

# MANAGEMENT-INFO

EIN SERVICE FÜR KLIENTEN UND INTERESSENTEN



## NICHTFINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG – NICHT NUR FÜR GROSSE KONZERNE RELEVANT

Der **Wert eines Unternehmens** lässt sich schon lange nicht mehr rein über finanzielle Kennzahlen darstellen. Innovationskraft, Mitarbeiterzufriedenheit, der **Verbrauch von natürlichen Ressourcen** oder gesellschaftliche Verantwortung beeinflussen den **langfristigen Erfolg eines Unternehmens** und schlagen sich auch in finanziellen Kennzahlen nieder.

**Investoren** oder **Kunden** legen bei ihren Investitions- oder Kaufentscheidungen immer **mehr Wert auf ökologische oder soziale Belange**. Auch der **Gesetzgeber** und die **EU** sehen diese Themen im Rahmen des „**Green Deal**“ als neue Wachstumsstrategie und möchten die Union bis 2050 zu einer modernen, ressourcenschonenden und wettbewerbsfähigen Wirtschaft ohne Netto-Treibhausgasemissio-

nen machen. Damit einhergehend wird auch die **nichtfinanzielle Berichterstattung** (oder **Nachhaltigkeitsberichterstattung**) für Unternehmen **immer relevanter** und die Vorschriften dazu immer umfangreicher.

### GESETZLICHE BETIMMUNGEN

Im österreichischen **Unternehmensrecht** wurde schon bisher von großen Kapitalgesellschaften eine Analyse der wichtigsten **nichtfinanziellen Leistungsindikatoren**, einschließlich Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange, im Rahmen des **Lageberichts** verlangt. In anderen europäischen Ländern gab es bereits ähnliche Vorgaben. Aus Sicht der EU wurden diese Anforderungen jedoch in der Praxis nur unzureichend umgesetzt. Zudem fehlten

### INHALT Ausgabe Nr. 67

- » Nichtfinanzielle Berichterstattung – Nicht nur für große Konzerne relevant
- » Die Digitalisierung als Chance für Unternehmen – Ein Überblick

## NICHTFINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG – NICHT NUR FÜR GROSSE KONZERNE RELEVANT (Fortsetzung von Seite 1)

für eine angemessene Nachhaltigkeitsberichterstattung einheitliche Qualitätsstandards und Mindestanforderungen. Dies machte es für Investoren, Kunden aber auch eine breitere Öffentlichkeit **schwer, nichtfinanzielle Informationen zu vergleichen** bzw. auf deren Zuverlässigkeit zu vertrauen.

### NON-FINANCIAL REPORTING DIRECTIVE (NFRD)

Die **NFRD** der Europäischen Union (Richtlinie 2014/95/EU) und das daraus folgende „**Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)**“ verpflichtete bestimmte große Unternehmen in Österreich dazu, ab 2017 in ihren **Jahresabschlüssen** und **Lageberichten** auch über **nichtfinanzielle Aspekte** und die **Diversität** betreffende Informationen zu berichten.

#### WER IST BETROFFEN?

Von der Richtlinie umfasst sind **große Unternehmen**, die **gleichzeitig Unternehmen von öffentlichem Interesse** sind und im Durchschnitt des Geschäftsjahres **mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen**. Im Wesentlichen sind dies **kapitalmarktorientierte Unternehmen bzw. Kreditinstitute und Versicherungen**, in Österreich etwa 120 Unternehmen.

#### WORÜBER MUSS BERICHTET WERDEN?

In einer nichtfinanziellen Erklärung müssen Angaben über das Geschäftsergebnis, den **Geschäftsverlauf**, die Lage der Gesellschaft sowie die **Auswirkungen der Tätigkeit** enthalten sein. Diese Informationen müssen sich darüber hinaus auf folgende **Nachhaltigkeitsthemen** beziehen:

- » Umwelt-, Sozial- und **Arbeitnehmerbe-  
lange**,
- » auf die Achtung der Menschenrechte und
- » auf die **Bekämpfung von Korruption** und **Bestechung**.

Die Angaben müssen eine **Beschreibung des Geschäftsmodells** enthalten. Weiters ist eine Darstellung der Konzepte und Maßnahmen hinsichtlich der Nachhaltig-

keitsthemen inklusive sich daraus ergebender **Risiken** erforderlich. Zusätzlich wird von großen Aktiengesellschaften verlangt, den **Corporate Governance Bericht** um ein **Diversitätskonzept** zu erweitern. Unternehmen konnten die Informationen **im Rahmen des Geschäftsberichts** oder als eigenen Bericht veröffentlichen.

