

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser!

Mit dieser Sonderausgabe der respACT austria News halten Sie die zusammenfassenden Ergebnisse des Projekts „CSR rechnet sich“ in Händen. Als Organisation, die den CSR-Gedanken verbreitet, erleben wir in der Praxis, wie sich gelebte, unternehmerische Verantwortung für Unternehmen und die Gesellschaft bezahlt macht. Nach wie vor ist es jedoch nicht möglich, „CSR-Gewinne“ in konkreten Geldsummen auszudrücken – es gibt keine umfassenden Messmethoden. Aber es gibt immaterielle Gewinne, wie eine gesteigerte Motivation bei der Belegschaft oder das gestiegene Unternehmensimage. „Markenname und Reputation werden am stärksten beeinflusst“ lautet auch eine der Schlussfolgerungen von „CSR rechnet sich“.

Wir bedanken uns bei Christine Jasch, der Projektleiterin von „CSR rechnet sich“ und den Unternehmen, die ihre CSR-Projekte bereitwillig evaluieren ließen. Das Forschungsprojekt ist ein Beitrag zur Erarbeitung einer Methodik, mit der „CSR-Gewinne“ für Unternehmen und Gesellschaft dargestellt werden können.

Ihr respACT austria Team



Forschungsprojekt: „CSR rechnet sich“



Bringen sozial-ökologische Maßnahmen für Unternehmen ökonomische Vorteile? Dieser Frage wurde mit dem Projekt „CSR rechnet sich“ nachgegangen, das auf Einreichungen zum CSR-Preis Trigos basiert.

Das Forschungsprojekt des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) stellt im Rahmen der Initiative „Fabrik der Zukunft“ des Technologieministeriums (BMVIT) und der Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) die Nachhaltigkeitseffekte, -kosten und -nutzen von Vorreiterbetrieben und ausgewählten Trigos-Projekten exemplarisch bewertet dar.

Trigos ist eine Auszeichnung, die jährlich an Unternehmen für vorbildhafte CSR-Maßnahmen verliehen wird.

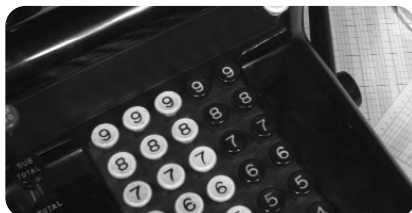
Meinungsbild von Unternehmen

Aus der Bewertung hat sich ein Meinungsbild über die Vorteile von Corporate Social Responsibility (CSR) ergeben. Projektverlauf und Ergebnisse stellen wir auf den nächsten Seiten vor. Die wesentlichsten Resultate:

- Es gibt einen positiven Wirkungszusammenhang zwischen unternehmerischer Verantwortung (CSR) und Betriebserfolg.
- Markenname und Reputation werden am stärksten beeinflusst.
- Umweltschutz und Nachhaltigkeitsmanagement rechnen sich.
- Maßnahmenbündel sind am erfolgreichsten.
- Eine strategische Verankerung ist nötig.
- Die Messbarkeit bleibt ein offenes Problem.



Projektverlauf/
Erfolgreicher Trigos... Seite 2



Die
Projektergebnisse... Seite 3



Unternehmen
am Wort... Seite 4



Übergabe der Trigos-Trophäe



Der Projektverlauf

Analysiert wurden für „CSR rechnet sich“ zunächst 150 Einreichungen für den CSR-Preis Trigos aus den Jahren 2005 und 2006, darunter auch von 18 ausgezeichneten Unternehmen.

In einem zweiten Schritt wurde nach Handlungsfeldern, kalkulierten Kosten und Nutzen sowie internen und externen Effekten kategorisiert. Wenn möglich, wurden die Projektergebnisse monetarisiert. Immaterielle Werte, Risikoaspekte und externe Effekte für die Allgemeinheit wurden qualitativ beschrieben und in Form einer Kosten-Nutzenanalyse aufbereitet.

