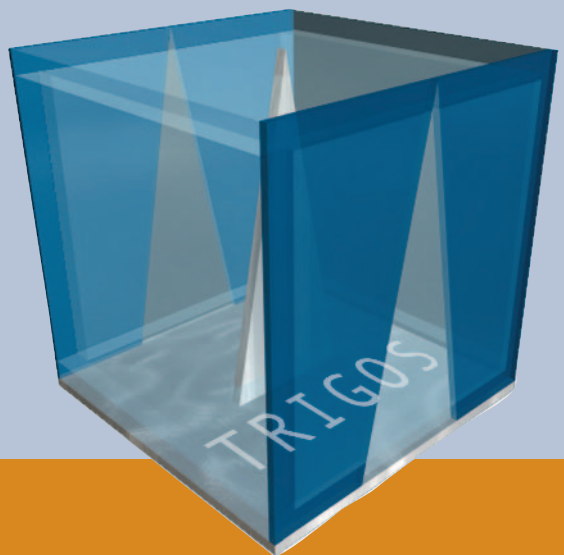
TRIGOS 2006–

ERFOLG DURCH VERANTWORTUNG

Daten, Fakten, Hintergründe



TRIGOS

Die Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung

Initiatoren der Plattform:

Caritas

ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

SOS-KINDERDORF

WWF

Die Presse – Die Zeitung für Durchblicker.

iv INDUSTRIELLEN VEREINIGUNG

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

bdcg Business Data Consulting Group

In Kooperation mit:

BMWA BUNDESMINISTERIUM für WIRTSCHAFT und ARBEIT

BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE SICHERHEIT GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ

ZUKUNFT soziales ÖSTERREICH

lebensministerium.at

respACT austria

Partner von Trigos:

Wirtschaftsforum der Führungskräfte WdF

management club

Trigos 2006 wurde unterstützt durch:

SPIRITUAL FUND

gugler* cross media

i'm lovin' it

Rail Cargo Austria – Ein Unternehmen der ÖBB

Die Trigos-Gala 2006 wurde unterstützt durch:

SWAROVSKI

Gösser

Pago

TELEKOM AUSTRIA

ERFOLG DURCH VERANTWORTUNG

Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility (CSR) nimmt zu. Was noch vor wenigen Jahren von so manchen Skeptikern als PR-Gag belächelt bzw. kritisiert wurde, ist heute nur mehr schwer aus dem unternehmerischen Alltag wegzudenken. Denn im Spannungsfeld zwischen der globalisierten Weltwirtschaft und einer sensibilisierten, mündigen Zivilgesellschaft erkennen immer mehr Unternehmen, dass verantwortungsvolles Management zu nachhaltigem wirtschaftlichen Erfolg führt: CSR stärkt die Vertrauensbasis zwischen Wirtschaft und Gesellschaft. Das wiederum spiegelt sich wider in einer Steigerung der allgemeinen Wertschätzung für verantwortungsvoll agierende Unternehmen. Und das wiederum macht sich bezahlt: für die Gesellschaft, für die Unternehmen selbst und für die verschiedenen Stakeholder, also Interessensgruppen.

CSR ist zudem nichts Neues. Schon immer haben sich Unternehmen in unterschiedlicher Intensität gesellschaftlich eingebracht: Zwischen den Bildungs-, Sozial- und Gesundheitsinitiativen als Folge der Industrialisierung und dem schrittweisen Reagieren auf die ökologischen Herausforderungen für Wirtschaft und Gesellschaft liegen mehr als 150 Jahre unternehmerischen Engagements. Dieses erfolgt manchmal zufällig, meist freiwillig, dann wieder getrieben von gesellschaftlichen Entwicklungen.

Dass CSR in vielen österreichischen Unternehmen heute bereits gelebter Arbeitsalltag ist, zeigt uns der Erfolg des Trigos im Verlauf der vergangenen drei Jahre. Der Rekord von heuer 86 Einreichungen beweist, wie sehr CSR weiter auf dem Vormarsch ist. Wir als Trägerorganisationen freuen uns über das große Interesse am Trigos und über das damit verbundene Bekenntnis zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen in Österreich. Wir gratulieren allen Teilnehmern sehr herzlich und freuen uns auf die Fortführung des Trigos im Jahr 2007 unter dem bekannten Motto: „Erfolgreich wirtschaften – Andere einbeziehen – An Umwelt und Zukunft denken“.

Franz Küberl, Caritas

Dr. Veit Sorger, Industriellenvereinigung

Fredy Mayer, Österreichisches Rotes Kreuz

Dr. Christoph Leitl, WKÖ

Dr. Wilfried Vyslozil, SOS-Kinderdorf

Andreas Reinisch, bdcg

Prof. Dr. Helmut Pechlaner, WWF

Reinhold Gmeinbauer, Die Presse

TRIGOS – DIE CHRONOLOGIE

Vor drei Jahren schlossen sich Caritas, Österreichisches Rotes Kreuz, SOS-Kinderdorf, WWF, Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer Österreich, die Business Data Consulting Group – und seit diesem Jahr auch Die Presse – zu einer einzigartigen Plattform aus Wirtschaft und NGOs zusammen. Ziel war es, dem Prinzip der Nachhaltigkeit und der verantwortungsvollen Unternehmensführung in Österreich weiter zum Durchbruch zu verhelfen.

In diesen drei Jahren hat sich in der österreichischen CSR-Landschaft viel getan, wie eine Analyse der Trigos Einreichungen zeigt. Bildung und Sicherheit hatten von Anfang an einen hohen Stellenwert und bleiben österreichischen Unternehmen wichtig. Auch Ökologie hat sich als stabiles „Einserthema" etabliert. Darüber hinaus sind marktbezogene Themen im Kommen, ebenso wie Transparenz und Fairness deutlich an Bedeutung zunehmen. Unternehmen sehen einen immer stärkeren Bezug zwischen ihrem Kerngeschäft und der Gesellschaft – durch Schaffung von attraktiven Arbeitsplätzen, Bewusstseinsbildung bei Kunden und Produkten, die die Lebensqualität bei Einzelnen und von Regionen erhöhen.

Im dritten Jahr seines Bestehens war der Trigos heuer so erfolgreich wie noch nie:
86 Unternehmen unterschiedlicher Größe bewarben sich mit ihren Projekten, Initiativen und Kampagnen um den begehrten Preis. Insgesamt sind in den letzten drei Jahren mehr als 200 österreichische Unternehmen ins Rennen um den Trigos gegangen.

Am 2. Jänner 2006 startete also die Ausschreibung für den diesjährigen Trigos. Bis zum 10. März konnten die Unternehmen ihre Projekte einreichen, in denen sie ihre gesellschaftliche Verantwortung geltend gemacht haben. Viele Unternehmen, die bereits im Vorjahr durch ihre Projekte auffielen, zeichneten sich auch dieses Jahr wieder durch exzellentes Engagement aus.

TRIGOS 2006 – DIE JURY

Eine unabhängige Jury, bestehend aus Vertretern der Trigos-Trägerorganisationen sowie Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft nominierten auf Grundlage eines klar vordefinierten Punktesystems aus den 86 Einreichungen jene 27 Unternehmen, die in den Kategorien „Gesellschaft", „Arbeitsplatz" und „Markt" die Bewertungskriterien am besten erfüllten.

Mitglieder der Jury waren

Vertreter aller Trigos-Trägerorganisationen
Univ.-Prof. Dr. Franz Marhold (Karl-Franzens-Universität Graz)
Univ.-Prof. Dr. Ruth Simsa (Wirtschaftsuniversität Wien)
Mag. Klaus Gabriel (Universität Wien)

Sie bestimmten im Rahmen eines zweistufigen Auswahlverfahrens jene neun Sieger, die schließlich am 18. Mai im Rahmen der Trigos-Gala 2006 im Platinum Vienna im UNIQA-Tower prämiert wurden.