Mit der Umsetzung der NFRD in den Mitgliedstaaten wurde auch schnell Kritik laut. Zum einen sei die Zahl der betroffenen Unternehmen zu gering. Zum anderen zeigten die vorgelegten Berichterstattungen Defizite in punkto Vollständigkeit, Vergleichbarkeit und Verlässlichkeit.

### CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD)

Die **EU-Kommission** hat die NFRD überarbeitet und im Dezember 2022 die zukünftig geltende **CSRD** (Richtlinie 2022/2464/EU) veröffentlicht. In der CSRD werden **Berichtsstandards** sowie **Prüfpflichten** ergänzt, außerdem wird der **Kreis der verpflichteten Unternehmen** deutlich **ausgeweitet**. Nichtfinanzielle Berichterstattung soll mit den Zielen des EU-Aktionsplans zur Finanzierung nachhaltiger Entwicklung in Einklang gebracht werden und Kapitalströme in Richtung einer „**grünen**“ Wirtschaft gelenkt werden.

#### WER IST BETROFFEN?

Künftig gilt die **Berichtspflicht für so genannte „große Kapitalgesellschaften“**. Das sind alle Unternehmen, die zumindest zwei der drei Größenmerkmale erfüllen:

- » Bilanzsumme über 20 Mio. €,
- » Nettoumsatzerlöse über 40 Mio. €,
- » durchschnittliche Beschäftigtenzahl von über 250 während des Geschäftsjahres.

Außerdem sind **kapitalmarktorientierte kleinere und mittlere Unternehmen „KMU“ umfasst**. Für diese soll allerdings ein eigener verhältnismäßiger Standard entwickelt werden und sie werden erst **drei Jahre später verpflichtet**. Auf **Konzernebene** ist ebenfalls auf das Vorliegen eines „**großen Konzerns**“ abzustellen, wobei es innerhalb von berichtspflichti-

gen Konzernstrukturen zu Erleichterungen kommen kann. Die Richtlinie sieht auch vor, dass **Unternehmen mit Sitz außerhalb der EU** unter bestimmten Voraussetzungen von der **Berichtspflicht** umfasst sind. Dies gilt für

- » **Drittstaatenunternehmen** mit 150 Mio. € Umsatz in der EU,
- » deren Tochterunternehmen die vorstehenden Größenkriterien erfüllen oder
- » deren Zweigniederlassungen mehr als 40 Mio. € Umsatz erreichen.
- » Drittstaatenunternehmen, die an einem geregelten Kapitalmarkt in der EU notiert sind.

#### AB WANN GILT DIE BERICHTSPFLICHT?

Die **Berichtsansforderungen der CSRD** werden für Geschäftsjahre beginnend **ab dem 1. Jänner 2024** zunächst für einen **eingeschränkten Kreis von Unternehmen** gelten, der dann sukzessive **erweitert** wird:

- » ab 2025 für Unternehmen, die bereits der NFRD unterliegen (Berichtsjahr 2024);
- » 2026 für große Unternehmen, die derzeit nicht der NFRD unterliegen (Berichtsjahr 2025);
- » 2027 für kapitalmarktorientierte KMU und Unternehmen aus Drittstaaten (Berichtsjahr 2026) mit der **Möglichkeit auf Aufschub** bis 2028;
- » 2028 für Unternehmen aus Drittstaaten (Berichtsjahr 2029).

Somit müssen ab 2025 rund 2.000 Unternehmen in Österreich einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen. In der gesamten EU wächst der Kreis der Berichtspflichtigen von rund 11.000 auf etwa **49.000 Firmen**.

