

2.5 Die wesentlichen CSR-Themen der Nemetschek Group

Integrität und Compliance

Tatsächliche oder mutmaßliche Verstöße gegen geltende gesetzliche Bestimmungen, interne Vorschriften oder ethische Standards könnten negative finanzielle Folgen haben. Ebenso könnten sie sich nachteilig auf die Reputation der Nemetschek Group auswirken. Darum lautet das oberste Ziel: Kritische Compliance-Vorfälle vermeiden! Um dies zu erreichen, verfolgt die Nemetschek Group einen präventiven Compliance-Ansatz und lebt eine Unternehmenskultur, in der alle Mitarbeiter für das Thema sensibilisiert und entsprechend weitergebildet werden.

Übergeordneter Managementansatz

Um vertrauensvolle und langfristige Geschäftsbeziehungen zu fördern, setzt die Gruppe auf die transparente und rechtmäßige Abwicklung aller Geschäfte. Darüber hinaus wird von Mitarbeitern ein fairer und respektvoller Umgang im Unternehmen sowie gegenüber Dritten erwartet. Hierfür wurden die wichtigsten Grundsätze und Vorschriften im Code of Conduct der Nemetschek Group zusammengefasst und auf der Unternehmenswebsite auf Deutsch und Englisch bereitgestellt. Er ist für alle Mitarbeiter – ungeachtet ihrer Position – bindend und wurde unternehmensweit bekannt gegeben.

Compliance

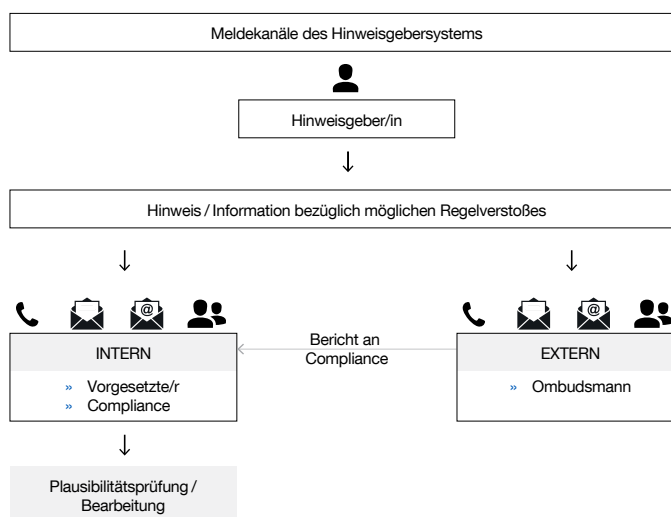
Schulungen sowie individuelle Auffrischungen zu Compliance-Themen erfolgen aktuell z. B. über E-Mail-Kommunikation und online. Die einzelnen Marken sind dazu angehalten, die Weitergabe von Informationen, den individuellen Rollout von Konzernrichtlinien sowie die markeninterne Durchführung von Schulungen zu Compliance-Themen eigenverantwortlich vorzunehmen. Jeder neue Mitarbeiter hat eine initiale Compliance-Schulung zu absolvieren. Zudem ist vorgesehen, zukünftig weitere thematisch passgenaue, zielgerichtete Präsenzs Schulungen anzubieten sowie zentrale E-Learning-Strukturen aufzubauen, um Steuerungs- und Auswertungsmöglichkeiten zu verbessern.

Die Umsetzung des Compliance-Managementsystems in den Tochtergesellschaften erfolgt durch die Compliance-Verantwortlichen der einzelnen Marken. Vierteljährliche Befragungen aller Marken werden durch den Bereich Corporate Legal & Compliance konsolidiert, überprüft und direkt an den Chief Financial and Operating Officer (CFOO) der Nemetschek Group berichtet. Ergänzend werden im Rahmen eines angewandten Due-Diligence-Prozesses anlassbezogen Ad-hoc-Compliance-Berichte erstellt. Aufsichtsrat und Vorstand werden regelmäßig über Compliance-relevante Themen informiert.