TRIGOS 2006 – DIE KRITERIEN

Österreichische Unternehmen konnten ihre Projekte in einer der drei Kategorien „Gesellschaft", „Arbeitsplatz" und „Markt" einreichen. Pro Kategorie werden jeweils ein großes, ein mittleres und ein kleines Unternehmen ausgezeichnet. Auf Grund von Punktegleichstand wurden in diesem Jahr in der Kategorie „Gesellschaft mittel" zwei Unternehmen mit dem Trigos prämiert. Vereine waren – wie in den Vorjahren – nicht teilnahmeberechtigt.

Welche Aktivitäten bzw. Projekte sind einreichungswürdig?

Unternehmen, die ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen, setzen Aktivitäten, die zugunsten der Interessensgruppen (Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Investoren, regionales Umfeld etc.) über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinausgehen. Preiswürdig sind diese Aktivitäten dann, wenn sie erkennbar in eine verantwortungsvolle Unternehmensstrategie und Firmenkultur eingebettet sind. Die Jury bewertet also auch, wie die Verantwortung im Unternehmen verankert ist. Mitentscheidend ist zudem, ob die Aktivitäten vom Unternehmen gemeinsam mit Partnern und Ansprechgruppen durchgeführt wurden/werden. Ein einreichungswürdiges Projekt trägt zur Integration der Gesellschaft und zur Zukunftssicherung des Unternehmens bei.

IN WELCHEN KATEGORIEN KONNTE EIN UNTERNEHMEN EINREICHEN?

Kategorie „Gesellschaft"

In der Kategorie „Gesellschaft" wurde aktives Engagement für die Gesellschaft und für den Erhalt des ökologischen Gleichgewichts prämiert.

Kategorie „Arbeitsplatz"

In der Kategorie „Arbeitsplatz" wurden vorbildliche Maßnahmen für Bildung, Motivation und Gleichbehandlung der Mitarbeiter ausgezeichnet.

Kategorie „Markt"

In der Kategorie „Markt" wurden unternehmerische Verantwortung für Produkte und Dienstleistungen – von der Entwicklung und Herstellung bis zur Vermarktung –, Offenheit und Transparenz gegenüber Kunden und Partnern sowie der verantwortungsvolle Umgang mit den ökologischen Ressourcen ausgezeichnet.

DIE TRIGOS-JURY BEWERTETE ANHAND FOLGENDER KRITERIEN:

Anlass und Lösung:	Wie kam es zu dem Projekt/zur Strategie und was hat sich konkret dadurch geändert?
Vorbild:	Was ist neu, besonders, einzigartig? Wer kann von Ihnen lernen?
Partnerschaft:	Wer sind die Partner in Ihrem Projekt/in Ihrer Strategie? Wer von Ihnen war die treibende Kraft?
Integration:	Welchen Stellenwert hat die Aktivität im Unternehmen?
Nutzen und Wirkung:	Welche Ziele haben Sie sich gesetzt, welche wurden erreicht?

Jurymitglieder, die als Vertreter einer NGO Partner eines zu Trigos 2006 eingereichten Projektes waren, waren in diesem Fall von der Bewertung ausgeschlossen.

FOLGENDE UNTERNEHMEN HABEN FÜR TRIGOS 2006 EINGEREICHT:

KATEGORIE GESELLSCHAFT GROSS

- AWD Gesellschaft für Wirtschaftsberatung GesmbH
- Bausparkasse Wüstenrot AG
- Energie AG Oberösterreich
- Henkel Central Eastern Europe
- IBM Österreich Internationale Büromaschinen GmbH
- Interspar GmbH
- Kapsch CarrierCom AG
- Kärntner Sparkasse AG
- Kwizda Pharmahandel GmbH
- Lafarge Perlmooser AG
- mobilkom austria AG & Co KG
- Oberösterreichische Ferngas AG
- Österreichische Elektrizitätswirtschafts-AG
- Österreichische Kontrollbank AG
- Pro Carton Austria
- Pfizer Corporation Austria
- Salzburg AG
- Sappi Austria Produktions-GmbH & Co KG
- Shell Austria Gesm.b.H.
- Sparkasse NÖ Mitte West AG
- Steiermärkische Bank und Sparkassen AG
- Generali Holding Vienna AG
- Wienerberger AG

KATEGORIE GESELLSCHAFT MITTEL

- Der Bäcker Ruetz -Tiroler Backhaus GmbH
- Die Berater Unternehmensberatungs GmbH
- Die Österreichische Hagelversicherung VVaG
- Florian Lugitsch KG
- Microsoft Österreich GmbH
- Luzenac Naintsch Mineralwerke
- Procter & Gamble Austria GmbH
- Sparkasse Kufstein

KATEGORIE GESELLSCHAFT KLEIN

- ATM Abfallwirtschaft Tirol Mitte GmbH
- Campus02 Fachhochschulstudiengänge der Wirtschaft GmbH
- Dr. Alfred Trendl Steuer- & Unternehmensberatung
- Edelweiss Medienwerkstatt GmbH
- Eine Welt Handel AG
- elements.at New Media Solutions GesmbH
- Energiekostenberatung Ludwig Eidenhammer
- Freudenthaler Entsorgung & Recycling GesmbH & Co KG
- gessmann-software
- Gemeindealten- und Pflegeheim Grünburg
- Kittenberger Erlebnisgärten
- Lohmann GesmbH & Co KG
- Medewo GesmbH
- Olympiaworld Innsbruck
- Pro Concept Unternehmensberatung
- Turnka Turn- und Sportgerätefabrik GesmbH
- Vollwertbäckerei Hans Hauber
- webfreetv.com Multimedia Dienstleistungs AG
- Workfittage Tatrai KEG
- Zotter Schokoladen Manufaktur GesmbH

KATEGORIE ARBEITSPLATZ GROSS

- Adeg Österreich Handels AG
- Bewag Burgenländische Elektrizitätswirtschafts AG
- Brau Union Österreich AG
- Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz BetriebsgesmbH
- Norske Skog Bruck GesmbH
- Österreichischer Sparkassenverband
- Siemens AG Österreich
- Shell Austria GesmbH
- T-Mobile Austria GesmbH
- Zumtobel Staff GesmbH

KATEGORIE ARBEITSPLATZ MITTEL

- B. Braun Austria GesmbH
- Haidlmair GesmbH
- Wohnungseigentum Tiroler gemeinnützige Wohnbau GesmbH

KATEGORIE ARBEITSPLATZ KLEIN

- Aico EDV Beratung GesmbH
- chaos hairconcept
- Design Direct-Realisierung GesmbH
- Equalizent Schulungs- und Beratungs GesmbH
- Noris Feuerschutzgeräte GesmbH
- Pataco

KATEGORIE MARKT GROSS

- Allianz Elementar Versicherungs AG
- BauMax AG
- BetAndWin.com Interactive Entertainment AG
- EVN AG
- Flughafen Wien AG
- Miba AG
- mobilkom austria AG
- ÖBB-Postbus GesmbH
- Philips Austria GesmbH
- Spar Österreich Handels-AG

KATEGORIE ARBEITSPLATZ MITTEL

Keine Einreichungen

KATEGORIE MARKT KLEIN

- Beate Stocker - Audiomagazine
- Bonus Pensionskassen AG
- Eine Welt Handel AG
- GKI Sanitär-Vertriebsgesmbh
- Seda-Umwelttechnik GesmbH
- Selsa Intelligence AG
- Simon GesmbH

DIE NOMINIERTEN UNTERNEHMEN

Aus diesen Einreichungen nominierte die Trigos-Jury auf Grundlage eines klar vordefinierten Punktesystems insgesamt 27 Unternehmen in den Kategorien „Gesellschaft“, „Arbeitsplatz“ und „Markt“, welche die Bewertungskriterien am besten erfüllten.

