sie am besten „Schritt 1: Analyse der Ausgangssituation“ und „Schritt 2: Wesentliche Themen in Zusammenhang mit Ihren Anspruchsgruppen“.

Auch wenn Sie nicht gegenwärtig ein neu gegründetes Unternehmen aufbauen, ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung ein guter Anlass, wieder einmal das Geschäftsmodell zu überdenken und es hinsichtlich der Nachhaltigkeit in eine positive Zukunft zu entwickeln.

#### Nachhaltige Strategien sichern ein planvolles Vorgehen

Entwickeln Sie nun auf Basis des Geschäftsmodells auch Ihre Strategie. Machen Sie das ebenso wiederum in Schleifen, denn die Arbeit an der Strategie kann sowohl auf die Ausgestaltung des Geschäftsmodells Auswirkungen haben als natürlich auch das Geschäftsmodell umgekehrt wiederum die Leitlinien für die Strategie vorgeben. Unter dem Begriff Strategie verstehen wir einerseits die strategischen Ziele und die darauf bezogenen Maßnahmen zur Absicherung des Geschäfts und zur Schaffung neuer Erfolgspotenziale. Es geht neben der Zielsetzung um den Weg, der beschritten wird, um das Unternehmen nachhaltig zu gestalten. Dieser wird im strategischen Programm festgeschrieben (siehe Schritt 4: Ziele und Maßnahmen).

#### Definition

Eine **Strategie** umfasst die großen, von den Anspruchsgruppen angestrebten Ziele eines Unternehmens, die teilweise schwer revidierbar sind. Sie beinhaltet eine zukunftsweisende Ausrichtung samt eines detaillierten Programms, bestehend aus einem Plan (Ziel, Projekt, Maßnahme) und einem Regelwerk (wie Unternehmenspolitik). Es sollte angestrebt werden, diese Ziele auf effiziente Weise zu erreichen, indem begrenzte Ressourcen optimal genutzt werden – schonend und mit maximaler Hebelwirkung. Dies führt zu nachhaltigen Erfolgswirkungen, die langfristig den Fortbestand des Unternehmens sichern und dabei Ressourcen schonen. Die Strategie kann bewusst, auf Basis eingehender Planung, umgesetzt oder unbewusst faktisch gelebt werden.

Der letzte Teil der Definition zeigt auf, dass Unternehmen Strategien verfolgen, auch wenn diese nicht niedergeschrieben sind. Werden im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung die Nachhaltigkeitsstrategien dokumentiert, kann dies auch der richtige Zeitpunkt sein, um im Zuge dessen die gesamte Strategie des Unternehmens zu Papier zu bringen. Dabei entsteht Schritt für Schritt die gewünschte Einbettung, auch wenn Sie aus Vertraulichkeitsgründen und um die Darstellung nicht zu umfangreich werden zu lassen, vielleicht nur die Nachhaltigkeitsaspekte in den Nachhaltigkeitsbericht übernehmen.

Ein in der strategischen Arbeit häufig eingesetztes Instrument ist die Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse. Erweitern Sie diese Analyse in der Zukunft um Nachhaltigkeitsaspekte.

Damit Sie nichts vergessen, sollten Sie sich die für Ihr Unternehmen einschlägigen Regularien ansehen und aus Ihrer Strategie und Geschäftsmodelldarstellung die entsprechenden Punkte für den Nachhaltigkeitsbericht herausziehen. Artikel 19a (2) CSRD soll gem. NaBeG in § 243b UGB verankert werden und bestimmt, dass im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung folgende Angaben (hier verkürzt im Überblick dargestellt) zu treffen sind:

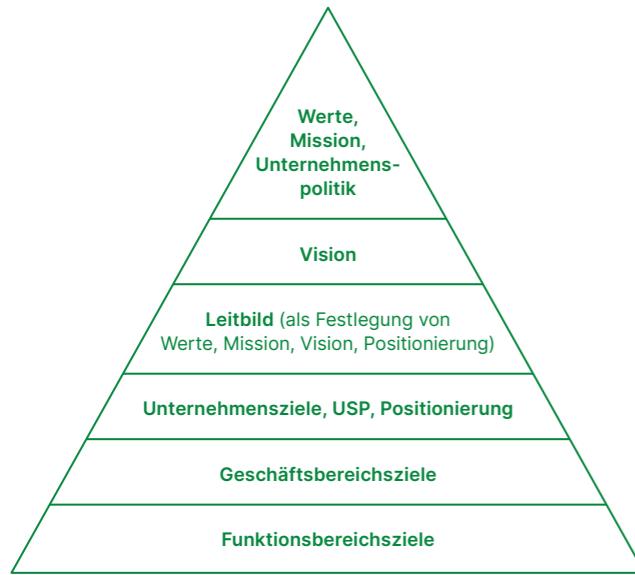
Der Nachhaltigkeitsbericht benötigt eine kurze Beschreibung von **Geschäftsmodell** und **Strategie** des Unternehmens, einschließlich Angaben

- zur Widerstandsfähigkeit von Geschäftsmodell und Strategie des Unternehmens gegenüber **Risiken** im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsaspekten,
- zu den **Chancen** des Unternehmens im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsaspekten,
- zu der Art und Weise, einschließlich Durchführungsmaßnahmen und zugehörigen Finanz- und Investitionsplänen, wie das Unternehmen beabsichtigt sicherzustellen, dass sein Geschäftsmodell und seine Strategie mit dem Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft und der **Begrenzung der Erderwärmung** auf 1,5 °C im Einklang mit dem [...] „Übereinkommen von Paris“) [...] vereinbar sind, [...]
- zu der Art und Weise, wie das Unternehmen den Belangen seiner **Interessenträger** und den Auswirkungen seiner Tätigkeiten auf Nachhaltigkeitsaspekte in seinem Geschäftsmodell und seiner Strategie Rechnung trägt,
- zu der Art und Weise, wie die Strategie des Unternehmens im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte **umgesetzt** wird.

