



# MIT NACHHALTIGKEIT UMGEHEN IM MITTELSTAND

Beratungsleitfaden 2025



Nachhaltigkeit ist die Zukunft – das ist mittlerweile allgemein bekannt. Und dass dieses Thema auch Ihr Unternehmen betrifft, ist ebenso klar. Dennoch kann es sein, dass Sie sich damit bisher noch nicht beschäftigt haben oder weniger tun, als eigentlich notwendig wäre. Benötigen Sie demnächst einen Kredit, haben Sie große Lieferanten in Ihrer Wertschöpfungskette, fällt es Ihnen schwer, junge Talente zu gewinnen, oder verlangen Auftraggeber konkrete Nachweise für Ihre gesellschaftliche Verantwortung und Ihre Aktivitäten zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette? In diesem Leitfaden erfahren Sie, warum es jetzt besonders wichtig ist, Nachhaltigkeit aktiv anzugehen, wie Sie schnell starten können und welche Chancen sich daraus für Sie ergeben.

## **DRINGLICHKEIT 1: DIE EINFÜHRUNG DER CSRD BETRIFFT GROSSE UND KLEINE UNTERNEHMEN**

Die ganz großen Unternehmen wie Philips, Heijmans, NS und Banken berichten bereits nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Dies ist ein neues EU-Gesetz, das große Unternehmen verpflichtet, transparent über ihre Nachhaltigkeitsleistungen zu berichten. Nicht mit vagen Behauptungen, sondern konkret belegt durch Daten und Nachweise zum eigenen Unternehmen und zur gesamten Wertschöpfungskette. Für große Unternehmen gilt die CSRD ab diesem Jahr, dem Geschäftsjahr 2025. Unternehmen gelten als groß, wenn sie zwei aufeinanderfolgende Jahre mindestens zwei der folgenden drei Merkmale erfüllen:

- Mindestens 250 Vollzeitbeschäftigte
- Mindestens 50 Millionen Euro Umsatz
- Mindestens 25 Millionen Euro Bilanzsumme

Diese Berichtspflicht erfordert so viele konkrete Daten, dass viele von der CSRD betroffene Unternehmen begonnen haben, Informationen aus der Lieferkette einzuholen. Vielleicht haben Sie dies bereits bemerkt, indem Sie verschiedene Fragebögen für diese Unternehmen ausfüllen mussten, z. B. zu allgemeinen Unternehmensdaten, zur Herkunft von Produkten/Dienstleistungen, zum Materialeinsatz und zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß eines Produkts. Oder weil Sie zu einer Gesprächsrunde mit mehreren Lieferanten aus der Kette eingeladen wurden.

## **DRINGLICHKEIT 2: NOCH MEHR GESETZE UND VORSCHRIFTEN MIT AUSWIRKUNG**

Verbrauchen Sie beispielsweise mehr als 50.000 kWh Strom oder 25.000 m<sup>3</sup> Erdgas(äquivalent) pro Jahr, besitzen Sie Immobilien oder beschäftigen Sie mehr als 100 Mitarbeitende? Dann kommt neben der CSRD noch weitere Gesetzgebung auf Sie zu. Eine Auswahl dieser (anstehenden) Vorschriften: Null-Emissionszonen, CBAM, dienstgebundene Personenmobilität, Informationspflicht zur Energieeinsparung, Energieausweis C für Gewerbeimmobilien, UPV, das Gesetz gegen Greenwashing usw.

### **Tipp!**

Dokumentieren Sie Ihre nachhaltige Unternehmenspolitik, Initiativen und Ergebnisse und senden Sie diese proaktiv an Ihre Lieferanten und Kunden. So können Sie möglicherweise verhindern, dass diese bestimmen, welche Informationen Sie bereitstellen müssen.

### **Hinweis!**

Informieren Sie sich, welche Gesetze und Vorschriften für Ihr Unternehmen oder Ihre Branche gelten und welche Maßnahmen Sie ergreifen müssen, um diese zu erfüllen! Beschränken Sie sich dabei nicht nur auf den Umweltschutz (E), sondern beachten Sie auch Gesetze im sozialen (S) und im Bereich Unternehmensführung (G).