Nachstehend finden sich die von den nominierten Unternehmen eingereichten Projekte und deren Kurzbeschreibungen.

KATEGORIE GESELLSCHAFT GROSS

Bausparkasse Wüstenrot AG

„JA! zur Zukunft“
Wüstenrot feierte im Jahr 2005 das 80-jährige Jubiläum. 80 prominente Wüstenrot-Freunde sagten „JA!“ zur Zukunft. Für jedes „JA!“ unserer Prominenten erhielt die Stiftung Kindertraum 1.000 Euro. Mit 80.000 Euro wurden kranken und behinderten Kindern Herzenswünsche erfüllt.

Lafarge Perlmooser AG

„schools for a living planet“
Im Februar 2006 startete Lafarge Perlmooser in Kooperation mit dem WWF das Projekt „schools for a living planet“. Das Ziel dabei: Bei SchülerInnen der 4. bis 6. Schulstufe nachhaltig Bewusstsein für die Umwelt zu schaffen. Das Programm umfasst interaktive Schulbesuche durch WWF-Ökopädagogen, lehrreiche Exkursionen ins WWF Reservat Marchegg oder in den Nationalpark Neusiedler See sowie in die Lafarge Perlmooser Steinbrüche Mannersdorf und Retznei. Mit abwechslungsreichen Unterrichtsmaterialien erfährt jeder Einzelne, was man nachhaltig zum Schutz von Lebensräumen beitragen kann. Abgerundet wird das Projekt durch das Sommercamp „Dem ökologischen Fußabdruck auf der Spur“.

mobilkom austria AG & Co KG

“Handyguide für Kids”
Zu Jahresbeginn 2005 wurde gemeinsam mit den Partnern – dem Österreichischen Jugendrotkreuz und der Wiener Kinder- und Jugendanwaltschaft – der Handy Guide ins Leben gerufen. Ziel dieser Initiative ist es, bereits Kindern einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Handy zu vermitteln. Der Handy-Guide richtet sich vor allem an 10 bis 14-jährige Kinder und gibt Informationen über Notrufnummern, den Einsatz des Handys beim Notfall, wie ein Handy in Situationen, in denen sich Kinder unsicher fühlen, helfen kann und wie Kinder am besten einen Überblick über die Handy-Kosten behalten.

KATEGORIE GESELLSCHAFT MITTEL

Der Bäcker Ruetz – Tiroler Backhaus GmbH

„Brotbruderschaft“
Die Brot-Bruderschaft ist ein karitativer Verein, der vor mittlerweile 9 Jahren seinen Ursprung fand und jedes Jahr zahlreiche Veranstaltungen organisiert, deren Erlös dem Vereinszweck zugeführt wird. Ziel ist es, das für uns selbstverständliche tägliche Brot auch jenen Familien zukommen zu lassen, die es schwer haben, ihren Tisch zu decken. So hilft die Brotbruderschaft jährlich in Not geratenen Tirolern mit den über das Jahr erzielten Erlösen aus Veranstaltungen und aus gesammelten Spendengeldern.

Die Berater Unternehmensberatungs GmbH

„ECDL für krebskranke Kinder“
Die Diagnose „Krebs“ löst bei den betroffenen PatientInnen und ihren Angehörigen schlagartig eine Flut an heftigen Gefühlen und Ängsten aus. Im Jänner 2002 wurde das Projekt „ECDL für krebskranke Kinder“ von der Wiener Kinder-Krebs-Hilfe, der psychosozialen Gruppe des St. Anna

Kinderspitals und dem Wiener Consulting-Unternehmen die Berater© ins Leben gerufen und von Partnerunternehmen, insbesondere der Österreichischen Computer Gesellschaft, gefördert. Ziel des Projektes ist es, den TeilnehmerInnen durch die individuellen Computerschulungen neue Perspektiven zu eröffnen, sie durch die erworbene Qualifikation auf andere Gedanken zu bringen und ihnen somit zu mehr Freude am Leben zu verhelfen. Diese Schulung beeinflusst auch das Soziale Netzwerk wie Geschwister, Eltern und LehrerInnen derart positiv, dass auch in dieser Gruppe eine Ablenkung von der Krankheit erreicht werden kann.

Florian Lugitsch KG

„Bewusstsein für Nachhaltigkeit“
Das Projekt „Bewusstsein für Nachhaltigkeit“ zeigt auf, wie ein Unternehmen es schafft, Verantwortung für die nachhaltige Entwicklung einer Region zu übernehmen. In der Kommunikation nach innen und mit der regionalen Gesellschaft setzt die Florian Lugitsch KG auf moderne Dialoge (Multi-Stakeholderdialog), auf ein „Fest am Fluss“ und ein Nachhaltigkeits-Reporting. Die tragende Säule der Entwicklung ist die strategische Neupositionierung als zukunftsfähiges Unternehmen „mit einem Herz“ aus Nachhaltigkeit.

Microsoft Österreich GmbH

„neunerCOMPUTING“
Das Pilotprojekt neunerCOMPUTING setzt sich zum Ziel, den ehemals obdachlosen Menschen, die nun in einem der Wiener neunerHÄUSER untergebracht sind und keine oder nur sehr geringe IT-Kenntnisse haben, durch spezielle Schulungen bis hin zum ECDL, bessere - oder überhaupt - Chancen für den Anschluss an die Informationsgesellschaft und einen Wiedereinstieg ins Arbeitsleben zu geben. Um Betroffenen ein maßgeschneidertes Bildungsangebot zu bieten, entsteht mit Hilfe von Microsoft Österreich im neunerHAUS in der Hagenmüllerstraße ein EDV-Trainingsraum für zehn Personen. Den Bewohnern wird es möglich gemacht, innerhalb ihrer gewohnten Umgebung langsam und ohne Druck zu lernen und die Möglichkeiten der digitalen Wissensgesellschaft zu nutzen. Für den Gemeinschaftsraum in der Billrothstraße spendete Microsoft PCs.

KATEGORIE GESELLSCHAFT KLEIN

Eine Welt Handel AG

„Fairer Handel mit Lederprodukten“
„Fairer Handel vom Produzenten bis zum Konsumenten“ ist die Devise der Eine Welt Handel AG, Europas größtem Importeur von Korbwaren aus fairem Handel. Als der Lieferant Siyath Foundation in Sri Lanka (Produzent von Kokosmatten) am 26. Dezember 2004 vom Tsunami betroffen wurde, war klar, dass geholfen werden musste. Kurzfristig wurde Geld für Wasser, Lebensmittel und Kochgeschirr zur Verfügung gestellt und wenige Wochen nach der Katastrophe wurden 25 Spinnräder übergeben, mit denen die Produktion wieder aufgenommen werden konnte. Eine Spendenaktion und eine 10%-ige Selbstbesteuerung der Eine Welt Handel AG auf alle Produkte aus Sri Lanka erbrachten über € 50.000,—, mit denen der Ankauf von Photovoltaikanlagen und der Aufbau einer – derzeit in Planung befindlichen – „fair trade village“ unterstützt werden.

elements.at New Media Solutions GmbH

„www.myelom.at“
elements.at unterstützt den Verein „Myelom Hilfe Österreich“ seit 2 Jahren mit der Erstellung der gesamten Corporate Design Linie (Logo, etc.), der Gestaltung der Patientenzeitung „MMagazin“ und der Website mit Online-Forum. Gerade im Bereich der Selbsthilfe kann das Internet seine Stärken ausspielen – durch die Veröffentlichung von top-aktuellen medizinischen Informationen und wichtigen Terminen, rasche Beantwortung von quälenden Fragen durch Experten per E-Mail, uvm.

Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

„Zeichen setzen“

Gemeinsam mit der Caritas entstand die Idee der „Zeichen setzen“-Schokolade, die der Kindheit und Zukunft von Waisenkindern in Afrika, Lateinamerika und Asien gewidmet ist.
30 Cent pro verkaufter Tafel – 50% trägt der Kunde, 50% Zotter – kommen den Caritas-Projekten zugute. Mit einer Mischung aus fair gehandeltem Kakao und Mangos, wurde zudem der Zusammenhang zwischen der Hilfe für Waisenkinder und fairem Handel als Zukunftschance für die armen Regionen dieser Welt geschaffen. Die „Zeichen setzen“-Schokolade ist Teil des regulären Sortiments, und damit immer präsent und in die tägliche Arbeit eingebettet. Das Projekt läuft von August 2005 bis Juni 2006. Voraussichtlich werden im Juni 20.000 Euro an die Caritas überwiesen. Zotter wird die Idee des Zeichensetzens in jährlichen Projektpatenschaften weiterführen.

KATEGORIE ARBEITSPLATZ GROSS

BEWAG Burgenländische Elektrizitätswirtschafts AG

„Lehrlingsinitiative“

Das Projekt beschäftigt sich mit der Lehrlingsinitiative der BEWAG. Die BEWAG, als einer der größten Dienstgeber und Leitbetrieb im Burgenland, bekennt sich der sozialen Verantwortung, Fachkräfte auszubilden. In den nächsten 3 Jahren (2005 bis 2008) werden in der BEWAG Unternehmensgruppe ca. 45 junge Burgenländerinnen und Burgenländer in den unterschiedlichsten Berufsbildern ausgebildet. Die BEWAG legt dabei größten Wert auf eine ganzheitliche und breit gefächerte Ausbildung, welche in Form von Zusatzausbildungen im Rahmen der ECADEMY – Energieakademie Burgenland (Bildungseinrichtung der BEWAG) geboten wird.

Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz BetriebsgesmbH

„Das Kommunikationsprojekt“

Das Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz hat sich zum Ziel gemacht, durch professionelle, authentische, wertorientierte Kommunikation noch besser auf die Bedürfnisse der Patienten einzugehen. Als onkologisches Schwerpunktkrankenhaus ist es ein besonderes Anliegen, die Ängste und Sorgen der Patienten und Angehörigen in ihrer Krankheit ernst zu nehmen, wie auch die Mitarbeitenden dabei zu entlasten und gleichzeitig den Umgang im Miteinander zu erleichtern. In einem 2003 gestarteten und bis Ende 2006 laufenden umfassenden Seminarprogramm wurden rund 1.000 Mitarbeiter aus Medizin und Pflege dahingehend geschult und sensibilisiert.

Norske Skog Bruck GmbH

„The Spirit of Norske Skog“

„The Spirit of Norske Skog“ ist ein Kommunikationsprojekt und Teil eines Managementansatzes, in dem nicht abgrenzbare Einzelaktivitäten, sondern die gesamthafte prozessorientierte Weiterentwicklung des Unternehmens im Fokus stehen. Norske arbeitet an der Unternehmenskultur und am Befinden der Menschen und an ihrer Einstellung. Die MitarbeiterInnen haben die Chance, sich voll einzubringen und erhalten ein Bündel von Entwicklungsmöglichkeiten. Den Menschen die Wertschätzung geben, die sie verdienen, ihre Gesundheit und körperliche Integrität zur ersten Priorität zu erklären und ihnen ganzheitliche Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten, sind die Ziele dabei.

Siemens AG Österreich

„Berufsausbildung für Menschen mit besonderen Bedürfnissen“

Derzeit werden bei Siemens zwölf gehörlose Jugendliche über einen Zeitraum von dreieinhalb Jahren gemeinsam mit vierzig anderen Elektronik-Lehrlingen ohne Behinderung ausgebildet. Abgesehen von zielgruppenorientierten Spezialkursen erfolgt die Ausbildung der Jugendlichen völlig synchron. Auf Grund der Erfolge mit gehörlosen Jugendlichen hat Siemens darüber hinaus im Jahre 2004 das Projekt „Intensivberufsausbildung für arbeitssuchende schwerhörige Erwachsene - IBAB 2004“ ins Leben gerufen. Dabei erhalten 11 TeilnehmerInnen eine Ausbildung in den Lehrberufen IT-Elektronik und Bürokaufmann/-frau. Die Ausbildung schließt mit der staat-

lichen Lehrabschlussprüfung ab. Beide Ausbildungen werden in Kooperation zwischen dem Bundessozialamt Landesstelle Wien, dem Arbeitsmarktservice und der Siemens AG Österreich, Human Resources/Education and Training/Lehrlingsausbildung, durchgeführt.

KATEGORIE ARBEITSPLATZ MITTEL

B. Braun Austria GmbH

„Bürokonzept 2010“
Digitale Technologien verändern auch die Arbeit im Büro. Moderne Informations- und Kommunikationsinstrumente gestatten es, alte Führungshierarchien aufzulösen und verfestigte Strukturen der Büro-Organisation zu flexibilisieren: Unternehmen wie Mitarbeitern eröffnen sich neue Gestaltungsspielräume. Mit dem „Bürokonzept 2010“, das B. Braun Austria in einem neuen Verwaltungsgebäude realisierte, hat das Unternehmen eine Vorreiterrolle in der Schaffung einer kreativen und prozessorientierten Arbeitswelt übernommen.

chaos hairconcept

„chaos university“
In der chaos university, Österreichs erster ganzjährig geöffneter Friseurschule werden Mitarbeiter aller chaos-Salons, aber auch Externe in den neuesten Techniken und Trends geschult. Sie werden vom ersten Tag an in ihrer selbständigen Arbeit gefördert und können verschiedene individuelle Karriereziele anstreben. Diesen kreativen Anspruch zu verwirklichen und gleichzeitig einen Salon zu leiten, ist dadurch möglich, dass das Unternehmen als Ganzes, Aufgaben wie Controlling und Marketing übernimmt und dem Salonleiter oder Unternehmer dadurch Freiräume verschafft. Das Mitarbeiterbeteiligungskonzept ermöglicht es insbesondere Frauen, den Schritt in die Selbständigkeit als Franchise-Nehmerin zu wagen. Flexibilisierung von Arbeitszeiten und Unternehmensbeteiligung schaffen ein hohes Maß an Arbeitssicherheit und ein familienfreundliches Arbeitsumfeld.

Haidlmair GesmbH

„Optimaler Arbeitsplatz durch optimales Arbeitsumfeld für optimales Arbeitsklima“
Haidlmair schafft für seine Mitarbeiter klimatisierte und aktiv luftausgetauschte Arbeitsplätze, sowie einen harmionischen Einklang von Feng-Shui gestalteter Umgebung, was für einen Einzelfertiger einzigartig ist!

KATEGORIE ARBEITSPLATZ KLEIN

Design Direct – Realisierung von innovativen Kommunikationsideen GmbH

„Eine freie Stelle für eine gehörlose Mitarbeiterin“
Design Direct hat sich dazu entschlossen, eine freie Stelle in der Reinzeichnungsabteilung durch eine gehörlose Mitarbeiterin zu besetzen. Die Integration und Verbesserung der Kommunikation mit der gehörlosen Kollegin konnte durch kollektiven Besuch eines Gebärdensprachkurses durch alle Mitarbeiter erreicht werden.

equalizent – Schulungs- und Beratungs GmbH

„Ein Arbeitsraum der Vielfalt“
Diversity Management ist der vorläufige Höhepunkt einer sehr differenzierten Betrachtungsweise von Individuen und Anspruchsgruppen, die in der Zusammenarbeit durch Gleichheit oder Unterschiedlichkeit gekennzeichnet sind. Pro-aktive Förderung von Vielfalt sieht equalizent in jeder Hinsicht als selbstverständliche Aufgabe in einem zweisprachigen Unternehmen (Österreichische Gebärdensprache und Deutsch). Ziel der interdisziplinären Vernetzung ist es, den Kreislauf der Unternehmensbereiche - also das interne Know-how, Schulungen und die Vermittlung mit und in die Unternehmensumwelt - besser zu integrieren.