<sup>18</sup> Quelle: Osterwalder, Pigneur: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, 2011

Während in einem Geschäftsmodell der Fokus auf dem systemischen Zusammenwirken von Erfolgstreibern liegt, liegt in der Strategie der Fokus auf dem Stufenbau von einem visionären Ziel bis zum Bereichsziel und den Bereichsmaßnahmen.

#### Strategische Ziele in der Zielhierarchie<sup>19</sup>



Als Ausgangspunkt entwickeln Sie am besten die Leitplanken für die Strategie, indem Sie die Werte, Unternehmenspolitik, Mission, Vision und Leitbild entwickeln. Die einzelnen Elemente sollten dabei wiederum nicht getrennt voneinander in einer strengen Reihenfolge, sondern vielmehr parallel bzw. in Schleifen festgelegt werden.

Ihr Ausgangspunkt – die **Werte** Ihres Unternehmens:

- Wie wollen Sie sich gegenüber Ihren Stakeholdern verhalten? Welche Aspekte der Nachhaltigkeit wollen Sie hierbei verankern?

Ihre **Vision** – Bühne frei für Visionär\*innen:

- Wohin möchten wir uns entwickeln?
- Wie sieht Ihr Bild der Zukunft aus?
- Wo wollen Sie als Unternehmen in fünf oder zehn Jahren stehen? Was wollen Sie erreichen?

Das **Leitbild** ist das reduzierte und nach außen kommunizierbare Bild von Mission, Vision und Positionierung. Ihre **Mission** – Ihre Daseinsberechtigung:

- „Why we are here?“ Also, warum gibt es Sie und
- wie sollen die Anspruchsgruppen Sie auf dem Weg zum Ziel wahrnehmen?

Ihre **Unternehmenspolitik** – Leadership denken

- Im Rahmen der Unternehmenspolitik werden jene grundlegenden Entscheidungen getroffen und Handlungsvorgaben gegeben, welche das Unternehmensgeschehen längerfristig und wesentlich beeinflussen.<sup>20</sup>

Ihr **USP** („Unique Selling Proposition“ – Alleinstellungsmerkmal) stellt den Unterschied gegenüber dem härtesten Mitbewerb dar, der auch einen kaufentscheidenden Unterschied ausmacht.

Darüber hinaus werden dann alle Ziele (Unternehmen, Geschäftsbereich, Funktionen) definiert.

Und in jedem Bereich werden nun die Nachhaltigkeitsaspekte mitberücksichtigt und integrativ im Rahmen von Geschäftsmodell und Strategie behandelt. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung werden die Nachhaltigkeitsaspekte herausgezogen und eigens dargestellt.

#### Praxistipp Druckerei Janetschek

Analysieren Sie im Team, am besten in einem Workshop, wo Ihr Tun sich schon jetzt mit den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen deckt. Sie werden überrascht sein, in welchen Bereichen Sie schon jetzt Erfolg haben. Die SDGs helfen dabei, sich klare und messbare individuelle Ziele zu setzen, die global wirken. So ist das Unternehmen überregional und branchenübergreifend vergleichbar und glaubwürdig.



Nachhaltigkeitsbericht 2024

19 Quelle: Vgl. Reisinger, Gatteringer, Strehl: Strategisches Management – Grundlagen für Studium und Praxis – Pearson Verlag, Kapitel 4.2.1, Pearson Verlag, 2017

20 BEACHTE: Politiken aus Managementsystemen können dabei als Grundlage dienen und um Nachhaltigkeitsaspekte erweitert werden.

## Schritt 4: Ableitung konkreter Ziele und Maßnahmen

- Leiten Sie aus dem Status quo konkrete Ziele und Maßnahmen für Ihr Unternehmen ab und denken Sie Messbarkeit und Evaluierung von Beginn an mit.
- Lassen Sie diese in Ihre Nachhaltigkeitsstrategie einfließen.

Ziele und Maßnahmen sind als Maßstab nach innen, aber ebenso auch als Information für Stakeholder unverzichtbar. Sie ermöglichen es, die Absichten und Bemühungen des berichtenden Betriebs zu erfassen. Sie spiegeln die Nachhaltigkeitsstrategie wider und unterstützen Sie dabei, sie umzusetzen. Bei der Nachhaltigkeitsstrategie und der Festlegung der strategischen Ausrichtung wurden im Normalfall schon strategische Ziele und erste Umsetzungsideen erarbeitet. Nun gilt es, ins Detail zu gehen und die Umsetzung in den Vordergrund zu stellen. Dies gelingt durch ein strategisches Nachhaltigkeitsprogramm.

Die **Transparenz der Ziele und Maßnahmen** wird von der GRI (Global Reporting Initiative) und im Rahmen der ESRS (European Sustainability Reporting Standards) gefordert. Auch ein Nachhaltigkeitsbericht für KMU sollte diese Inhalte aufnehmen, vor allem auch, um die eigene Strategie – auch für kritische Leser\*innen – überzeugend und nachvollziehbar darzustellen. Für jedes wesentliche Kernthema sollte mindestens ein Ziel festgelegt werden.

Dabei stellt sich die Frage, welche Messgrößen/Daten für die Zielfestlegung passend sind. Prinzipiell können sowohl Input, Output, Outcome und Impact-Werte<sup>21</sup> verwendet werden. Wenn man nur Input-Daten (z.B. Verbrauchsmengen, Energieverbräuche) misst, gibt es wenig Konfliktpotenzial. Wenn man aber Outcome oder gar Impact (längerfristige Wirkung auf Umweltsysteme) vergleichen will, gibt es Interpretationsspielräume und daher auch mögliche kritische Rückfragen.

Oftmals sind Ziele Verbesserungsziele. Um solche festlegen zu können, müssen Sie zuerst den Status quo erfassen (z.B. CO<sub>2</sub>-Ausstoß im Referenzjahr z.B. 2022).