## **DRINGLICHKEIT 3: BANKEN UND INVESTOREN VERLANGEN NACHWEISBARE NACHHALTIGKEITSINFORMATIONEN**

Banken und Investoren müssen sich bereits im Rahmen für sie geltender EU-Gesetzgebung (SFDR) dafür verantworten, wie sie ihre Kapitalströme für eine nachhaltige Wirtschaft einsetzen. Wenn Sie demnächst einen Investitionskredit aufnehmen möchten, wird Ihre Bank daher voraussichtlich – neben finanziellen – auch nicht-finanzielle Fragen zur Fortsetzung oder Erweiterung von Kreditfazilitäten stellen, beispielsweise zur von Ihrem Unternehmen verursachten CO<sub>2</sub>-Emission, zu einer externen Whistleblower-Richtlinie, zur Anzahl weiblicher Führungskräfte oder zur Krankheitsquote.

### **Achtung!**

CSRD-pflichtige Unternehmen ermitteln anhand der sogenannten „doppelten Wesentlichkeitsanalyse“, welche nachhaltigen Themen von größter Bedeutung sind – nicht nur für das eigene Unternehmen, sondern auch für andere Interessengruppen und die gesamte Wertschöpfungskette. Legen Sie Ihre nachhaltigen Themen mit dieser doppelten Wesentlichkeit (siehe Geschäftsberichte und Brancheninformationen) ab und sorgen Sie für Anschlussfähigkeit.

### **Beispiel aus der Baubranche, siehe Geschäftsberichte auf den Websites:**

Auf S. 82–86 erfahren Sie mehr über die [Wesentlichkeitsanalyse von BAM](#). Diese können Sie mit der [Analyse von Boskalis](#) (S. 14–15) vergleichen.

## **DRINGLICHKEIT 4: NACHHALTIGKEIT ALS VORAUSSETZUNG BEI ANGEBOTEN UND AUSSCHREIBUNGEN**

In bestimmten Branchen (wie Transport und Bau), aber auch bei Behörden, haben Sie größere Chancen oder müssen sogar bestimmte Umweltstandards erfüllen – wie die CO<sub>2</sub>-Performanceladder, Lean & Green, Social Enterprise Performanceladder oder ISO 14001 –, wenn Sie an Angebotsverfahren und Ausschreibungen teilnehmen.

### **Achtung!**

Recherchieren Sie, welche (nachhaltigen, sozialen, umweltbezogenen) Zertifizierungen in Ihrer Branche oder für Ihre Kunden wichtig sind. Prüfen Sie, was erforderlich ist, um selbst ein solches Zertifikat zu erwerben und welchen Mehrwert dies bietet!

## **DRINGLICHKEIT 5: JÜNGERE GENERATION ENTSCHIEDET SICH BEWUSST FÜR NACHHALTIGE JOBS**

Auf dem aktuellen, angespannten Arbeitsmarkt haben Berufseinsteiger die Wahl und können wählerisch sein. Einen positiven Beitrag zu leisten, ist immer häufiger ein entscheidender Faktor bei der Wahl eines Arbeitsplatzes in einem nachhaltigeren Unternehmen.

### **Tipp!**

Berichten Sie auf Ihrer Website und im Newsletter über Ihre nachhaltigen Aktivitäten und erwähnen Sie Nachhaltigkeit auch in Ihren Stellenausschreibungen – selbst wenn Sie noch nicht ganz zufrieden mit Ihren Ergebnissen sind.

### Beispiele aus dem Einzelhandel:

Bei [Herman Vaessen](#) arbeiten mehr als 10 % der Mitarbeitenden mit Abstand zum Arbeitsmarkt. Darüber berichten sie auf ihrer Website und weisen dies mit dem PSO-Gütesiegel nach. [Pean Buiten](#) veröffentlicht regelmäßig neue Videos über ihre nachhaltigen Initiativen, um ihre Gäste zu einem nachhaltigen Lebensstil zu inspirieren. [Interstuhl Benelux](#) arbeitet mit seinen Händlern unter anderem an kreislauforientierter Bürogestaltung und der Reduzierung von Plastik.