Detailerhebung mit 30 Unternehmen

Im Juni 2006 wurde ein Fragebogen zur Motivation, den Effekten, Kosten und Nutzen des eingereichten Trigos-Projektes sowie der generellen CSR-Orientierung an alle Trigos-Einreicher 2005 und 2006 geschickt. Die retournierten Fragebögen (Rück-

laufquote 28 Prozent) wurden von Rafaela Grasl für ihre Diplomarbeit ausgewertet. Im Juli und August des Vorjahres wurden weitere Telefoninterviews mit der Mehrzahl der Einreicher durchgeführt. Mit 30 ausgewählten Unternehmen wurden danach Detailerhebungen zur Kosten-Nutzenbewertung ihres eingereichten Trigos-Projektes sowie genereller CSR-Effekte erstellt. Daraus hat sich ein Meinungsbild über die Vorteile von CSR, der strategischen und organisatorischen Verankerung der Aktivitäten sowie über die Kosten-Nutzen-Evaluierungen ergeben.

Bezugsquelle "CSR rechnet sich"

Der Endbericht enthält Fallbeispiele von verschiedensten Unternehmen (siehe Seite 4) und ist über die Webseite www.nachhaltigwirtschaften.at kostenfrei zu beziehen (auch in gedruckter Version). Der vollständige Titel lautet „Trigos. CSR rechnet sich. Berichte aus Energie- und Umweltforschung 10/2007“, BMVIT, Wien. Autorin: Dr. Christine Jasch, IÖW.

Erfolgreicher Trigos

Trigos wurde 2003 als Auszeichnung für CSR-Projekte heimischer Unternehmen ins Leben gerufen. Dafür verantwortlich war eine bis dato einzigartige Allianz, bestehend aus den Nichtregierungsorganisationen Caritas, Österreichisches Rotes Kreuz, SOS-Kinderdorf und WWF sowie den Wirtschaftsvertretungen Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer Österreich und dem Unternehmen Business Data Consulting Group. Sie sind seither die „Trigos-Träger“ und vergeben alljährlich den CSR-Preis Trigos. respACT austria und dessen Vorgängerorganisation „CSR Austria“ unterstützen den Trigos seit Anbeginn.

Zahl der Trigos-Einreichungen steigt

Klein-, Mittel- und Großunternehmen können sich in den Kategorien „Gesellschaft“, „Markt“ und „Arbeitsplatz“ um

den Trigos bewerben. Seit 2003 haben dies insgesamt 250 österreichische Unternehmen getan und die Anzahl der Einreichungen nimmt von Jahr zu Jahr zu.

Die Auszeichnung hat sich mittlerweile als DER österreichische CSR-Preis etabliert. Das manifestiert sich auch in der vermehrten Medienberichterstattung rund um die jährliche Trigos-Preisverleihung im Mai. Da überrascht es nicht, dass seit dem Jahr 2006 auch die Zeitung „Die Presse“ den Trigos als Träger unterstützt.

Zweistufiges Juryverfahren

Um zu gewährleisten, dass die prämierten Projekte zu Recht ausgezeichnet werden, gibt es ein zweistufiges Auswahlverfahren. Die Jury setzt sich aus den Trigos-Trägern und externen ExpertInnen zusammen. www.trigos.at

Die Projektergebnisse



❖ Positiver Wirkungszusammenhang zwischen CSR und Betriebserfolg.

Eine strategische Ausrichtung an nachhaltig verantwortungsvoller Unternehmensführung geht Hand in Hand mit den herkömmlichen Unternehmenszielen. Fallbeispiele und Forschungsprojekte zeigen eine zumindest schwache Korrelation zwischen CSR-Maßnahmen und Unternehmenserfolg.

❖ Nachhaltigkeitsmanagement rechnet sich.

Es gibt positive Zusammenhänge zwischen Nachhaltigkeitsleistung und finanziellen Ergebnissen, wie Fallbeispiele und Aktienindizes zeigen. Die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg können dargestellt werden, ohne ausschließlich mit indirekten Wirkungszusammenhängen und intangiblen Werten argumentieren zu müssen.