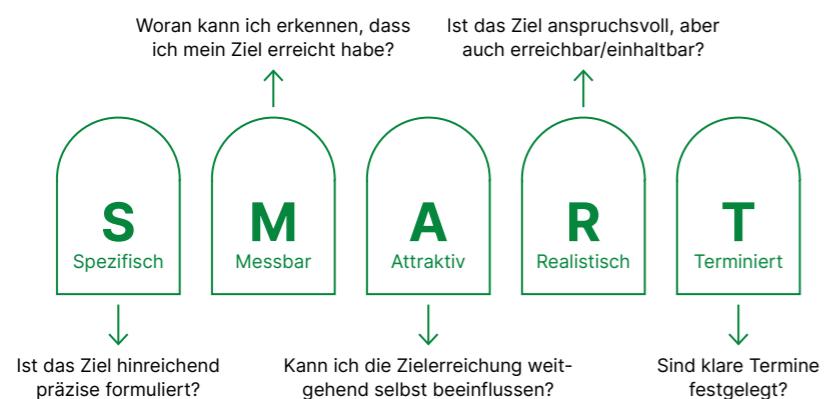
#### Was ist die GRI (Global Reporting Initiative)?

Die GRI ist eine international anerkannte Organisation, die Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt. GRI-Richtlinien helfen Unternehmen, nicht nur ihre finanzielle Leistung, sondern auch ihre Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Governance transparent zu machen. Diese Standards sind global anerkannt und unterstützen Organisationen dabei, verantwortungsbewusstes Handeln zu fördern und den Stakeholdern umfassende Informationen bereitzustellen.



GRI – Global Reporting Initiative

Eine Zieldefinition im Rahmen der Strategie sollte stets **SMART** erfolgen:



Zielkriterium	Negativbeispiel	Positivbeispiel
<b>Spezifisch</b>	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck (weil kein genormter Begriff)	CO <sub>2</sub> -Emissionen gem. ISO 14064/14067 bzw. GHG-Protokoll mit den Scopes 1-3 bzw. für ein Produkt (PCF) oder ein Unternehmen (CCF)
<b>Messbar</b>	Wir wollen unseren CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verringern	Verringerung CO <sub>2</sub> e-Emissionen gem. GHG-Protokoll (Scope 1-3) auf 326 kg CO <sub>2</sub> e/je Tonne Erzeugungsmenge (Maßstab und Messwert vorhanden)
<b>Attraktiv / aktivierend</b>	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verringern	Damit wir für spätere Generationen einen lebenswerten Planeten hinterlassen: Verringerung CO <sub>2</sub> e-Emissionen gem. GHG-Protokoll um 75 % bis 2030
<b>Realistisch:</b>	Wir reduzieren Europas CO <sub>2</sub> e-Ausstoß um 25 % innerhalb von zwölf Monaten	Verringerung CO <sub>2</sub> e-Emissionen gem. GHG-Protokoll um 75 % bis 2030
<b>Terminiert</b>	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verringern	Verringerung CO <sub>2</sub> e-Emissionen gem. GHG-Protokoll um 75 % bis 2030

**Nachhaltigkeitscontrolling** beginnt mit der Datenerhebung des Status quo bzw. der Frage: Was kann ich a) überhaupt bzw. b) mit vertretbarem Aufwand messen und nachweisen sowie c) welche KPIs sind für Ihr Unternehmen sinnvoll (siehe nächster Schritt „Sammeln von potenziell wesentlichen Indikatoren“).

**Datenmanagement** ist dazu notwendig (Stichwort: interner Datenleitfaden bzw. Datenrichtlinie). Wir empfehlen, ein Datenmanagement zu etablieren, bevor der erste Nachhaltigkeitsbericht verfasst wird (z.B. Tankabrechnungen mit Mengen in FiBU erfassen, BI/Pivot-Auswertungen, zeitliche Abgrenzung, Speicherung und Ablage der Daten, Umrechnungsfaktoren sammeln, betroffene Standorte, etc.). Über die Sammlung der Daten hinaus ist vor allem aber die frühzeitige Einbindung der IT- und Rechnungswesen-Abteilung wesentlich, um die notwendigen Vorbereitungsarbeiten zu treffen. Falls Sie schon nach ISO 14000 ff. und/oder

EMAS zertifiziert bzw. begutachtet sind oder danach arbeiten, sind ebenso Daten vorhanden, die verwendet werden können.

Eine Nachhaltigkeitsstrategie ist ein schriftliches, in die Zukunft gerichtetes Unternehmenskonzept, in dem Strategie und Geschäftsmodell (siehe vorangehendes Kapitel) sowie Ziele und Maßnahmen (= Strategieprogramm) enthalten sind. Unter dem Blickwinkel der Shareholder bzw. Stakeholder sind jegliche Zielkonflikte aufzulösen und Festlegungen zu treffen, sodass die Ziele und Wege zum Ziel (auch „strategisches Programm“ genannt) dargestellt werden können, die sich konsequent aus den Visionen und Missionen ergeben.

Wenn man diese Ziele konsistent aufbaut, so kann in der Folge das strategische Nachhaltigkeitsprogramm erstellt werden.

## Datenmanagement & Controlling-Aufgaben & Loop



Ein strategisches **Nachhaltigkeitsprogramm** sollte den folgenden Aufbau haben:

- Strategisches Ziel (siehe SMART-Formulierung) und dazu notwendige
- Maßnahmen / Projekte (inkl. Referenzierung zur Wesentlichkeitsanalyse) mit Zeitbezug (bis wann) und den
- bisherigen Zielerreichungsgrad z.B. in Prozent oder mit Ampelfarben darstellen (siehe Beispiel Coca-Cola HBC Austria)

Um sicherzustellen, dass die Maßnahmen umgesetzt werden, sind diese noch weiter zu detaillieren. Diese Informationen können im Bericht selbst oder in internen Programmdokumenten beinhaltet sein.

