



TRIGOS UNTERNEHMENSILANZ - ZUSAMMENFASSUNG

TRIGOS – das ist eine einzigartige Plattform aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Die sechs Trägerorganisationen Caritas, Rotes Kreuz, Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer Österreich, Umweltdachverband und respACT zeichnen seit 16 Jahren verantwortungsvoll wirtschaftende Unternehmen mit dem TRIGOS Award aus.

Nun wurden die Einreichungen der Unternehmen erstmals einer ausführlichen Analyse unterzogen und nach den vorhandenen Trends und Themen, aber auch den Herausforderungen und Problemen der einreichenden Unternehmen geforscht.

Darüber hinaus gibt es erstmals den „TRIGOS Barometer Zukunftsfähigkeit“, bei dem auch der Umgang mit den UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs) abgefragt wurde. Das Ergebnis beider Untersuchungen umfasst insgesamt 391 Unternehmen in Österreich, mit Aussagen die größtenteils von der Führungsebene stammen.

Analyse der TRIGOS Einreichungen 2019

Das Ergebnis kann sich sehen lassen, sowohl quantitativ als auch qualitativ: 147 Unternehmen haben 2019 eingereicht, die meisten davon in der Kategorie Klimaschutz. Dies spiegelt auch die vorhandenen Themen und Herausforderungen wider: Maßnahmen zum Klimaschutz werden von fast allen Unternehmen stark vorangetrieben. Einige von ihnen sehen sich zudem bereits mit den negativen Folgen des Klimawandels konfrontiert, vor allem in der Landwirtschaft. Die Bandbreite im Umgang mit dem Thema Klimaschutz ist sehr groß: Von Verhaltensänderungen (z.B. bei der Mitarbeiter-Mobilität) bis hin zur Anpassung und Veränderung von Produkten und Produktionsweisen, aber auch neuen und notwendigen Prozessen, nicht zuletzt um Transparenz und Sichtbarkeit der eigenen Emissionen und Einsparungen zu erreichen.

Die Bandbreite der Unternehmen ist ebenfalls groß: Sie reicht von Social Enterprises, die Gesellschaftsveränderung als Unternehmenszweck verfolgen, über Klein- und mittelständischen Familienunternehmen, Handwerk und Gewerbe, Produktionsbetrieben bis hin zu Großunternehmen. Die Kommunikation der Unternehmen ist dabei unterschiedlich, negative Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit werden – obwohl dies eine eigene Frage im Einreichformular ist - selten angesprochen.

Herausforderungen für die Zukunft waren für die Unternehmen neben dem Klimaschutz einerseits technologischer Natur (z.B. Digitalisierung, Emissionsreduktion), aber auch die Frage der Grenzen des eigenen Einflusses (z.B. Änderung des Verhaltens von Konsumenten und Konsumentinnen, Transparenz der Lieferketten sowie technische Grenzen, u.a. was vorhandene Recycling-Möglichkeiten betrifft).

Die größere Komplexität, aber auch die eigene Verantwortung in der Wertschöpfungskette sind stark im Bewusstsein, führen aber auch zu Unsicherheiten. Hier stoßen die Unternehmen teilweise an ihre Grenzen, denn einerseits steigen die Erwartungen von Konsumenten und Konsumentinnen, andererseits herrscht genau dort oft der „value-action-gap“ also das Auseinanderklaffen zwischen den geäußerten Werten und dem realen Einkaufsverhalten (Neumann-Rieser, 2011).

Tendenziell bei kleineren Unternehmen kommt oft noch die Herausforderung der Wettbewerbs-Dynamik hinzu: steigende rechtliche Anforderungen, dominanter Wettbewerb (v.a. im Handel). Mehrmals genannt wurde in diesem Zusammenhang die Schwierigkeit, aufgrund der eigenen intrinsischen Überzeugung im harten Wettbewerb nicht bestehen zu können.

TRIGOS-BÜRO C/O RESPACT – AUSTRIAN BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT
WIEDNER HAUPTSTRASSE 24/11, 1040 WIEN, TEL. +43-1-710 10 77-12, FAX +43-1-710 10 77-19, OFFICE@TRIGOS.AT, WWW.TRIGOS.AT

Caritas



iv INDUSTRIELLEN
VEREINIGUNG



respACT
austrian business council
for sustainable development



TRIGOS Barometer Zukunftsfähigkeit

Der „TRIGOS Barometer Zukunftsfähigkeit“ ist eine Befragung österreichischer Unternehmen zu Motivation, Erwartungshaltungen und zentralen Herausforderungen in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften. Grundlage dafür war eine gemeinsam mit Stakeholdern erarbeitete Definition für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Auf Basis dieser Definition und der daraus entwickelten Matrix mit fünf Themenfeldern befragte SORA mittels Online-Umfrage Führungskräfte aus insgesamt 244 österreichische Unternehmen aller Größen. Verbindendes Element: Die teilnehmenden Unternehmen setzen überdurchschnittlich stark auf Nachhaltigkeit und sind als besonders zukunftsfit einzustufen.