## 7 TIPPS, UM NACHHALTIGKEIT IN GESCHÄFTLICHE CHANCEN ZU VERWANDELN

Falls Sie noch nicht überzeugt waren, so haben Sie die fünf genannten Dringlichkeiten sicherlich davon überzeugt, dass es jetzt wirklich an der Zeit ist, Nachhaltigkeit aktiv anzugehen. Das Wichtigste ist, dass Sie beginnen – es muss nicht sofort perfekt sein! Wir haben sieben Tipps für einen schnellen und effektiven Start mit den wichtigsten Chancen:

1. Kommunizieren Sie Ihr Engagement für Nachhaltigkeit intern. Stärken Sie Ihre Mission, Vision und Strategie mit Nachhaltigkeit.
2. Bilden Sie ein Team, das strukturiert an Nachhaltigkeit arbeiten kann.
3. Führen Sie Gespräche mit uns als Ihrem Wirtschaftsprüfer sowie mit Ihren Lieferanten und Kunden: Was ist ihnen am wichtigsten? Was möchten sie wissen? Wodurch können Sie sich abheben? Wie stehen Sie im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern?
4. Erfassen Sie, was Sie bereits zu den wichtigsten nachhaltigen Themen tun und wo Verbesserungsbedarf besteht. Erstellen Sie einen Verbesserungsplan und verfolgen Sie den Fortschritt aktiv. Falls Sie dies schwierig finden, holen Sie sich Unterstützung durch einen qualifizierten Praktikanten oder eine externe Partei.
5. Prüfen Sie, ob Fördermittel für Ihre Pläne verfügbar sind, oder fragen Sie uns nach Möglichkeiten. Denken Sie auch an Chancen im Bereich der grünen Finanzierung.
6. Treten Sie einem nachhaltigen Netzwerk bei, um sich mit Gleichgesinnten zu informieren, inspirieren und auszutauschen. Falls es lokal kein Netzwerk gibt, werden Sie Mitglied bei MVO Nederland und abonnieren Sie die Mitteilungen des Online-Knowledge-Center Nachhaltiges Unternehmertum.
7. Delegieren Sie Nachhaltigkeit nicht an eine Einzelperson in Ihrem Unternehmen und überlassen Sie es auch nicht vollständig einer externen Partei. Eignen Sie sich Wissen an, engagieren Sie sich selbst, machen Sie Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil Ihres Unternehmens und unterstützen Sie Ihr Team dabei!

## NUTZEN SIE IHRE CHANCE!

Unternehmen, die bereits aktiv an ihrer nachhaltigen Entwicklung arbeiten, zeigen, dass sie damit erfolgreich sind. Sie haben ein gesundes Geschäftsmodell entwickelt, erhalten leichter Finanzierung (zu günstigen Konditionen), haben hochmotivierte Mitarbeitende, gewinnen einfacher neue Mitarbeitende und genießen ein gutes Ansehen bei Lieferanten und Kunden. Sie können ihre gesellschaftliche Relevanz belegen und bieten bessere Chancen für eine Unternehmensnachfolge. Das wollen Sie doch auch?!

Nehmen Sie Kontakt zu Ihrem Berater auf, wenn wir Sie dabei unterstützen können. Eine nachhaltige Strategie ist nicht nur eine Chance, sondern auch eine Voraussetzung, um zukunftsfähig zu bleiben. Wir unterstützen Sie gerne.

## KONTAKT

E-Mail: [info@esj.nl](mailto:info@esj.nl)

Telefon: +31 (0)88 0 320 600

### *Haftungsausschluss*

*Trotz größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung dieses Beratungsleitfadens wird keine Haftung für Unvollständigkeiten oder Fehler übernommen. Aufgrund des allgemeinen Charakters dieses Leitfadens ist er nicht dazu bestimmt, alle Informationen bereitzustellen, die für finanzielle Entscheidungen erforderlich sind.*