- Hauptmaßnahme und Untermaßnahmen sowie deren Beschreibung
- Verantwortlichkeiten
- Milestones
- Geplante finanzielle Mittel
- Zielausmaß (gesamt und Milestones)
- Status quo des Messwerts
- Messbarkeit (gesamt und Milestones)
- KPIs und KPI-Definitionen
- Anpassungen aufgrund Zielerreichungsgrads
- Weitere Verweise/Referenzierungen (SDG, CSRD/NaBeG, ESRS, evtl. GRI ...)
- Roadmaps oder Übergangspläne (zeigen Zusammenhänge und Wechselwirkungen der Maßnahmen)



### Praxistipp Coca-Cola HBC Austria

Ziele und Maßnahmen leiten sich im Nachhaltigkeitsbericht von Coca-Cola HBC von der langfristigen unternehmensweiten Strategie zur Nachhaltigkeit ab und werden idealerweise auf Jahresziele im Umweltprogramm heruntergebrochen. Auch die Ergebnisse der doppelten Wesentlichkeitsanalyse spiegeln sich in Zielsetzungen und Maßnahmen wider. Es wird versucht, alle Ziele und Maßnahmen, die das Unternehmen zu dem Ziel heranführt, in absoluten Zahlen oder Prozentzahlen darzustellen. Die Erreichung stellen Sie mittels einer Ampel dar. Grün bei Erreichung, gelb bei Adaptierungen und rot bei Nichterreichung. Leser\*innen erfahren auch im Kommentarfeld mehr über die Umsetzung oder deren Hindernisse, womit Coca-Cola HBC Austria Transparenz gewährleisten möchte.



[Nachhaltigkeitsbericht 2024](#)

### Tipps

**Nachhaltigkeit** ist langfristig, daher Ziele und Maßnahmen immer für mehrere Jahre definieren. Damit geben Sie den Leser\*innen auch einen nachhaltigen Ausblick.

**Fokussierung:** Nachhaltigkeitsprogramme beinhalten eine große Zahl an Projekten und Maßnahmen, die es umzusetzen gilt. Dies ist aufgrund der langfristigen Wirkung von Strategieprogrammen üblich. Daher ist die Tendenz groß, sich zu verzetteln. Erfolgreiche Umsetzungsprozesse beschränken sich darauf, nur eine kleine Zahl sorgfältig ausgewählter Projekte gleichzeitig laufen zu lassen. Dadurch können Wirkung und Erfolg gewährleitet werden.

**Ehrlichkeit:** Kein Unternehmen der Welt hat jemals alle seine Ziele sofort erreicht. Ziele sind ein Referenzpunkt. Das heißt, sie dienen der Orientierung und man sollte regelmäßig prüfen, ob man auf einem guten Weg ist, die Ziele zu erreichen. Konkret bedeutet dies auch, dass beschrieben werden sollte, welche Gegenmaßnahmen bzw. Maßnahmenadaptierungen eingesetzt werden, falls die kommunizierten Ziele verfehlt werden sollten.

# Schritt 5: Sammeln von potenziellen wesentlichen Indikatoren (KPIs)

- Bestimmen Sie Zuständigkeiten und Prozessablauf für Datensammlung und -aufbereitung.
- Definieren und analysieren Sie Indikatoren für wesentliche Themen.

Wichtig ist, frühzeitig zu entscheiden, ob Sie eine Wesentlichkeitsanalyse voranstellen möchten. Auf Basis der identifizierten wesentlichen Themen können anschließend jene Aspekte ausgewählt werden, die dem „*if applicable*“-Prinzip entsprechen und damit in einem VSME-konformen Bericht berücksichtigt werden. Unabhängig vom VSME-Modul können Sie zusätzliche Themen aufnehmen, sofern diese für Ihr Unternehmen wesentlich oder strategisch relevant sind (siehe Schritt 2).

Für viele Unternehmen ist die Sammlung und Darstellung von Daten mit Herausforderungen verbunden. Um möglichst rasch zuverlässige Informationssysteme zu implementieren, sind interne Richtlinien zur Datenerhebung und Kontrollsysteme wichtig und hilfreich. Schließlich sollen die identifizierten KPIs langfristig als Steuerungstool dienen, um die Nachhaltigkeitsperformance Ihres Unternehmens zu messen, zu verbessern und zu kommunizieren.

## Erhebungsmethode

Das Management von Kennzahlen und Daten erfordert kontinuierliches Monitoring und rechtzeitig freigeschaffene Zeitressourcen. Bei einem Datenerhebungsprozess müssen zumeist mehrere Abteilungen zusammenarbeiten, wie beispielsweise Personalmanagement und Nachhaltigkeitsmanagement um Kennzahlen zu den Mitarbeitenden festzulegen und zu erheben.

Eine klare Aufteilung von Rollen und Aufgaben und das Festlegen von Fristen ist für einen effektiven Prozessablauf unverzichtbar. Ein typischer Ablauf beim Sammeln von potenziellen wesentlichen Indikatoren kann folgendermaßen aussehen:

- Ableitung der wesentlichen Kennzahlen
- Analyse der Datenlandschaft und -systeme
- Zuteilung der Verantwortlichkeiten und Erstellung Zeitplan
- Definition der Kennzahlen und Erhebungsprozesse
- Erhebung und Konsolidierung der Kennzahlen inklusive Dokumentation
- Qualitätssicherung inklusive interner Freigabe

Die nachfolgende Übersicht enthält zentrale Kennzahlen (KPIs) des **Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs (VSME)**, die für Kleinst-, Klein- und mittelständische Unternehmen von Bedeutung sein können. Der VSME ist ein freiwilliger Berichtsstandard, der Unternehmen unterstützt, Transparenzanforderungen zu erfüllen – insbesondere, wenn Stakeholder verstärkt Nachhaltigkeitsinformationen einfordern oder Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsbemühungen dokumentieren möchten. Der Standard stellt somit nicht die einzige Lösung für eine zweckmäßige und effiziente Berichterstattung dar, weist jedoch eine hohe Praxistauglichkeit auf.