#### WORÜBER MUSS BERICHTET WERDEN?

Die **CSRD** soll bestehende Lücken bei den Berichtsvorschriften schließen und die **Nachhaltigkeitsberichterstattung** insgesamt **ausweiten**. Ziel ist es, die **Rechenschaftspflicht** europäischer Unternehmen über **Nachhaltigkeitsaspekte** zu **erhöhen** und erstmals verbindliche Berichtsstan-

## NICHTFINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG – NICHT NUR FÜR GROSSE KONZERNE RELEVANT (Fortsetzung von Seite 2)

dards auf Ebene der EU einzuführen. Inhaltlich orientiert sich die CSRD an der **ESG-Logik**. Das heißt, es müssen Kennzahlen aus den Bereichen Environmental, Social und Governance veröffentlicht werden sowie Kennzahlen zur **EU-Taxonomie** (Klassifizierung von nachhaltigen Wirtschaftstätigkeiten). Weiters beruhen Angabepflichten auf dem **Grundsatz der doppelten Wesentlichkeit**. Demnach sind Unternehmen verpflichtet, sowohl über die Auswirkungen des eigenen Geschäftsbetriebs auf Mensch und Umwelt als auch über die **Auswirkungen** von Nachhaltigkeitsaspekten **auf das Unternehmen** zu berichten.

### ICH BIN NICHT BETROFFEN – BIN ICH BETROFFEN? CSRD-BERICHTSPFLICHT ALS CHANCE FÜR KMUS

KMU (sofern nicht kapitalmarktorientiert)

sind aus der **Verpflichtung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung** gemäß CSRD **ausgenommen**. Jedoch können die neuen Regelungen auch für solche Unternehmen große Auswirkungen haben. Bereits jetzt fertigen viele kleine Unternehmen **freiwillig** einen **Nachhaltigkeitsbericht** an. Sie haben erkannt, dass sie dadurch ihre **Reputation verbessern** können. **Kunden** und potenzielle **Arbeitnehmer** achten verstärkt auf **Nachhaltigkeit**. Sie wollen wissen, wie ein Unternehmen auf sein Umfeld einwirkt, also wie es soziale, **ökologische und ökonomische Belange** miteinander vereinbart. Zudem bietet es die Möglichkeit, sich von **Wettbewerbern** in der Branche zu **differenzieren**. Weiters wird in Zukunft - noch stärker als schon bisher – im Rahmen von **Ausschreibungen, Förderanträgen** oder bestehenden Geschäftsverträgen eine **Berichterstat-**

**tung vorausgesetzt**. Die Notwendigkeit von Transparenz beschränkt sich nicht auf firmenindividuelle Aspekte, die gesamte Wertschöpfungskette ist abzubilden. Daher werden viele große (berichtspflichtige) Unternehmen zukünftig eigene Standards auf **Lieferanten** und **Vertragspartner** umlegen.

Mit der neuen Nachhaltigkeitsberichts-pflicht kommt auch auf kleinere und mittlere Unternehmen einiges an Aufwand zu. Neben den formalen Anforderungen, die zu erfüllen sind, hilft die Beschäftigung mit der Thematik auch dabei, sich grundsätzlich Gedanken darüber zu machen, **wie Nachhaltigkeit im Unternehmen gelebt** wird und wie man sich diesbezüglich **positionieren** möchte. Dies wiederum kann eine **Chance für KMUs** sein.

## DIE DIGITALISIERUNG ALS CHANCE FÜR UNTERNEHMEN – EIN ÜBERBLICK

Die Digitalisierung hat sich zu einem zentralen Treiber für Veränderungen in der Geschäftswelt entwickelt. Die **technologischen Fortschritte** beeinflussen nahezu alle Aspekte der Unternehmensführung, wodurch sich für Unternehmen sowohl **Chancen** als auch **Risiken** eröffnen. Ausgewählte Chancen der Digitalisierung für Unternehmen werden nachfolgend überblicksmäßig dargestellt.

### EFFIZIENZSTEIGERUNG UND KOSTENEINSPARUNGEN

Eine der bedeutendsten Chancen, welche die **Digitalisierung** Unternehmen bietet, ist die Möglichkeit zur **Effizienzsteigerung** und **Kosteneinsparung**. Durch die **Automatisierung** von Prozessen, den Einsatz von **Datenanalysen** und den Übergang zu **Cloud-Computing-Plattformen** können Unternehmen ihre betriebliche Leistungsfähigkeit verbessern und gleichzeitig Kosten reduzieren. Unter Cloud-Computing versteht man üblicherweise die **Bereitstellung von IT-Infrastruktur** und IT-Leistungen (z.B. Server, Speicherplatz oder Anwendungssoftware) als **Service** über das Internet (Cloud). Vorteile von Cloud-



Computing können in der schnelleren Bereitstellung von Innovationen, flexiblen Ressourcen und **der Erzielung** von Skaleneffekten liegen. Überdies fallen beim Nutzer von Cloud-Computing keine Investitionskosten an und die „Produkte“ können bedarfsgesteuert und als Self-Service bereitgestellt werden.