Die Nemetschek Group ermutigt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Verhaltensweisen zu melden, die möglicherweise gegen den Code of Conduct verstoßen. Dazu können sie sich in deutscher oder englischer Sprache direkt an Vorgesetzte, zuständige

Personalleiter oder den Compliance-Bereich wenden. Zudem können Verstöße anonym an eine beauftragte internationale Anwaltskanzlei außerhalb des Unternehmens übermittelt werden. Sämtliche Hinweise werden zunächst intern mit höchster Vertraulichkeit auf Plausibilität geprüft. Je nach Veranlassung werden weitere Untersuchungen und Schritte eingeleitet. Sofern im Einzelfall notwendig, werden weitere Unternehmensbereiche oder externe Berater hinzugezogen. Der Bereich Corporate Legal & Compliance prüft den Hinweisgeberprozess regelmäßig hinsichtlich seiner Wirksamkeit und passt ihn bei Bedarf an.

HINWEISGEBERPROZESS



Nennenswerte und fundierte Compliance-Verstöße wurden im Berichtszeitraum nicht gemeldet. Bei einzelnen gemeldeten Ereignissen ergab die Nachprüfung keinen Handlungsbedarf. Rechtliche Schritte wurden daher in keinem Fall eingeleitet.

Faire Geschäftspraktiken

Aspekte des Themas „Faire Geschäftspraktiken“ werden im Code of Conduct an mehreren Stellen behandelt. So wird ausgeführt, welche Erwartungen die Nemetschek Group hinsichtlich der Trennung von Privat- und Konzerninteressen oder an den Umgang mit Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen hat. Im Code of Conduct ist klar formuliert, dass Nemetschek keinerlei Form von Korruption, Bestechung, Bestechlichkeit oder sonstiger rechtswidriger Vorteils-gewährung toleriert. Zudem bekennt sich die Nemetschek Group in ihrem Code of Conduct ohne Einschränkungen zum Wettbewerb mit fairen Mitteln und zur strikten Einhaltung des Kartellrechts. Alle im Konzern Beschäftigten haben in Übereinstimmung mit dem jeweils geltenden Wettbewerbsrecht zu handeln.

Vorbeugung von Diskriminierung

Zum Thema Diskriminierung ist im Code of Conduct klar formuliert: „Jede Art von Diskriminierung ist zu unterlassen. Nemetschek duldet im Konzern vor allem keinerlei Diskriminierung oder Belästigung, sei es aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Behinderung, Religion, Alter, sexueller Orientierung, politischer Einstellung oder gewerkschaftlicher Betätigung.“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich irgendeiner Form von Diskriminierung oder unangemessenem Verhalten ausgesetzt sehen oder solches beobachten, sind aufgefordert, dies über die beschriebenen Berichtskanäle zu melden.

Alle gemeldeten Fälle möglicher Diskriminierung wurden im Berichtszeitraum überprüft. Im Ergebnis gab es keine Vorfälle, die disziplinarische und/oder rechtliche Schritte erforderten.

Umwelt

Intakte Ökosysteme sind die Grundlage für gesundes Leben und nachhaltiges Wirtschaften. Da die Baubranche zu den ressourcenintensivsten Branchen gehört und die Nachfrage nach Wohnraum zunimmt, ist die Baubranche gefordert, effizienter zu werden und nachhaltiger zu produzieren. Als Unternehmen der AEC-Branche ist sich die Nemetschek Group ihrer ökologischen Verantwortung bewusst und nimmt diese ernst. Durch ihre Produkte, die die Ressourceneffizienz in der Baubranche verbessern und den möglichst schonenden Einsatz von Ressourcen ermöglichen, leistet sie einen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz.

Übergeordneter Managementansatz

Umweltschutz ist bisher durch den Code of Conduct im Unternehmen verankert. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden dazu angehalten, bei ihrer Arbeit natürliche Ressourcen zu schonen und bei der Auswahl von Lieferanten, Werbematerialien oder anderen externen Dienstleistungen neben ökonomischen auch ökologische Aspekte zu berücksichtigen.