Der Standard ist modular aufgebaut und bietet zwei aufeinander aufbauende Berichtsoptionen:

Zielgruppe & Anwendungsbereich	Inhaltliche Unterschiede
<b>Basismodul</b>	Für <b>Mikrounternehmen</b> gedacht und stellt eine <b>Mindestanforderung</b> für andere Unternehmen dar. Es umfasst grundlegende Offenlegungen und Metriken (B1 bis B11)
<b>Zusatzmodul</b>	Bietet <b>zusätzliche Datenpunkte</b> , die von <b>Banken, Investoren und Unternehmenskunden</b> angefordert werden können, und geht über die grundlegenden Anforderungen hinaus (C1 bis C9)

## Voraussetzungen

Die Anwendung des Basic Module ist eine Voraussetzung für die Anwendung des Comprehensive Module. Unternehmen können entweder nur das Basic Module oder das Basic Module in Kombination mit dem Comprehensive Module anwenden

Laut den VSME-Leitlinien werden Kennzahlen in drei Kategorien eingeteilt:

- Always to be reported** (=immer zu berichten): Diese Angaben sind obligatorisch und müssen immer berichtet werden, da sie grundlegende und wesentliche Informationen darstellen.
- If applicable** (=falls anwendbar): Angaben sind nur dann zu berichten, wenn sie für die spezifischen Umstände des Unternehmens relevant sind. Das bedeutet: Wenn die Offenlegungsvoraussetzungen erfüllt sind (z.B. Kreislaufwirtschaftsprinzip angewendet oder erheblicher Wasserverbrauch vorhanden), muss die Information vollständig offengelegt werden.
- May (optional)** (=optional): Angaben sind freiwillig und können nach Ermessen des Unternehmens ergänzt werden, um zusätzliche Transparenz zu schaffen.

Eine genauere Erklärung zum „*if applicable*“-Prinzip und der Wesentlichkeitsanalyse finden Sie unter **Schritt 2: Einbindung der Anspruchsgruppen und Feststellung der wesentlichen Themen**.

Die untenstehende Liste dient als Überblick und Orientierung für die Bestimmung unternehmensspezifischer nicht-finanzieller Kennzahlen. Detaillierte Angaben zu den VSME-Kennzahlen finden Sie unter [SMEs and Sustainability Reporting | EFRAG](#).

## Weiterführende Unterlagen der EU zu VSME

Für eine systematische Analyse empfiehlt sich Annex 1 der Basis for Conclusions zu den ESRS VSME. Für die praktische Anwendung und das konkrete Arbeiten ist Annex 2 besonders relevant.

[EU Basis for Conclusions zu ESRS VSME](#)

Datenanforderungen, die relevant sein können:

	Allgemeine Informationen	Umweltkennzahlen	Sozialkennzahlen	Governance-Kennzahlen
<b>Basismodul</b>	B1 – Grundlagen für die Erstellung	B3 – Energie und Treibhausgasemissionen	B8 – Arbeitskräfte – Allgemeine Merkmale	B11 – Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korruption und Bestechung
	B2 – Verfahrensweisen, Richtlinien und künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	B4 – Luft-, Wasser-, und Bodenverschmutzung	B9 – Arbeitskräfte – Gesundheitsschutz und Sicherheit	
		B5 – Biodiversität	B10 – Arbeitskräfte – Vergütung, Tarifverhandlungen und Schulungen	
		B6 – Wasser		
		B7 – Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallbewirtschaftung		
<b>Zusatzmodul</b>	C1 – Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit – Zugehörige Initiativen	C3 – THG-Reduktionsziele und Übergang für den Klimaschutz*	C5 – Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Arbeitskräfte	C8 – Umsatzerlöse aus bestimmten Tätigkeiten und Ausnahme von EU-Referenzwerten
	C2 – Beschreibung der Verfahrensweisen, Richtlinien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	C4 – Klimabedingte Risiken	C6 – Zusätzliche Informationen über die Arbeitskräfte des Unternehmens – Richtlinien für die Achtung der Menschenrechte und diesbezügliche Prozesse	C9 – Geschlechtervielfalt im Leitungsorgan
			C7 – Schwerwiegende Vorfälle im Zusammenhang mit den Menschenrechten	

\*Beachte: Legt ein Unternehmen Ziele nach Anhang IV Abschnitt B Buchstabe d der EMAS-Verordnung offen, kann es zur Erfüllung der VSME-Anforderungen seine THG-Reduktionsziele verwenden, wenn es solche Ziele festgelegt hat.

## Schritt 6: Auswertung und Interpretation der Daten

- Stellen Sie die Zuverlässigkeit und Verlässlichkeit der Informationen sicher.
- Bereiten Sie Ihre Daten standardkonform auf.
- Führen Sie regelmäßige Abweichungsanalysen und -interpretationen durch.

Um die Daten nach der Erhebung, korrekt zu interpretieren und auszuwerten, sollten folgende Punkte beachtet werden:

### Praxisnutzen für KMU

Eine systematische Auswertung unterstützt Unternehmen dabei, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, Risiken zu minimieren und Chancen besser zu nutzen. Kontinuierliches Monitoring schafft Transparenz, stärkt die Glaubwürdigkeit gegenüber Kund\*innen und Geschäftspartnern und erleichtert die Erfüllung regulatorischer Anforderungen.

#### Checkliste Interpretation und Auswertung der Daten

##### **Validität und Nachvollziehbarkeit sicherstellen**

Prüfen Sie, ob alle Daten korrekt erfasst wurden, die Herkunft eindeutig ist und die verwendeten Methoden konsistent angewendet wurden.

##### **Strukturierung der Daten nach geltenden Standards (z.B. VSME)**

Ordnen Sie jede Kennzahl den entsprechenden Offenlegungspflichten oder Themenbereichen zu. Eine eindeutige Zuordnung erleichtert spätere Berichte und Auditprozesse, wobei der aktuelle VSME-Standard keine verpflichtende Veröffentlichung vorsieht.

##### **Kennzeichnung von Datenpunkten**

Markieren Sie, welche Werte aus welchen Standards (z.B. Umwelt, Arbeitnehmer, Governance) stammen. Das verbessert die Lesbarkeit und ermöglicht eine klare Nachverfolgung.

##### **Aussagekräftige Visualisierung**

Stellen Sie die Daten in Tabellen, Diagrammen oder Dashboards dar. Visuelle Darstellungen erleichtern Mustererkennung, Trendanalysen und die interne Kommunikation.