NORIS Feuerschutzgeräte GmbH

„Gelungene Integration einer in Konkurs geratenen Organisation“

Der steirische Traditionsbetrieb NORIS beschäftigt sich mit der Wartung und dem Verkauf von Feuerlöschgeräten. Nach der Übernahme des Kundenstocks einer insolventen Feuerlöschfirma in Tirol hat sich die MitarbeiterInnenzahl fast verdoppelt: Mit allen MitarbeiterInnen der insolventen Firma wurde ein persönliches Gespräch über den Verbleib geführt: Unabhängig vom Alter wurden alle MitarbeiterInnen, die sich dazu entschlossen, bei NORIS angestellt. Es ist NORIS gelungen beinahe „über Nacht“ eine sehr große Vertrauensbasis zu den neuen KollegInnen herzustellen. Die Angleichung des Wissenstandes wurde durch intensives Training sichergestellt. Gleichzeitig wurden aber auch regionale Besonderheiten sofort entsprechend berücksichtigt und Ideen der neuen MitarbeiterInnen bei NORIS umgesetzt. Durch die offene Gesprächskultur konnten sich die „Neuen“ in ihrer Individualität anerkannt fühlen. Gleichzeitig hat sich die Organisation wieder weiter entwickelt.

KATEGORIE MARKT GROSS

Allianz Elementar Versicherungs-AG

„Kleine Wunder: Spenden beim Einkaufen“

Einkaufen mit Sinn: Bei „Kleine Wunder“ handelt es sich um Produkte des täglichen Bedarfs, mit denen der Konsument Waren namhafter Hersteller zu marktüblichen Preisen erwirbt, und gleichzeitig fünf Kinderhilfsorganisationen unterstützt. Die Kleine Wunder-Produkte werden von der Kleine Wunder VertriebsgmbH zu den geringst möglichen Kosten bei etablierten Herstellern bezogen und mit Gewinn an Handelspartner weiterverkauft. Alle anderen Beteiligten (Handel, Hersteller) arbeiten kostendeckend, verdienen jedoch nicht am Verkauf. Die Allianz Versicherung übernimmt als exklusiver Wirtschaftspartner die gesamten Personal & Administrationskosten und ermöglicht damit, dass auch dieser Teil der Einnahmen an die Kinderhilfsorganisationen geht.

bauMax AG

„Energie sparen – Geld sparen“

Das Ziel der bauMax-Kampagne – die in Kooperation mit dem Lebensministerium und der Bank Austria-Creditanstalt durchgeführt wurde – war es, die Kunden zum Energie und damit zum Geld sparen zu animieren. In einem ersten Schritt wurde Informationsmaterial produziert und verteilt, eine eigene Internet-Plattform zur Kampagne errichtet und in den bauMax-Märkten selbst über Preisrahmeneinstecker, Marktplakate u.ä. auf die Kampagne hingewiesen. Informiert wurde nicht nur mittels Drucksorten sondern auch bei eigens organisierten Veranstaltungen wie den Energiespar-Heimwerkerkursen oder Energiespar-Infotagen in den bauMax-Märkten. Das Sortiment wurde in allen vier Welten (Bauen, Wohnen, Werkzeug, Garten) auf das Thema Energiesparen abgestimmt, durch Aufkleber gesondert gekennzeichnet und damit für die Kunden besser auffindbar gemacht. Aber auch der Sensibilisierung der eigenen Mitarbeiter im Unternehmen galt ein Schwerpunkt. Bei einem Ideenwettbewerb prämierte bauMax die besten Vorschläge mit Energiespar-Preisen.

Miba AG

„Umweltfreundliche Beschichtung für Gleitlager“

Als Technologieführer strebt die Miba AG immer nach Leistungen an der Grenze des technisch Machbaren und ist sich ihrer Pionierrolle für ökologisch-nachhaltige Produkte bewusst. Unter dem Gesichtspunkt der ökologischen Nachhaltigkeit wurde am Standort in Laakirchen mit SYNTHEC® die erste umweltfreundliche und bleifreie Beschichtung für Gleitlager für Dieselmotoren mit Hubraum von mehr als 10 Litern entwickelt.

mobilkom austria AG & Co KG

„Im Auto NIE OHNE...“

Gemeinsam mit den Partnern – dem Kuratorium für Verkehrssicherheit sowie den Autofahrerklubs ARBÖ und ÖAMTC – startete mobilkom austria vergangenes Jahr die breit angelegte Initiative „Im Auto NIE OHNE...“. Ziel war es, die österreichischen AutofahrerInnen über einen verantwortungs-

vollen Umgang des Handys im Straßenverkehr zu informieren und für das Thema „Telefonieren am Steuer“ zu sensibilisieren. Die Ansprache der Öffentlichkeit erfolgte dabei über verschiedene Kanäle: direkt durch Plakate, Hörfunkspots, Verteilaktionen und Verkehrssicherheitsfolder und indirekt durch PR-Aktivitäten. So wurden die Medien - als wichtige Meinungsmultiplikatoren - mit Aktionen wie beispielsweise Testtagen in Fahrsicherheitszentren gezielt adressiert.

KATEGORIE MARKT KLEIN

BONUS Pensionskassen AG

„Nachhaltige Veranlagung“

Die BONUS Pensionskassen Aktiengesellschaft hat als einzige Pensionskasse im Jahr 2005 eine Nachhaltigkeits-Zertifizierung der ÖGUT (Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik) erhalten. Die Prüfung der Veranlagungs- und Risikogemeinschaft 1 (VRG1) – hinsichtlich Nachhaltigkeit umfasst einerseits die Durchsicht und Bewertung des Veranlagungskonzeptes bezüglich der Berücksichtigung ethischer, ökologischer und sozialer Kriterien (Prüfung des Konzepts), andererseits die Prüfung der konkreten Veranlagungsentscheidungen (Prüfung der Umsetzung) sowie die Transparenz des Berichtswesen bzw. die Informationspolitik. Jede Ebene wird einzeln geprüft und bewertet.

Eine Welt Handel AG

„Fairer Handel mit Lederprodukten“

Die Idee zur Ausweitung des fairen Handels mit Lederwaren kam von zwei Seiten. Zum einen stieg die Nachfrage nach fair gehandelten Lederprodukten, zum anderen äußerte ein langjähriger Kooperationspartner in Kalkutta den Wunsch, stärker im Lederbereich tätig zu werden. Eine Machbarkeitsstudie wurde in Auftrag gegeben und der Aufbau der Ledersparte begann. Die umgesetzten Entwürfe führten zu einer verstärkten Identifikation der Lederhandwerker mit den Produkten, was sich in einer erhöhten Sorgfalt in der Verarbeitung und in der hohen Qualität des Endproduktes zeigt. Es wird nun versucht, den Anteil der Produkte zu erhöhen, die mit pflanzlichen Stoffen umweltfreundlich gegerbt werden. Mittelfristig sollen Tagelöhner fixe Beschäftigungsverhältnisse erhalten. Die beiden Aufsichtsratsmitglieder Gerhard Lechner und Christian Franc haben sich selbständig gemacht und bauen in enger Zusammenarbeit mit der Eine Welt Handel AG den Lederbereich auf.

SEDA-Umwelttechnik GmbH

„Trockenlegen von Altfahrzeugen“

Durch unzureichende Entsorgung und brachiale Methoden gelangten früher beim Trockenlegen von Altfahrzeugen Resttreibstoffe in den Boden und damit ins Grundwasser. Mit den von SEDA hergestellten Anlagen und Geräten wird dies verhindert. Gleichzeitig werden damit die hohen EU-Richtlinien für diesen Bereich eingehalten.