Es gibt einen direkten Effekt von CSR-Maßnahmen auf den Shareholder-Value, der vor allem bei Umweltschutzmaßnahmen und Maßnahmen zur Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit auftritt.

Weiters gibt es eine Vielzahl von Beispielen von Kosteneinsparungen oder anderen positiven Effekten auf die betrieblichen Steuerungsparameter, die direkt auf CSR-Maßnahmen zurückzuführen sind. Auch andere finanzielle Kennzahlen (Effizienz der betrieblichen Abläufe, Gewinn und Zugang zu Kapital) werden durch eine gute Nachhaltigkeitsleistung positiv beeinflusst.

❖ Umweltschutz rechnet sich.

Von den verschiedenen Bereichen des betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements rechnet sich Umweltschutz am offensichtlichsten, hier sind auch die Bewertungsmethoden am weitesten entwickelt. Es gibt eine zunehmende Akzeptanz, dass nicht Umweltschutz teuer ist, sondern unterlassener Umweltschutz teuer kommt. Wahrscheinlich führt das dazu, dass sich eine ähnliche Situation auch für andere CSR-Maßnahmen argumentieren lässt.

❖ Markenname und Reputation am stärksten beeinflusst.

Der Wirkungszusammenhang zwischen Nachhaltigkeits-themen und Markenname sowie Reputation ist am stärksten bei negativen Ereignissen. Anders ausgedrückt: Schlechte Nachrichten schaden dem Image mehr, als positive CSR-Maßnahmen in der Lage sind, das Image zu verbessern.

❖ Maßnahmenbündel am erfolgreichsten.

Die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg sind am stärksten, wenn Unternehmen diverse Maßnahmen in unterschiedlichen Nachhaltigkeitsbereichen setzen und sich nicht nur an Gewinn und Shareholder-Value orientieren.

❖ Strategische Verankerung nötig.

Unternehmen haben festgestellt, dass die isolierte Betrachtung der Umweltleistung, losgekoppelt von den betrieblichen Steuerungs- und Informationssystemen, zu ineffizienten Entscheidungsstrukturen geführt hat. Wenn Unternehmen Nachhaltigkeit in ihre Betriebsstrategie integrieren und in der Nähe zum Kerngeschäft positionieren, so sind die Auswirkungen auf den Betriebserfolg am größten.

❖ Messbarkeit bleibt offenes Problem.

Die ungelöste Frage für Forschung und betriebliche Anwendung ist das Fehlen eines generell akzeptierten Maßstabs zur Bewertung von nachhaltiger verantwortungsvoller Unternehmensführung, von Zielniveaus für einen als nachhaltig definierten Status, von branchenspezifischen Vergleichskennzahlen und von Methoden zur Darstellung des Wirkungszusammenhangs auf den Betriebserfolg. Die Bewertung immateriellen Vermögens steht heute noch an ihrem Anfang.

Unternehmen am Wort

Aus der Gesamtanzahl der für „CSR rechnet sich“ analysierten Unternehmen wurden dreißig Betriebe für Detailerhebungen zur Kosten-Nutzenbewertung des Trigos-Projektes sowie genereller CSR-Effekte herangezogen. Vierzehn Unternehmen haben zugestimmt, die erhobenen Daten und Ergebnisse zu veröffentlichen. Wir stellen Ihnen an dieser Stelle Auszüge aus diesen Detailerhebungen vor. Nicht zitiert sind die Unternehmen Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal, Der Bäcker Ruetz, B. Braun Austria und Abfallwirtschaft Tirol Mitte.