##### **Vergleich mit Vorjahren und relevanten Benchmarks**

Analysieren Sie Veränderungen im Zeitverlauf und vergleichen Sie sich – sofern möglich – mit Branchenwerten oder Wettbewerb. Dies gibt Hinweise auf Fortschritte oder Handlungsbedarfe.

##### **Analyse und Begründung wesentlicher Abweichungen**

Dokumentieren Sie auffällige Entwicklungen und erläutern Sie interne oder externe Ursachen. Das stärkt die Qualität der künftigen Berichterstattung.

##### **Verknüpfung mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens**

Setzen Sie die Ergebnisse in Bezug zu den eigenen Nachhaltigkeitszielen, Maßnahmen und Risiken. So erkennen Sie, in welchen Bereichen die Strategie bereits wirkt und wo Anpassungen nötig sind.

##### **Ableitung konkreter Maßnahmen**

Nutzen Sie die Analyse, um gezielte Handlungsoptionen abzuleiten. Etwa Effizienzmaßnahmen, Prozessanpassungen oder Zielschärfungen.

## Schritt 7: Schreiben, Gestalten, Verbreiten

- Definieren Sie die Zielgruppe(n) Ihres Nachhaltigkeitsberichts.
- Stellen Sie Ihre Kernbotschaften übersichtlich und verständlich dar.
- Machen Sie medial, über diverse Kanäle, auf Ihren Bericht aufmerksam.
- Bereiten Sie den Bericht gegebenenfalls nach anwendbaren Richtlinien, Standards etc. auf.
- Feiern Sie den erfolgreichen Abschluss.

Nachdem Sie die Schritte 1 bis 6 durchlaufen und alle nötigen Daten gesammelt haben, ist es an der Zeit, auch der Kommunikation und dem Marketing Beachtung zu schenken. Denn nur so können Sie sicherstellen, dass all die wertvollen Informationen zu Ihren Nachhaltigkeitsambitionen auch tatsächlich dort ankommen, wo Sie sich das wünschen.

Um in weiterer Folge effektiv arbeiten zu können, ist es wichtig, in einem ersten Schritt Ihre Kommunikationsziele zu definieren: **Was will ich erreichen?** Es macht in der Erstellung des Berichts einen großen Unterschied, ob Sie ihn beispielsweise an Unternehmenspartner\*innen übermitteln wollen, damit diese Daten für ihre eigenen Berichte übernehmen können, oder ob Sie mithilfe des Berichts das öffentliche Image Ihres Unternehmens positiv beeinflussen möchten. Am besten orientieren Sie sich bei der Definition der Kommunikationsziele an den SMART-Kriterien, die bereits bei Schritt 4 vorgestellt wurden. Es kann auch Ober- und Unterziele geben.

Als Zweites sollten Sie sich mit der Zielgruppe oder den Zielgruppen Ihres Nachhaltigkeitsberichts auseinandersetzen: **Wen will ich erreichen?** Sind das Rechnungsprüfer\*innen, Unternehmenspartner\*innen, Kund\*innen, bestehende und/oder potenzielle neue Mitarbeiter\*innen? Nehmen Sie sich etwas Zeit und überlegen Sie sich, was Ihre Zielgruppe auszeichnet. Dabei können Sie sich unter anderem folgende Fragen stellen: Was interessiert meine Zielgruppe (nicht)? Achtet sie eher auf Details und mit Zahlen belegte Fakten oder spielen Grafiken und Bilder eine größere Rolle? Versteht sie die im Unternehmen genutzte Fachsprache? Braucht sie einen haptischen Bericht oder ist ein

PDF mit Suchfunktion ideal? Bei diesem Schritt können Sie sich auch sogenannte Personas zunutze machen: Das sind fiktive, aber realitätsnahe Charaktere, die jeweils dem Stereotyp einer Zielgruppe entsprechen.

Im Anschluss können Sie sich mit den Kommunikationsinhalten und der Positionierung befassen: **Was will (oder muss) ich sagen? Wie will ich wirken, mich unterscheiden?** Je nachdem, was Sie als Kommunikationsziel definiert und welche Zielgruppe(n) Sie ausgewählt haben, können die Antworten auf diese Fragen sehr unterschiedlich sein. Darüber hinaus könnten Sie sich auch mit Ihrer Konkurrenz befassen und überlegen, inwiefern Sie sich von ihr in der Gestaltung des Nachhaltigkeitsberichts abgrenzen könnten.

In einem vierten Schritt spielt auch die Wahl der Umsetzungsstrategie eine Rolle: **Wie will ich es erreichen?** Würde es, z.B., reichen, eine Version des Berichts zu erstellen und mit begleitendem Kommunikationsmaterial, je nach Zielgruppe, zu veröffentlichen? Wäre Print sinnvoll oder vielleicht auch eine digitale Version, die in vereinfachter Sprache gelesen werden kann? Wie soll der Bericht grafisch gestaltet sein und welcher Struktur soll er inhaltlich folgen? Welche Kommunikationsmaßnahmen, wie Social-Media-Beiträge, Zeitungsartikel oder Newsletter, sind rund um die Veröffentlichung des Berichts sinnvoll?

Bedenken Sie auch von Anfang an, inwieweit Sie Feedback- und Freigabeschleifen, Lektorat oder Übersetzungen einplanen und durchführen möchten. Zu guter Letzt ist es auch im Marketing unerlässlich, einen Zeitplan für die Umsetzung zu erstellen, die Ressourcen und das Budget gut zu planen, die Kommunikationsmaßnahmen laufend einer Qualitätskontrolle zu unterziehen und alle Schritte nach Abschluss des Projektes zu evaluieren.

# Digitalisierungsprojekt Nachhaltigkeitsbericht- erstattung



Die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts kann auch als guter Anlass genutzt werden, um die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen voranzubringen. Digitale Prozesse und digitale Tools sowie ein erfolgreiches Datenmanagement vereinfachen die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts und minimieren den damit verbundenen Aufwand.