Zentrale Erkenntnis: Nachhaltiges Wirtschaften verstärkt Zukunftsfähigkeit. Zuversichtliche, zukunftsfitte Unternehmen agieren in der Regel nachhaltiger; sie sind innovationsfreudig und verstehen sich als gesellschaftlich und umweltpolitisch wirksam. Sie fühlen sich für die Herausforderungen in ihren – häufig in starkem Umbruch befindlichen – Märkten gut gerüstet, sind pro-aktiv und sehen möglichen Krisen optimistisch entgegen. Zudem zeigt die Analyse einen starken Zusammenhang zwischen Wertekultur und Zukunftsfähigkeit. Zuversichtliche Unternehmen arbeiten an ihren Werten; Arbeit an Werten macht zuversichtlich.

Bei den Innovationsstrategien sind sowohl wert- als auch kostengetriebene Aspekte vorhanden. Wertgetriebene Aspekte stehen dann im Vordergrund, wenn Innovation eng mit gesellschaftlicher Nachhaltigkeit – also mit der Lösung sozialer oder ökologischer Probleme - verknüpft wird. Unkonventionelle Ideen, Teilhabe der Beschäftigten sowie eine positive Fehlerkultur sind die Ingredienzien derartiger Strategien, bei denen für eine potenzielle Lösung gesellschaftlicher Probleme bewusst Risiken (also Kosten) in Kauf genommen werden.

Kostengetriebene Aspekte stehen hingegen dann im Vordergrund, wenn es um Planung, Kontrolle sowie eine projektmäßige Umsetzung und Evaluierung von Innovation geht. Sie wurden in der Befragung seltener genannt als wertgetriebene Aspekte. Auffällig ist, dass zwischen wertgetriebenen Investitionen und der ökonomischen Lage eines Unternehmens kein signifikanter Zusammenhang besteht, wohl aber mit der Zuversicht. D.h. auch bei ökonomisch weniger gut aufgestellten Unternehmen spielt die Haltung und die Zuversicht bei Investitionsentscheidungen eine wichtige Rolle.

Somit kann der Slogan „Nachhaltigkeit muss man sich leisten können“ empirisch nicht erhärtet werden. Es zeigt sich vielmehr: „Nachhaltig agieren die Zuversichtlichen“

Alle teilnehmenden Unternehmen befassen sich mit den UN-Nachhaltigkeitszielen – auch das korreliert mit Optimismus und Zuversicht. Und auch die häufig genannte Auseinandersetzung mit den negativen Auswirkungen der eigenen Wertschöpfungskette steht in Zusammenhang mit Optimismus. Klimaschutz wird als eines der wichtigsten Themen gesehen und von 77 % nach Eigenaussage auch in das Kerngeschäft integriert. Andere wichtige Themen - wie z.B. das Problem der Bodenversiegelung bzw. Circular Economy – sind bei den Unternehmen noch weniger im Fokus.

Fazit aus beiden Untersuchungen

Die TRIGOS Einreicher wie auch Teilnehmer und Teilnehmerinnen am Barometer (insgesamt 391) zählen zu den zukunftsorientiertesten Unternehmen in Österreich (Vergleich: Deloitte Unternehmensmonitor 2019). Sie sehen sich als stark in Veränderung, sind offen für Neues, innovativ und zuversichtlich. Sie setzen sich mit den SDGs auseinander und sind bemüht, diese in ihr Kerngeschäft zu integrieren. Auch die Auseinandersetzung mit den eigenen negativen Auswirkungen im Unternehmen führt nach Eigen-Angabe der Unternehmen größtenteils zu starken Verbesserungen – allerdings wird diese Auseinandersetzung bisher primär betriebsintern geführt und nicht nach außen kommuniziert.

TRIGOS-BÜRO C/O RESPACT – AUSTRIAN BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT
WIEDNER HAUPTSTRASSE 24/11, 1040 WIEN, TEL. +43-1-710 10 77-12, FAX +43-1-710 10 77-19, OFFICE@TRIGOS.AT, WWW.TRIGOS.AT

Caritas



iv INDUSTRIELLEN
VEREINIGUNG



respact
austrian business council
for sustainable development