» Wer sich freiwillig sozial engagiert, arbeitet besser im Team, aber auch als TeamleiterIn, gibt klarere Anweisungen, hört besser zu und kann Schwächere besser ins Team integrieren. «
Beate McGinn, Philips Austria*

» Die Überarbeitung und Vereinheitlichung der Umweltkostenerfassung hat konzernweit zu einem verbesserten und vereinheitlichten Verständnis darüber, was als umweltrelevant zu klassifizieren ist, geführt. Die Datenqualität für die konsolidierten Berichte hat sich dadurch stark verbessert, ebenso die Vergleichbarkeit der Erhebungen. «
Helga Prazak-Reisinger, OMV Aktiengesellschaft*

» Ziel des Projekts ‚schools for a living planet‘ war nicht eine unmittelbare Gewinn- oder Umsatzsteigerung wie bei Marketingkampagnen, sondern die langfristige Bewusstseinsbildung bei Kindern und Anrainern sowie Behörden. Der Nutzen liegt in der Imagewirkung und der Verbesserung der Anrainer- und Behördenkontakte. «
Peter Orisich, Lafarge Perlmooser AG*

» Mit der Kampagne ‚Wir alle sind bauMax‘ wollten wir zusätzlich zu den vielfältigen Mitarbeiter-bezogenen Aktivitäten einen Schwerpunkt auf die Zufriedenheit am Arbeitsplatz setzen. [...] Die Reihung unter die besten 10 Arbeitgeber Europas im Wirtschafts magazin Fortune bestätigen den Erfolg der Kampagne. «
Martin Essl, bauMax AG*

» Im ländlichen Gebiet ist es immer noch keine Selbstverständlichkeit, dass Frauen sich um das Thema Geld kümmern. Das Projekt ‚Frau und Geld‘ soll Frauen auf dem Weg in die finanzielle Mündigkeit und Entscheidungsfreiheit begleiten. «
Franz Pinkl, Volksbanken AG

» Mein Ansatz von CSR ist: Wenn es einem Unternehmen gut geht, hat es die Verantwortung, einen Teil des Gewinns der Gesellschaft wieder zurück zu geben. «
Hannah Rieger, Investkredit Bank AG

» Unterschiedlichkeit bzw. ‚Diversity‘ stellt einen zentralen Wert in den Unternehmensgrundsätzen von Shell dar. Als Arbeitgeber wollen wir sicherstellen, dass Menschen mit Behinderung fair behandelt werden und dieselben Möglichkeiten bekommen, wie alle anderen. «
Helga Posch-Lindpaintner, HR-Managerin Shell Austria*

» Der Mehrwert liegt im Firmenwert der Sparkasse. Die Kunden schätzen das Engagement der Sparkasse und dass ein Teil ihres Geldes wieder an Einzelne oder die Gesellschaft in Form von sportlichen, kulturellen oder Charity-Projekten zurück gegeben wird. «
Wilhelm Kraetschmer, Sparkassenverband

» Das Wasserleben-Projekt (Anm. Umsetzung der Ramsar-Konvention zum Schutz von Feuchtgebieten) passt hervorragend zum Unternehmensgegenstand des Verbund – der umweltfreundlichen Energieerzeugung aus Wasserkraft. [...] Die gemeinsame Projektdurchführung mit kritischen Stakeholdern dient dem beiderseitigen Verständnis und Kennen lernen. «
Renate Pretschner, Verbund*

» Nachhaltig wirtschaften heißt schließlich, die langfristige Überlebensfähigkeit des Unternehmens durch Einbindung in ein ökonomisches, ökologisches und soziales Umfeld auf Dauer zu sichern. «
Eveline Balogh, OeKB*

* Mitglied von respACT austria/ABCSD

Partner von respACT austria:



respACT austria wird unterstützt von:



Partnerprojekte von respACT austria:

IMPRESSUM

Herausgeber respACT austria, Herrngasse 6-8/6/1/3, 1010 Wien F.d.I.v. Roman H. Mesicek, office@respact.at, www.respact.at Konzept, Gestaltung com_unit Public Relations, office@comunit.at, www.comunit.at Redaktion respACT austria, Marion Velik Fotos Häusler, istock Photo Druck gugler cross media