Die Rolle der Digitalisierung bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts besteht darin, eine fundierte, transparente und datengesteuerte Berichterstattung zu ermöglichen. Sie eröffnet neue Möglichkeiten, Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln, Fortschritte zu verfolgen und die Performance zu verbessern.

Mithilfe digitaler Lösungen können Sie zudem Ihre Nachhaltigkeitsziele besser messen, effektivere Maßnahmen ergreifen und gleichzeitig Ihre Reputation und Glaubwürdigkeit in Bezug auf Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen stärken. Eine Voraussetzung für Digitalisierungsprojekte in Unternehmen ist ein fundiertes Datenmanagement.

## Tipps für ein erfolgreiches Datenmanagement im Zuge der Digitalisierung

**Zeitnah ein effektives Datenmanagement einführen**  
Der effektive Umgang mit Daten ist der Grundstein für eine aussagekräftige Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU. Es ist entscheidend, dass Sie rasch mit dem Datenmanagement beginnen, um relevante Daten zu sammeln und wichtige Kennzahlen laufend auszuwerten.

## Vorarbeiten und Systemgrenzen

Vor Beginn der Datenerhebung ist es wichtig, Vorarbeiten zu leisten und die Systemgrenzen klar festzulegen. Dies bedeutet, dass Sie definieren müssen, welche Geschäftsprozesse und Aktivitäten in den Bericht einfließen sollen und welche nicht.

## Datenlandschaft

Die Datenlandschaft eines Unternehmens umfasst alle relevanten Datenquellen und -arten. Es ist notwendig, diese Landschaft zu verstehen, um die geeigneten Daten für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu identifizieren. Dies schließt interne Datenbanken, Umfragen, Lieferanteninformationen und andere Quellen ein.

## Schritte zur Auswahl eines geeigneten Software-Tools



### Datenbeschaffung

Der Ausdruck „Datenbeschaffung“ bezeichnet den Prozess, relevante Daten aus verschiedenen Quellen zu sammeln. Sie sollten sicherstellen, dass die Datenbeschaffung transparent und ethisch erfolgt.

### Datenaufbereitung und -verknüpfung

Die gesammelten Daten müssen aufbereitet und miteinander verknüpft werden, damit in der Folge ein kohärenter Bericht erstellt werden kann. Dieser Prozess beinhaltet die Bereinigung von Daten, um Inkonsistenzen zu eliminieren, sowie die Verknüpfung von Datenpunkten, um umfassendere Einsichten zu gewinnen.

### Qualitätssicherung, Test, internes Audit und Validieren der Berichtsqualität

Bevor der Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht wird, ist eine gründliche Qualitätssicherung unerlässlich. Dies beinhaltet Tests, interne Audits und die Validierung der Berichtsqualität. Durch diese Prozesse können potenzielle Fehler oder Unstimmigkeiten erkannt und behoben werden. Die Schritte sollten entsprechend dokumentiert werden (bspw. in einem Manual), damit die Datenerfassung in den Folgejahren vereinfacht wird.

### Effiziente Nachhaltigkeitsberichterstattung durch Software-Lösungen

Software-Tools bieten eine effiziente Unterstützung bei der Datenerfassung und -auswertung, da sie Daten automatisieren, Fehler minimieren und aussagekräftige Einblicke ermöglichen. Sie sind damit ein wertvolles Instrument der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Die Vielfalt der Angebote von Anbietern wächst stetig und umfasst verschiedene Lösungen zur Erfassung und Auswertung entscheidender Indikatoren wie CO<sub>2</sub>-Emissionen und anderen Nachhaltigkeitskennzahlen als Teil der Umwelt-, Sozial- und

Unternehmensführungsstrategie (ESG) eines Unternehmens. In obiger Darstellung finden Sie entscheidende Schritte zur Auswahl einer geeigneten Software-Lösung.

### Digitale VSME-Berichtsvorlage von EFRAG

Kostenlos nutzbare digitale VSME-Vorlage (MS Excel) und XBRL-Taxonomie zur standardisierten und maschinenlesbaren Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU. Die Vorlage umfasst ein vollständiges Datenmodell, automatisierte Validierungen und einen Open-Source-Konverter zur Erstellung strukturierter VSME-Berichte.



# Anhang

## Glossar

**CSRД:** Corporate Sustainability Reporting Directive  
**EFRAG:** European Financial Reporting Advisory Group  
**ESEF:** European Single Electronic Format  
**ESG:** Environmental, Social and Governance (zu Deutsch: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung)  
**ESRS:** European Sustainability Reporting Standards  
**GHG:** Greenhouse gases or the GHG protocol  
**GRI:** Global Reporting Initiative  
**IOOI:** Input-Output-Outcome-Impact  
**ISSB:** International Sustainability Standards Board  
**NACE-Code:** Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft  
**NFRD:** Non-Financial Reporting Directive  
**SDG:** Sustainable Development Goals  
**SFDR:** Sustainable Finance Disclosure Regulation  
**VSME:** Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs

## Nützliche Links zum Thema

### Vertiefende Informationen

[bmk.gv.at/themen/klima\\_umwelt/nachhaltigkeit/unternehmen/standards/gri.html](http://bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/nachhaltigkeit/unternehmen/standards/gri.html)  
[csreurope.org](http://csreurope.org)  
[database.globalreporting.org](http://database.globalreporting.org)  
[denkstatt.eu/de/services/csr-nachhaltigkeitsberichterstattung](http://denkstatt.eu/de/services/csr-nachhaltigkeitsberichterstattung)  
[finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/](http://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/)  
[company-reporting/corporate-sustainability-reporting\\_en](http://company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en)  
[globalreporting.org](http://globalreporting.org)  
[kompass.wirtschaft-entwicklung.de](http://kompass.wirtschaft-entwicklung.de)  
[respect.at](http://respect.at)  
[respect.at/themen/csr-reporting](http://respect.at/themen/csr-reporting)  
[respect.at/themen/digitalisierung/digiforsdg](http://respect.at/themen/digitalisierung/digiforsdg)  
[theiirc.org](http://theiirc.org)  
[unglobalcompact.org/Languages/german](http://unglobalcompact.org/Languages/german)  
[wbcisd.org](http://wbcisd.org)  
[wko.at](http://wko.at)  
[wko.at/service/umwelt-energie/nachhaltigkeit-unternehmen.html](http://wko.at/service/umwelt-energie/nachhaltigkeit-unternehmen.html)  
[wko.at/zahlen-daten-fakten/oenace](http://wko.at/zahlen-daten-fakten/oenace)

Hinweis: Es erfolgt keinerlei Bewertung der aufgeführten Software-Lösungen.  
 Achten Sie bei der Wahl des Tools auf Faktoren wie Komplexität, Kosten, Option zur Cloudbasierten Anwendung oder ESRS-Konformität.