SEDA-Geschäftsführer Josef Dagn hat seinen jahrelangen Traum, etwas für die Umwelt zu tun, wahr gemacht. Unter seiner Leitung und mit seinen Ideen entwickelte sich das Unternehmen im Laufe der Zeit zu einem innovativen und international tätigen Kleinunternehmen.

TRIGOS 2006: DIE GEWINNER

Die durchgängig hohe Qualität und das große persönliche Commitment der Unternehmen zu ihren eingereichten Projekten und Aktivitäten machte die Jury-Entscheidung denkbar knapp.

In der Kategorie „Gesellschaft Mittel " gab es eine ex aequo Platzierung, daher wurden heuer zwei Projekte in dieser Kategorie prämiert. In der Kategorie „Markt Mittel" wurden keine Projekte eingereicht.

DIE GEWINNER VON TRIGOS 2006:

KATEGORIE GESELLSCHAFT

Große Unternehmen: **Lafarge Perlmooser AG „schools for a living planet"**
Mittlere Unternehmen: **Die Berater Unternehmensberatungs GmbH „ECDL für krebskranke Kinder" ex aequo Microsoft Österreich GmbH „neunerCOMPUTING"**
Kleine Unternehmen: **Zotter Schokoladen Manufaktur GesmbH „Zeichen setzen"**

KATEGORIE ARBEITSPLATZ

Große Unternehmen: **Siemens AG Österreich „Ausbildung für Gehörlose"**
Mittlere Unternehmen: **chaos hairconcept „Chaos University"**
Kleine Unternehmen: **NORIS Feuerschutzgeräte GesmbH „Gelungene Integration einer in Konkurs geratenen Organisation"**

KATEGORIE MARKT

Große Unternehmen: **bauMax AG „Energie sparen – Geld sparen"**
Kleine Unternehmen: **Eine Welt Handel AG „Fairer Handel mit Leder"**

DER PUBLIKUMSSIEGER VON TRIGOS 2006: EINE WELT HANDEL AG

Noch zusätzlich ausgezeichnet wurde das Projekt **„Fairer Handel mit Leder" von „Eine Welt Handel AG"**, das von den anwesenden Gala-Gästen im Rahmen eines interaktiven Telefon-Votings zum Publikumssieger gekürt und entsprechend prämiert wurde.

WARUM DIE DIESJÄHRIGEN SIEGER VON TRIGOS 2006 VON DER JURY PRÄMIERT WURDEN:

DIE JURYBEGRÜNDUNGEN

KATEGORIE GESELLSCHAFT GROSS

Lafarge Perlmooser AG:
Mit dem Projekt „schools for a Living Planet“ spricht Lafarge Perlmooser gezielt Schüler an, um bei dieser Zielgruppe möglichst früh eine Bewusstseinsbildung hinsichtlich der Ressourcenschonung zu erreichen. Das Engagement erfolgt in enger und bereits langjährig bestehender Kooperation mit einer Umweltschutzorganisation. Die Jury zeigte sich vom umfassenden und nachhaltigen Konzept überzeugt.

KATEGORIE GESELLSCHAFT MITTEL

Die Berater Unternehmensberatungs GmbH:
Das Projekt „ECDL für krebskranke Kinder“ unterstützt Kinder und Jugendliche, die an Krebs erkrankt sind. Mit ihrem durchdachten Konzept erreichen die Berater einen hohen Nutzen – sowohl in der akuten Situation, als auch langfristig. Der dahinter stehende Innovationsaspekt und der besondere Nutzen für die Betroffenen spielten bei der Entscheidung der Jury die ausschlaggebende Rolle.

Microsoft Österreich GmbH:
Die Jury honorierte vor allem das Engagement von Microsoft für eine besonders schwer integrierbare Randgruppe. Durch die Einbindung der Mitarbeiter erreicht dieses Projekt sowohl Vorbildwirkung nach außen als auch nach innen. „neunerCOMPUTING“ setzt Akzente, die deutlich über die eigene Verantwortung des Unternehmens hinausgehen.

KATEGORIE GESELLSCHAFT KLEIN

Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH:
In der Zotter Schokoladen Manufaktur wird CSR vorbildhaft umgesetzt. Durch das Projekt „Zeichen setzen“ werden Kinder in benachteiligten Regionen dieser Erde unterstützt - verbunden mit einer gesellschaftlich verantwortlich ausgerichteten Unternehmensstrategie. Diese Botschaft wird über die Produkte, welche allesamt aus mit dem Fairtrade Gütesiegel ausgezeichneten Zutaten bestehen, an die Öffentlichkeit getragen. Die Jury zeigte sich von der Vorbildwirkung der Zotter-Unternehmensstrategie überzeugt.

KATEGORIE MARKT GROSS

bauMax AG:
Mit dem Projekt „Energie sparen – Geld sparen“ hat die bauMax AG seine breite Kundenschicht für ein ökologisches Thema angesprochen. Auf der einen Seite erreicht die ökologisch nachhaltige Botschaft des Projekts den Endkonsument, auf der anderen Seite wird Energie sparen aber auch im Unternehmen selbst vorgelebt – ein für die Jury ausschlaggebender Fakt.

KATEGORIE MARKT KLEIN

Eine Welt Handel AG:
Fairer Handel spielt besonders in der Textilbranche eine wichtige Rolle. Klare Signale setzt hier Eine Welt Handel AG. Sowohl die Intention, die dahinter stehende Motivation, sowie der Nutzen des Projektes „Fairer Handel mit Lederprodukten“ haben die Jury beeindruckt.

KATEGORIE ARBEITSPLATZ GROSS

Siemens AG Österreich:
Das Unternehmen ermöglicht gehörbehinderten Personen eine Berufsausbildung mit Lehrabschlussprüfung. Diese bereits seit zehn Jahren vorhandenen nachhaltigen Bemühungen für eine Zielgruppe mit besonderen Bedürfnissen, haben die Jury beeindruckt. Besonders hervorzuheben ist hier die Integration der Zielgruppe in den Arbeitsmarkt – seit 2004 können auch gehörbehinderte arbeitssuchende Erwachsene eine Berufsausbildung mit Lehrabschlussprüfung bei Siemens absolvieren.

KATEGORIE ARBEITSPLATZ MITTEL

chaos hairconcept:
Ein kleiner Dienstleister zeigt, was man mit Ideen bewegen kann. Beim vorbildhaften Modell der „chaos university“ stehen Flexibilität und Rücksichtnahme auf die individuellen Karriereziele im Vordergrund. Die Jury honorierte vor allem das Mitarbeiterbeteiligungskonzept, das insbesondere Frauen einen sicheren Arbeitsplatz ermöglicht.

KATEGORIE ARBEITSPLATZ KLEIN

NORIS Feuerschutzgeräte GmbH:
Dass die gelungene Integration einer insolventen Organisation ein beeindruckendes Projekt ist, darüber war sich die Jury einig. NORIS Feuerschutzgeräte bewies bei einem ökonomisch wichtigen und immer wieder aktuellen Thema Feingefühl. Eine innovative und gleichzeitig „verantwortliche“ Lösung führte hier zum Erfolg.