Ziel der Nemetschek Group ist es, mit ihren Produkten die AEC-Branche nachhaltiger zu gestalten. Hierfür obliegt die Steuerung relevanter Aspekte, insbesondere über die Forschung und Entwicklung, den einzelnen Marken. Seit 2018 wird an einem gruppenweiten Konzept nachhaltiger Produktverantwortung gearbeitet, das den gesamten Produktlebenszyklus berücksichtigt. Der Entwicklungsprozess umfasste verschiedene Workshops auf Holding- und Markenebene und wurde um eine digitale Befragung aller Markenverantwortlichen ergänzt.

Produktverantwortung

Bei der Entwicklung eines Konzepts für nachhaltige Produktverantwortung hat die Nemetschek Group zwei Dimensionen identifiziert: Nachhaltigkeitsaspekte bei der Entwicklung von Software und bei deren Nutzung im Lebenszyklus eines Bauwerks. Grundpfeiler der Softwareentwicklung der Nemetschek Group sind die digitale Arbeitsmethode BIM sowie offene Standards (Open BIM).

Die Nemetschek Group zeichnet sich dadurch aus, dass sie sich auf die AEC-Branche fokussiert und alle Abläufe im Lebenszyklus

eines Bau- oder Infrastrukturprojekts abbilden kann. Architekten, Ingenieure aller Fachrichtungen, Bauunternehmer, Generalverwalter und Gebäudemanager werden so befähigt, vorausschauender zu planen, Informationen leichter auszutauschen und produktiver zusammenzuarbeiten. Dies reduziert den Energie- und Ressourcenverbrauch während des gesamten Bauprozesses. Darüber hinaus ermöglicht die lückenlose virtuelle Dokumentation einfache und gezielte Veränderungen an den Gebäuden oder Infrastrukturbauten, auch Jahre nach ihrer Errichtung. Die Technologien der Nemetschek Group tragen somit zu nachhaltigeren, sichereren und komfortableren Bauwerken bei. Durch präzise Planung können beispielsweise die Aushubmengen oder verwendete Materialien deutlich exakter und sparsamer berechnet werden.

Neben der Planungs- und Bauphase optimieren die Lösungen der Nemetschek Group auch die Nutzungsphase. So erlaubt das Produkt EcoDesigner Star der Marke Graphisoft, die Energiebilanz, den voraussichtlichen Energiebedarf und damit die potenziellen CO₂-Emissionen eines Gebäudes anhand des virtuellen Gebäudemodells zu ermitteln. Damit können Bauherren die verschiedenen Entwürfe bezüglich ihres energetischen Verhaltens miteinander vergleichen und optimieren. Die Lösung ist in der Planungssoftware integriert und kann daher beim Architekturplanungsprozess früher und häufiger verwendet werden als bei einem konventionellen Arbeitsablauf, bei dem die Energieanalyse nur ein oder zwei Mal in der Ausführungsplanung vorgenommen wird.

Betriebliche Ressourcenschonung

Das Thema „Betriebliche Ressourcenschonung“ wurde bei der 2019 erfolgten Wesentlichkeitsanalyse als wesentlich bestimmt. Da Kennzahlen bisher nicht zentral erfasst oder gesteuert werden, identifiziert die Nemetschek Group gegenwärtig dafür notwendige Maßnahmen. Im Jahr 2020 soll ein gruppenweites Konzept erarbeitet werden.

Bei der Ressourcenschonung befinden sich die Marken in verschiedenen Entwicklungsstadien. Aktuelle Maßnahmen einzelner Marken umfassen unter anderem verschiedene Digitalisierungsprojekte wie den elektronischen Versand von Rechnungen, wodurch allein bei einem Tochterunternehmen bis zu 100.000 Seiten Papier pro Jahr eingespart werden. Um den Ressourcenverbrauch zu senken und Abfälle zu vermeiden, gibt es Ansätze, Einwegbecher und Kunststoffflaschen durch wiederverwendbare Gläser und Glasflaschen zu ersetzen. Eine Marke der Nemetschek Group hat beispielsweise eine interne Fokusgruppe zum Thema Recycling und Umwelt gegründet, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schult.