Anmerkung: Die angegebenen Beispiele basieren auf einem Wissens- und Informationsstand vom Herbst 2025 und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

## CO<sub>2</sub> -Bilanzierung

Anbieter	Web	Beschreibung
climatepartner	<a href="http://climatepartner.com/de/loesungen/co2-bilanzierung">climatepartner.com/de/loesungen/co2-bilanzierung</a>	Hybride Lösung aus Software und Beratung zur CO <sub>2</sub> -Bilanzierung und Dekarbonisierung – regelkonform nach CSRD, SBTi und GHG-Protokoll.
EQS	<a href="http://eqs.com/de/platform-sustainability/co2-fussabdruck">eqs.com/de/platform-sustainability/co2-fussabdruck</a>	Software zur ganzheitlichen CO <sub>2</sub> -Bilanzierung und Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GHG-Protokoll – von Datenerfassung über Analyse bis zu Maßnahmenplanung und Compliance.
KlimAktiv	<a href="http://klimaktiv.de/co2-rechner">klimaktiv.de/co2-rechner</a>	Zertifizierte SaaS-Lösung für CO <sub>2</sub> -Bilanzierung nach GHG-Standard.
Leadity	<a href="http://leadity.de/klimabilanz">leadity.de/klimabilanz</a>	Softwaregestützte Klimabilanzierung nach GHG-Protokoll und ISO 14064 – automatisierte Datenerfassung, vollständige Scope-Analyse und revisionssichere Berichterstattung.
Planted	<a href="http://planted.green/loesungen/co2-bilanz-und-insights">planted.green/loesungen/co2-bilanz-und-insights</a>	AI-gestützte Plattform zur CO <sub>2</sub> -Bilanzierung nach GHG-Standard – automatisierte Datenerfassung, Scope-Analyse und TÜV-zertifizierte Berichterstattung.
WeShyft	<a href="http://weshyft.com/klimabilanzierung-2">weshyft.com/klimabilanzierung-2</a>	Plattform zur Erstellung von Klimabilanzen und Nachhaltigkeitsberichten – inklusive Datensammlung, Dokumentation, Analyse und GHG-konformer Berichterstattung.
ecocockpit	<a href="http://efa.nrw/fuer-unternehmen/angebote/beratung-ressourcenschonung/ecocockpit">efa.nrw/fuer-unternehmen/angebote/beratung-ressourcenschonung/ecocockpit</a>	Kostenfreie Lösung zur Ermittlung des CO <sub>2</sub> -Fußabdruckes mit Informationen zu produkt-, prozess- und standortbezogenen Treibhausgasmissionen.

## Beispielhafte Reporting-Tools

Anbieter	Web	Beschreibung
Brevius	<a href="http://brevius.io">brevius.io</a>	KI-gestützte Software für ESG-Datenmanagement und VSME-konforme Nachhaltigkeitsberichte – inklusive automatisierter Datenerfassung, Analyse und Reporting für KMU.
ESG-Cockpit	<a href="http://esg-cockpit.com">esg-cockpit.com</a>	Flexibles Nachhaltigkeits- und Reporting-Tool, mit dem Unternehmen ihre ESG-Daten zentral erfassen und automatisiert für verschiedene Standards wie ESRS, VSME, GRI, EMAS sowie für CCF/PCF-Bilanzierungen aufbereiten können.
CSR Tools	<a href="http://csr-tools.com/vsme-datenpunkte-liste">csr-tools.com/vsme-datenpunkte-liste</a>	Excel-Vorlage zur strukturierten Umsetzung der ESRS-VSME-Anforderungen – inklusive vollständiger Datenpunkte, Pflichtkennzeichnung und Zuordnung zu Berichtspflichten.
EQS	<a href="http://eqs.com/de/platform-sustainability/vsme">eqs.com/de/platform-sustainability/vsme</a>	Software zur VSME-Berichterstattung mit strukturierten Workflows, KI-gestützter Datenerfassung und Analyse – inklusive ESG-Dashboards und optionaler Module für CSRD, Taxonomie und CO <sub>2</sub> -Fußabdruck.
Leadity	<a href="http://leadity.de/vsme-reporting">leadity.de/vsme-reporting</a>	Webbasierte ESG-Software für VSME-Reporting mit vorstrukturierten Datenpunkten, KI-gestützter Berichtserstellung und modularer Erweiterung für strategisches Nachhaltigkeitsmanagement.
NetCero	<a href="http://netcero.eu/de">netcero.eu/de</a>	ESG-Software für VSME-, ESRS- und THG-Reporting mit integrierter Wissensplattform, KI-Unterstützung und Modulen für Wesentlichkeitsanalyse, EU-Taxonomie und strategisches Nachhaltigkeitsmanagement.
Planted	<a href="http://planted.green/loesungen/vsme">planted.green/loesungen/vsme</a>	KI-gestützte Plattform für VSME-Reporting mit automatisierter Datenerfassung, strukturierten Workflows und ESG-Strategie-Features zur Ableitung von KPIs und Maßnahmen.
Tanso	<a href="http://tanso.de/produkt-esg-reporting/vsme-tool">tanso.de/produkt-esg-reporting/vsme-tool</a>	TÜV-zertifizierte ESG-Software für den produzierenden Mittelstand zur VSME-Berichterstattung mit flexibler Datenpunkt-Auswahl, KI-gestützter Analyse und integriertem Audit-Workflow.