### INNOVATIONSMÖGLICHKEITEN

Die Integration neuer Technologien wie **künstliche Intelligenz (KI)** und das **Internet der Dinge (IoT)** eröffnet Unternehmen innovative Möglichkeiten. Die Entwick-

lung neuer Produkte und Dienstleistungen, die auf diesen Technologien basieren, ermöglichen es **Unternehmen**, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt zu **differenzieren** und ihre **Wettbewerbsfähigkeit** zu **stärken**. Unter künstlicher Intelligenz versteht man dabei eine gewisse Anzahl moderner mathematisch-statistischer Verfahren mit der Zielsetzung, ein **technisches Äquivalent zur menschlichen Intelligenz** zu schaffen und dadurch automatische Entscheidungen basierend auf vorliegenden Informationen treffen zu können. Das **Internet der Dinge (Internet of Things)** bezeichnet die verstärkte **Vernetzung** zwischen **Alltagsgegenständen** oder von Maschinen im industriellen Umfeld, sowohl untereinander als auch mit dem **Internet**. Anders ausgedrückt ist das IoT ein Netzwerk verschiedenster Gegenstände bzw. eine **Schnittstelle** zwischen **virtueller** und **realer Welt**.

### VERBESSERTES KUNDENERLEBNIS

Die Digitalisierung erlaubt es Unternehmen, **personalisierte Kundenerlebnisse** zu schaffen. Durch die **Analyse von Kundendaten** können **maßgeschneiderte**

## DIE DIGITALISIERUNG ALS CHANCE FÜR UNTERNEHMEN – EIN ÜBERBLICK

(Fortsetzung von Seite 3)

**Angebote** und Dienstleistungen bereitgestellt werden, wodurch die **Kundenzufriedenheit** erhöht und die **Kundenbindung** gestärkt werden kann. Dabei ist zu bedenken, dass der Kunde durch die Digitalisierung nicht nur beim Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung Erfahrungen mit der Marke oder mit dem Unternehmen sammelt, sondern schon bei der Werbung mit dem Vertrieb bzw. mit dem Kundenservice in Kontakt kommt. Damit zusammenhängend **erleichtert** die **Digitalisierung** auch die **Markterschließung**. Online-Plattformen und die globale Vernetzung bieten die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen über geografische Grenzen hinweg anzubieten und so das Potenzial für **Umsatzwachstum** zu maximieren. Unternehmen können somit leichter in neue Märkte expandieren und zufriedene Kunden gewinnen.

### ERHÖHTE FLEXIBILITÄT UND AGILITÄT

Digitale Technologien schaffen **erhöhte Flexibilität und Agilität** in Unternehmen. Die Möglichkeit, schnell auf **Marktveränderungen** zu **reagieren** und **neue Geschäftsmodelle** einzuführen, wird durch die Digitalisierung **erleichtert**. Dies ist entscheidend in einer Welt, die sich ständig weiterentwickelt. Agilität im Unternehmen und damit zusammenhängend **agile Methoden des Projektmanagements** werden grundsätzlich durch vier zentrale Aspekte definiert. Diese sind **Geschwindigkeit, Anpassungsfähigkeit, Kundenzentriertheit** und **Haltung**. Geschwindigkeit und Anpassungsfähigkeit bedeuten für Unternehmen, dass Organisationen schnell und dynamisch auf Veränderungen reagieren und sich **rasch anpassen** müssen. Aspekte wie kürzere Zyklen und Iterationen, das Voranschreiten in kleinen Schritten und die Möglichkeit, punktuell und schnell auf **Kundenwünsche** zu reagieren, kennzeichnen den Fokus auf die ständig steigende **Kundenzentriertheit**. Die agile Haltung enthält schließlich diverse Faktoren von **Verhaltensweisen der Mitarbeiter**. Wichtig ist dabei ein **wertschätzender Umgang** miteinander, welcher eine Begegnung auf Augenhöhe ermöglicht.