DER GROSSE GALAABEND – HÖHEPUNKT DES TRIGOS-JAHRES 2006

Im Zentrum der Trigos-Gala 2006 am 18. Mai im Platinum Vienna standen zum dritten Mal die heimischen Unternehmen, die CSR bereits über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus leben. IV-Generalsekretär Markus Beyrer und Caritas Wien Direktor Michael Landau erklärten im Namen der acht Trägerorganisationen des Trigos vor mehr als 500 Gästen aus Wirtschaft, Politik und Medien, warum diese einzigartige Plattform aus Wirtschaft und NGOs so gut funktioniert. Hinter dem Trigos stehen die Caritas, das Rote Kreuz, der WWF, das SOS-Kinderdorf, Wirtschaftskammer, Industriellenvereinigung, die Business Data Consulting Group und auch „Die Presse". Die prominenten Laudatoren zollten den Preisträgern Respekt, unter ihnen EU-Kommissar Stavros Dimas, Bundesministerin Ursula Haubner, Bundesminister Josef Pröll und BMWA-Sektionschef Josef Mayer. Weiters gratulierten hochrangige Vertreter der Trägerorganisationen – Werner Kerschbaum (Stv.-GS Rotes Kreuz), Reinhold Mitterlehner (Stv.-GS WKO), Hildegard Aichberger (WWF), Maria-Theresia Unterlercher (SOS-Kinderdorf), Andreas Reinisch (bdcg) und Reinhold Gmeinbauer (Die Presse).

Preisträger mit Vorbildcharakter

Der Höhepunkt des Abends, durch den Ö1-Moderatorin Karin Steger führte, war aber die Überreichung der Trophäen. Die Spannung blieb bis zum Schluss aufrecht, denn wie bei der Oscar-Verleihung lüftete erst das geöffnete Kuvert das Geheimnis. Neun Unternehmensvertreter konnten schließlich den begehrten Preis entgegennehmen. Sie alle erfüllen als Trigos-Preisträger eine wichtige Funktion – sie sind Vorbild für all jene Unternehmen, die CSR noch nicht über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus erfüllen.

Die steigende Beliebtheit der Auszeichnung bestätigt die Trigos-Trägerorganisationen in ihrem Engagement. Mit insgesamt 86 eingereichten Projekten und den dahinter stehenden Unternehmensstrategien liefert die österreichische Wirtschaft den Beweis, dass für sie gesellschaftliche Verantwortung mehr als nur ein Lippenbekenntnis ist. Die hohe Anzahl an Einreichungen quer durch alle Unternehmensgrößen und Branchen motiviert und macht darüber hinaus eines klar: Jeder kann sozial, ökologisch und ökonomisch verantwortlich handeln.

Treffpunkt für Entscheidungsträger und Meinungsbildner

Der Ausklang stand schließlich ganz im Zeichen der Unterhaltung. Musikalische Untermalung von Daniela Krammer, saxophone affairs, und das elegante Ambiente des Platinum Vienna taten ihr Übriges zur festlichen Stimmung. Genützt wurde die Gala aber auch ganz „im Sinne der Erfinder": als Treffpunkt für Entscheidungsträger und Meinungsbildner rund um CSR in Österreich.

TRIGOS - EIN BLICK AUFS GANZE

Im Rahmen des Trigos-Preises wurden in den letzten drei Jahren Unternehmen für exzellente und beispielgebende Aktivitäten ausgezeichnet, mit denen sie ihre gesellschaftliche Verantwortung konkret umsetzen. In den Kategorien Gesellschaft, Arbeitsplatz und Markt gibt es dabei Preise für je große, mittlere und kleine Unternehmen.

Die Konzeption des Preises stellt auf „Projekte" oder abgegrenzte Programme ab - denn nur diese sind für eine Einreichung mit der nötigen Kürze darstellbar. Um der Jury aber ein breiteres Spektrum der gelebten Verantwortung in den einzelnen Firmen zu bieten, wurde die Selbsteinschätzung als Ergänzung eingeführt. Hier geben die Unternehmen auf freiwilliger (nicht bewerteter) Basis Auskunft über Stellenwert, Status und Pläne einzelner Themen in der eingereichten Kategorie. Die Gesamtheit der Selbsteinschätzung ergibt daher ein (subjektiv gefärbtes) Bild der CSR-Praxis in Unternehmen, die sich durch ihre Teilnahme am Wettbewerb als vorbildhaft positionieren. Damit darf dieses Datenmaterial durchaus als Indikator gelten, wo Unternehmen ihre Schwerpunkte setzen und wie sie einzelne Themen auffassen.

Aufgrund der Selbsteinschätzungen der Jahre 2004 bis 2006 lassen sich folgende Aussagen machen:

Die Zahl der (an der Selbsteinschätzung) teilnehmenden Unternehmen ist über die Kategorien relativ stabil, 2005 gab es einen leichten Rückgang, der 2006 wieder aufgeholt wurde.

Die Unternehmen bewerten sich selbst naturgemäß eher positiv, im Großen und Ganzen zeigen die Einreicher aber kritische Distanz. Vor allem beim Stellenwert einzelner Themen zeigen sich oft klare Schwerpunkte auf ein Einzelthema zulasten anderer Aktivitäten (z.B.: Armutsbekämpfung statt Kulturförderung). Auffallend ist, dass heuer im Vergleich zu dem Jahr 2004 mehr Bezug zu eigenen Produkten und Dienstleistungen hergestellt wird. So sehen 2006 bereits viele Unternehmen das Thema „Verbesserung der Lebensqualität" in Zusammenhang mit ihrem Kerngeschäft und nicht als spendenorientiertes, externes Thema.

Allgemein gilt: Themen mit hohem Stellenwert gelten für die meisten Unternehmen weiterhin als ausbaufähig, auch wenn sie sich selbst bereits einen hohen Status attestieren. Das ist etwa bei Ökologie, Aus- und Weiterbildung, Gesundheit und Sicherheit oder Nachhaltigkeit der Produkte der Fall. Hier scheint ein Konsens zu bestehen, was wichtig und gut umsetzbar ist. Die Anmerkungen zeigen, dass es für Themen mit hohem Stellenwert eine breite Palette an Einzelaktivitäten gibt, die Unternehmen können hier oft sehr kreative und außergewöhnliche Aktivitäten anführen - wenn auch einiges (etwa Gleitzeitregelungen) für Großunternehmen als Standard gelten sollten.

In jeder der drei Kategorien gibt es Themen, die sowohl beim Stellenwert als auch beim Status abgeschlagen bleiben und für die keine wesentlichen Pläne bestehen. Das sind v.a. Armutsbekämpfung, Integration benachteiligter Gruppen und Fairness im Einkauf. Da alle abgefragten Themen von gleicher Bedeutung im Sinne der CSR sind, zeigen sich hier Bereiche, wo in Österreichs Wirtschaft auch unter den Besten noch Handlungsbedarf besteht oder zumindest Aufklärungsarbeit geleistet werden sollte.

MEDIENARBEIT

DER TRIGOS IN DEN MEDIEN

Wie die Medienanalyse zeigt, ist der Trigos nicht nur in der CSR-Community ein Begriff, sondern gewinnt auch in der Medienwelt zunehmend an Bedeutung. Seit dem Startschuss zum Trigos im Jahr 2003 können wir uns jährlich über eine weit reichende Berichterstattung freuen. Vor allem in Wochenzeitungen, Fachmagazinen und Tageszeitungen wird über den Trigos berichtet, doch auch in den audiovisuellen Medien sowie dem Internet nehmen die Beiträge zu.

Heuer wurde die öffentliche Awareness durch die Aufnahme der Tageszeitung Die Presse in den Kreis der Trigos-Trägerorganisationen weiter ausgebaut. Mit einer vierseitigen Sonderbeilage, die der Presse mit einer Reichweite von mehr als 370.000 beigelegt wurde, konnten wir die wichtige Zielgruppe der Presse österreichweit erreichen. Zur Leserschaft der Presse zählen Entscheider in Großunternehmen, Opinion Leader sowie die Bildungs- und kaufkräftige Elite der 30- bis 59-Jährigen.

Auch im Special Interest-Bereich der tendenziell kritischen Leserschaft des Magazins Glocalist haben wir mit einer siebenseitigen Berichterstattung überzeugt und somit den Trigos endgültig als wesentliches Element der CSR-Bewegung etabliert.