Kunde und Gesellschaft

Jedes Unternehmen trägt über den Zweck des operativen Geschäfts hinaus gesellschaftliche Verantwortung. Die reine Orientierung an wirtschaftlichen Kennzahlen kann langfristig Risiken

erhöhen. Als Geschäftspartner und Arbeitgeber legt die Nemetschek Group besonderen Wert auf langfristige Kundenbeziehungen und intensive Kooperationen im Hochschulbereich. Auf Holdingebene werden daher gemeinsame Ziele und thematische Schwerpunkte koordiniert. Für die Umsetzung sind die einzelnen Marken zuständig, die gezielter und kurzfristiger agieren können.

Langfristige Kundenbeziehungen

Zufriedenheit ist ein wichtiger Faktor für langfristige Kundenbeziehungen. Um auf spezifische Kundenbedürfnisse gezielt eingehen zu können, wird das Thema dezentral gesteuert. Die meisten Marken nutzen definierte Kennzahlen, um Kundenzufriedenheit zu messen, zum Beispiel den „Customer Satisfaction Score“ (CSAT) und die Kenngröße „Abwanderungsquote“ (Churn Rate). Darüber hinaus wird der „Net Promoter Score“ (NPS) und die Kennzahl „Things Gone Wrong“ genutzt. Die Kunden bewerten dabei sowohl die Funktionalitäten des Produktes als auch die von der Marke erbrachten Serviceleistungen.

Kundenstimmen werden über Online-Befragungen, per E-Mail, in direktem Kundenkontakt oder telefonisch eingeholt.

Um bereits von Beginn an eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen, bezieht die Nemetschek Group ihre Kunden frühzeitig in die Produktentwicklung ein. Zu den Maßnahmen, die zur Produktqualität und damit zur Kundenzufriedenheit beitragen sollen, gehören insbesondere gemeinsame Entwicklungsprojekte, Kundengremien, Produktvorschauen, Tests in der Betaphase und Workshops.

Kooperationen mit Universitäten

Die Nemetschek Group hat ihre Wurzeln im universitären Umfeld. Vor diesem Hintergrund ist die Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen ein besonderes Anliegen. Ziel ist es, alle relevanten Institutionen der Kernmärkte, die Architektur- und Bauausbildung anbieten, mit Softwarelösungen zu unterstützen. Dabei werden Talente frühzeitig gefördert, um Gebäude und Infrastrukturprojekte nachhaltig planen, bauen und verwalten zu können.

Die Marken engagieren sich über Netzwerkaktivitäten für Studenten und Kunden, z. B. über eigens bereitgestellte Jobplattformen, verschiedene Schulungsformate wie den „Bluebeam Apprentice Day“, als Gastredner in Vorlesungen, auf Jobmessen an Universitäten oder über Kooperationen mit Studentenvereinigungen sowie den akademischen Fakultäten.

Im Berichtsjahr erfolgte der Rollout eines „Letter of Commitment Education.“ Dieser setzt Mindeststandards für die Zusammenarbeit mit Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen. Er definiert zudem, dass jede Marke einen Ansprechpartner für diese Aktivitäten bestimmen muss. Darüber hinaus erklären die Marken, mindestens fünf Prozent ihrer Vertriebsaktivitäten auf die Kooperation mit Bildungseinrichtungen zu verwenden. Weiterhin werden die Marken dazu angehalten, jährlich mindestens eine

Sponsoringaktivität durchzuführen. Dabei kann es sich um eigene oder Aktivitäten mit Dritten handeln. Zudem sollen die Marken die Zahl der Studentenlizenzen kontinuierlich steigern. Es ist geplant, dass die Marken den Letter of Commitment Education bis Ende des zweiten Quartals 2020 unterzeichnen und im selben Jahr mit der Umsetzung der Mindeststandards beginnen.