Auf Projektmanagement bezogen unter-

scheidet sich die **klassische** Methode (des Projektmanagements) von der **agilen** Methode insbesondere dadurch, dass beim klassischen Projektmanagement der **Fokus** auf Prozessen liegt, beim **agilen Projektmanagement** hingegen auf **Menschen**. Überdies zeichnen sich die agilen Methoden des Projektmanagements durch **minimale Dokumentation, geringe Planung** und **iterative Prozesse** aus – das Management in einer agilen Organisation ist selbstverwaltend und dezentral. Hingegen sind im Rahmen der **klassischen Methode des Projektmanagements** die Dokumentation umfassend, die Planung intensiv und die **Prozesse linear**. Das Management agiert hierbei zentral und die Organisation ist verwaltend. Typische **Vorteile agilen Projektmanagements** sind der stark ausgeprägte **Teamgedanke** sowie die **Selbstorganisation**. Durch **kontinuierliche Verbesserungsprozesse** soll es überdies möglich sein, nachhaltig aus bisherigen Erfahrungen zu lernen und Priorisierungen anzupassen.

### BIG DATA

Die Digitalisierung bietet im Zusammenhang mit dem Schlagwort „**Big Data**“ die Möglichkeit, **bessere Informationen als Grundlage für Entscheidungen** liefern zu können. Big Data bezeichnet die für das Zeitalter der Digitalisierung typische **hohe Menge, Übertragungsgeschwindigkeit und Heterogenität von Daten**. Big-Data-Analysen sind innovative und kosteneffiziente Analyseverfahren, welche diesen Dateneigenschaften gerecht werden sollen und somit eine **bessere Entscheidungsgrundlage** ermöglichen sollen. Dies kann wiederum zur **Verbesserung der Unternehmensstrategie** beitragen.

Bei der **Analyse von Big Data** müssen Unternehmen einige **Herausforderungen**

bewältigen. Die bekanntesten sind die „**4 Vs von IBM**“ – Volume, Velocity, Variety und Veracity.

**Volume** bezeichnet dabei die **steigende Datenmenge**, welche Unternehmen in den Griff bekommen müssen, um daraus sinnvolle Informationen extrahieren zu können. Es geht dabei vor allem um die effiziente Verwaltung von Datenmengen. **Variety** bringt zum Ausdruck, dass Daten in vielen Formaten vorliegen und eine Herausforderung schon darin bestehen kann, **Daten** von verschiedenen Quellen miteinander **kompatibel** zu machen. Ein wichtiges Ziel besteht darin, die unterschiedlichen Arten von Daten auswertbar zu machen, um bestimmte Muster erkennen zu können bzw. Aussagen formulieren zu können. **Velocity** verweist auf die Geschwindigkeit, mit der die aktuellen Daten zur Verfügung stehen und zeigt, dass eine möglichst **zeitnahe Analyse** essentiell ist. Real-time-Auswertungen sind für Unternehmen wichtig, da sie die Analysequalität bestimmen und oftmals Schlussfolgerungen – etwa im Risikomanagement oder bei Predictive-Maintenance – in Sekundenschnelle erforderlich sind. Schließlich versteht man unter **Veracity** die **Datenqualität**. Diese ist entscheidend bei der Gewinnung von Mehrwert aus den vorhandenen Daten, da **unvollständige, fehlerhafte oder unlesbare Daten** Berechnungsergebnisse negativ beeinflussen und **Analysen erschweren**. Im **Idealfall** führt der Einsatz von Big Data zur Erzielung von **Wettbewerbsvorteilen**, der Generierung von **Einsparungspotentialen** sowie zur Optimierung von Geschäftsprozessen und der Schaffung bzw. Verbesserung von bestehenden Geschäftsmodellen. Praktisch betrachtet können Unternehmen sich möglichst effizient auf den Wettbewerb einstellen und **früher auf Marktveränderungen reagieren**.

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:  
Klienten-Info - Klier, Krenn & Partner KG  
Redaktion: H. Krenn, 1190 Wien, Döblinger Hauptstraße 56/4  
Richtung: unpolitisch & unabhängig – Die Management-Info widmet sich Themen aus der Welt der Unternehmensberatung und aus dem Wirtschaftsrecht und ist speziell für Klienten von Steuer- u. Unternehmensberatungskanzleien bestimmt.  
Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt und ohne Gewähr.  
Kontakt: Klienten-Info: Tel. 01/929 15 91-0;  
E-Mail: office@klienten-info.at, Internet: www.management-info.at