TRIGOS 2006

Die Presse | CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY | Dienstag, 23. Mai 2006, Seite I

HINTERGRUND

Im Dienste gesellschaftlicher Nachhaltigkeit

Der Trigos hat sich in Österreich als „die" Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung etabliert.

Im Rahmen einer feierlichen Gala-veranstaltung wurde heuer bereits zum dritten Mal der Trigos-Preis verliehen.

Tosender Applaus kam auf, als am 18. Mai im Rahmen einer feierlichen Gala-Veranstaltung im Platinum Vienna die diesjährigen Trigos-Preisträger bekannt gegeben wurden (siehe Seite 4). Bereits zum dritten Mal wurden jene österreichischen Unternehmen vor den Vorhang gebeten, die sich in vorbildlicher Art und Weise um das Prinzip Nachhaltigkeit und verantwortungsvolle Unternehmensführung verdient gemacht haben.

Einzigartige Plattform

Ins Leben gerufen wurde die Auszeichnung vor drei Jahren von einer einzigartigen Plattform aus Wirtschaft und NGOs, bestehend aus Caritas, dem Österreichischen Roten Kreuz, SOS-Kinderdorf, WWF, Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer Österreich und der Business Data Consulting Group. Seit heuer erstmals mit dabei ist auch „Die Presse". „Unser Ziel ist es" betont Roman Mesicek, Geschäftsführer von respACT austria, der Plattform für Unternehmen mit Verantwortung und Trigos-Kooperationspartner, „dem Prinzip der Nachhaltigkeit und der verantwortungsvollen Unternehmensführung in Österreich weiter zum Durchbruch zu verhelfen. Viele Unternehmen handeln bereits in vorbildlicher Weise verantwortungsvoll – in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht. Diesen gilt unsere Anerkennung".

In Österreichs Wirtschaft und Gesellschaft gilt der Trigos seitdem als wegweisende Auszeichnung – mehr als 200 Unternehmen sind bisher ins Rennen gegangen. In seiner dritten Runde war der Preis so begehrt wie nie zuvor. 86 Firmen unterschiedlicher Größe bewarben sich heuer mit ihren Projekten, Kampagnen und Initiativen um die begehrte Trophäe, darunter viele, die sich bereits im Vorjahr durch ihre Beiträge im Sinne der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung hervortaten.

Gesellschaftliche Relevanz

Die eingereichten Projekte mussten sich durch eine besonders verantwortungsvolle, gesellschaftliche Relevanz auszeichnen. So sollten etwa im Rahmen eines Projektes Aktivitäten gesetzt werden, die zu Gunsten der einzelnen Interessensgruppen (Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Investoren, regionales Umfeld) über die gesetzlichen Rahmenbedingungen und das Kerngeschäft des Unternehmens hinausgingen. Als entscheidende Voraussetzung galt dabei, dass das Projekt vom Unternehmen gemeinsam mit Partnern und Anspruchsgruppen durchgeführt wird, da eine derartige Initiative zur Integration der Gesellschaft und zur Zukunftssicherung des Unternehmens beiträgt.

Drei Kategorien

Die österreichischen Unternehmen konnten ihre Projekte in einer der drei Kategorien „Gesellschaft", „Arbeitsplatz" und „Markt" einreichen. Pro Kategorie wurden jeweils ein großes, ein mittleres und ein kleines Unternehmen ausgezeichnet.

Bei der Beurteilung der Einreichungen hat die Trigos-Jury neben den konkreten Projekten auch die gesamte CSR-Stategie des jeweiligen Unternehmens berücksichtigt. In der Kategorie „Gesellschaft" wurde aktives Engagement für die Gesellschaft und für den Erhalt des ökologischen Gleichgewichts prämiert. Die Themenliste konnte Krisenhilfe, Linderung von Armut, Bildung, Lebensqualität oder Kultur und Sport umfassen.

Gesellschaft, Arbeitsplatz und Markt

In der Kategorie „Arbeitsplatz" wurden vorbildliche Maßnahmen für Bildung, Motivation und Gleichbehandlung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ausgezeichnet. Zu den Projekten gehörten Aus- und Weiterbildungskampagnen, flexible Arbeitszeitmodelle, Familienunterstützung, Gesundheitsinitiativen sowie Integrationsmaßnahmen.

Die Kategorie „Markt" umfasste schließlich unternehmerische Verantwortung für Produkte und Dienstleistungen – von der Entwicklung und Herstellung bis zur Vermarktung – Offenheit und Transparenz gegenüber Kunden und Partnern sowie den verantwortungsvollen Umgang mit ökologischen Ressourcen. Die eingereichten Projekte zeichneten sich durch Nachhaltigkeit der Produkte und Dienstleistungen, Verantwortung im Einkauf, Dialogbereitschaft mit Interessensgruppen, Risikomanagement, faire Preisgestaltung und Transparenz in der Produktion aus.

Sechsundzwanzig Finalisten

Um den Sieg kämpften schließlich insgesamt 26 Projekte, die von der Trigos-Jury, bestehend aus Vertretern der Trigos-Trägerorganisationen sowie externen Experten aus der Wissenschaft auf der Grundlage eines klar vordefinierten Punktesystems für das Finale nominiert worden waren. Welche Projekte schließlich im Rahmen der feierlichen Gala im Uniqa-Tower ausgezeichnet wurden, lesen Sie auf Seite drei. Eine Liste der Unternehmen, die ihre Projekte für den Trigos 2006 eingereicht haben sowie die Nominierten finden Sie auf Seite zwei.

Die große Preisverleihung des Trigos 2006 hat wieder bewiesen: Verantwortung zahlt sich aus – für die Gesellschaft, für die Unternehmen und ihre Kunden.

Alle Informationen zum Trigos finden Sie auch auf der Trigos-Homepage www.trigos.at.

Trigos – die Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung. Erstmals im Jahre 2003 ausgelobt, ist der Trigos heute „die" wegweisende Auszeichnung in Österreichs Wirtschaft und Gesellschaft.

INFO

Der Trigos wurde 2003 gemeinsam von der Wirtschaft und NGOs ins Leben gerufen. Als Träger fungieren Caritas, das Österreichische Rote Kreuz, SOS-Kinderdorf, der WWF, die Industriellenvereinigung, die Wirtschaftskammer Österreich, Business Data Consulting Group sowie seit heuer auch „Die Presse".

Als Kooperationspartner der Trigos-Plattform fungieren das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, das Bundesministerium für Soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz, das Lebensministerium sowie respACT austria.

Zu den Sponsoren 2006 gehören Spiritual Fund, Gagler Cross Media, McDonald's, Rail Cargo Austria sowie die Galasponsoren Telekom Austria, Swarovski, Page und Gösser.

Die Zielsetzung des Trigos besteht darin, österreichische Unternehmen in ihren Bemühungen um Nachhaltigkeit und der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zu stärken und zu unterstützen.

Bisher bewarben sich insgesamt über 200 Unternehmen um die begehrte Trophäe, allein heuer wurden 86 Projekte eingereicht. Die Auszeichnung wird in den drei Kategorien „Gesellschaft", „Arbeitsplatz" und „Markt" verliehen. Pro Kategorie werden jeweils ein großes, ein mittleres und ein kleines Unternehmen ausgezeichnet.

Nominierung und Auszeichnung erfolgen auf Basis eines zweistufigen Auswahlverfahrens durch die Trigos-Jury. Diese besteht aus Vertretern der Trägerorganisationen sowie aus externen Experten aus der Wissenschaft.

Berichte gesamt: 90
Kontakte Gesamt: rund 20.000.000

Kontakt

Informationen zum Trigos finden Sie auf der Homepage www.trigos.at und das Trigos-Informationsbüro steht jederzeit unter der Email-Adresse office@trigos.at zur Verfügung.