Mitarbeiterverantwortung

Hochqualifizierte sowie motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und dauerhaft an das Unternehmen zu binden, ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die gesamte Softwarebranche. Das gilt insbesondere für Unternehmen wie die Nemetschek Group, da der AEC-Markt von einer hohen Innovationsgeschwindigkeit geprägt ist und die Gruppe rund ein Viertel des Konzernumsatzes in Forschung und Entwicklung investiert. Dabei ist jedoch der allgemeine Fachkräftemangel eine Herausforderung. Dies gilt umso mehr, da auf dem Arbeitsmarkt alle Nemetschek Marken mit großen Softwareunternehmen konkurrieren.

Übergeordneter Managementansatz

Um schnell und agil in den jeweiligen Märkten und Regionen agieren zu können, steuern die einzelnen Marken Personalthemen selbst. Der Bereich Human Resources der Nemetschek SE unterstützt und berät dazu die einzelnen Personalabteilungen. Die Vice President Human Resources steht dem Bereich Personal der Holding vor und berichtet an den CFOO. Dazu steht sie in regelmäßigem, engem Austausch mit den Personalverantwortlichen. Ergänzend werden bedarfsabhängig verschiedene Experten- und Projektgremien einberufen, die sich spezifisch um Einzelthemen kümmern.

Mit dem neuen Letter of Commitment, der die ursprünglich geplante HR-Richtlinie ersetzt und dessen Rollout Anfang 2020 vorgesehen ist, definiert die Unternehmensgruppe grundlegende Standards und Mindestanforderungen zu grundsätzlichen Arbeitnehmerthemen sowie zu zentralen Instrumenten der Personalgewinnung, Jahresgesprächen und Angeboten der Gesundheitsförderung. Die Themen „Gewinnung und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“, „Vielfalt und Inklusion“, „Gesundheitsförderung“ und „Aus- und Weiterbildung“ werden aber weiterhin dezentral von den Marken gesteuert. Den Marken wird es zudem weiterhin freistehen, markenspezifische Standards festzulegen und eigene HR-Richtlinien zu entwickeln, die über die Mindestanforderungen hinausgehen oder weitere Themen regeln.

Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern

Die Suche nach Fachkräften und Talenten bleibt eine große Herausforderung für das Unternehmen. Insbesondere Softwareentwickler und IT-Experten sind weltweit rar. Hinzu kommt, dass die Nemetschek Group als mittelständisches Unternehmen im Wettbewerb mit großen Arbeitgebern aus der Softwarebranche wie beispielsweise Microsoft, Apple und Google steht. Attraktive Arbeitsbedingungen und ein positives Arbeitsumfeld sollen dazu beitragen, die besten Talente für die Nemetschek Group zu

gewinnen und an das Unternehmen zu binden. Den Erfolg ihrer Maßnahmen misst die Nemetschek Group derzeit noch an der Entwicklung der Mitarbeiterzahl. Eine Messgröße, die die Entwicklung mit Blick auf die gesetzten Ziele besser abbildet, wird aktuell erarbeitet.

Zur Gewinnung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bieten die Marken unter anderem flexible Arbeitsmodelle. Zudem besteht seit 2018 ein gruppenweites Jobportal, das von allen Marken genutzt werden kann. Die Mehrzahl der 16 Marken veröffentlicht in dem Portal ihre Stellenanzeigen. Zunächst war es auf das Intranet begrenzt und ermöglichte dort einen konzerninternen Austausch von Fachkräften im Sinne einer Wissensweitergabe. Durch den Relaunch wurde die Konzernwebsite um eine Karriereseite erweitert, auf der sich Links zu den Jobportalen der Tochterunternehmen befinden. Dadurch will die Unternehmensgruppe es Fachkräften erleichtern, die Marke zu finden, die am besten zu ihnen passt.

Als weitere Maßnahmen der Mitarbeitergewinnung nutzen die Marken der Nemetschek Group Social-Media-Plattformen wie Xing und LinkedIn sowie Kontaktnetze und Empfehlungen der eigenen Mitarbeiter. 14 Marken belohnen erfolgreiche Empfehlungen mit einem Bonus.

Um Fachkräfte langfristig an das Unternehmen zu binden, arbeitet die Nemetschek Group stetig an der Stärkung ihrer Attraktivität als Arbeitgeber. Einen Beitrag dazu leisten flexible Arbeitszeitmodelle, die als Standard im Letter of Commitment festgelegt sind. Deren Struktur hängt jeweils vom Geschäftsmodell der einzelnen Marken und von den lokalen Vorschriften ab. Weitere Maßnahmen sind individuelle Fortbildungen und die besondere Förderung von Talenten. Hinzu kommen soziale Angebote wie Sportprogramme und Teamevents.

Im Jahr 2019 stieg die Mitarbeiterzahl der Nemetschek Group – Unternehmenszukäufe eingerechnet – um 288 Personen oder 11,1 % gegenüber dem Vorjahr. Das organische Wachstum lag bei 198 Mitarbeitern (+ 7,7 %). Zum 31. Dezember 2019 arbeiteten 2.875 Mitarbeiter bei der Unternehmensgruppe (Vorjahr: 2.587).

Aus- und Weiterbildung

Die Nemetschek Group setzt auf kontinuierliche Aus- und Weiterbildung. Als Unternehmen, das Digitalisierung nutzt und vorantreibt, bietet die Nemetschek Group auch jungen Menschen eine langfristig gute Perspektive. Durch die frühe Zusammenarbeit können Mitarbeiter kontinuierlich gefördert und entwickelt werden.

Der Schulungsbedarf und entsprechende Maßnahmen werden in den jeweiligen Marken gesteuert. Grundlage dafür sind bei allen Marken regelmäßige Mitarbeiterentwicklungsgespräche, in denen Feedback gegeben wird sowie der individuelle Ausblick und konkrete Ziele besprochen werden. Dieser Ansatz und Mindestanforderungen für die Aus- und Weiterbildung sind Gegenstand des oben genannten Letter of Commitments. Die Aus- und Weiterbil-

dungsanforderungen werden in den jährlichen Entwicklungsgesprächen definiert. 2019 fanden diese Entwicklungsgespräche bei allen Marken statt.

Gesundheitsförderung

Damit alle Mitarbeiter der Nemetschek Group kreativ und effizient arbeiten können, ist ein aktives Gesundheitsmanagement wichtig. Alle gesundheitsrelevanten Maßnahmen und Initiativen passt das Unternehmen durchgängig an die sich verändernden Anforderungen durch den stetigen Wandel der Arbeitswelt an.

Im Letter of Commitment hat Nemetschek für alle Marken auch Mindestanforderungen für das Gesundheitsmanagement definiert. Die Umsetzung der Maßnahmen wird weiterhin dezentral gesteuert.

Im Berichtsjahr boten 15 der 16 Marken ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gesundheitsbezogene Maßnahmen an. Neben Wellnessprogrammen gehörten dazu Sport- und Fitnessaktivitäten im Unternehmen oder eine finanzielle Unterstützung für Programme externer Anbieter.

Bei der gesundheitlichen Vorsorge konnten Mitarbeiter in unterschiedlichem Ausmaß, je nach Tochterunternehmen, Angebote der Telemedizin, spezifische Untersuchungen (z. B. Augenuntersuchungen) oder geförderte Versicherungen nutzen. Teilweise wurde zudem eine spezielle Büroausstattung (z. B. ergonomische Büromöbel) zur Verfügung gestellt.

Förderung von Vielfalt und Inklusion

Als Teil der Unternehmenskultur wird auch das Thema „Vielfalt“ im Unternehmen gelebt. Die Kulturen innerhalb der Nemetschek Group sind sehr unterschiedlich, jedoch stellt diese Individualität einen wichtigen Treiber für die Innovationskraft des Unternehmens dar und soll daher gezielter gefördert werden. Das Thema ist im Jahr 2019 neu als wesentliches Thema ermittelt worden. Im Jahr 2020 plant die Unternehmensgruppe, ein entsprechendes Konzept zu erarbeiten.