

Date: 25 January 2012

WirtschaftsBlatt.at

Page: -

Subject: Lundquist CSR Online Awards 2011 Austria – part 1/2

OMV führt Corporate Social Responsibility Ranking an

CSR-Online-Awards. Die Energiekonzerne OMV, EVN und Verbund sind die ATX-Prime-Unternehmen mit der besten Online-CSR-Kommunikation.



Verantwortung zu übernehmen ist wichtig. Sie zu kommunizieren ist schwer.

Wien. Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein sperriger Begriff. Kein Wunder, dass die großen an der Wiener Börse notierten Unternehmen ihre Mühe haben, ihre Aktivitäten, die sie als Unternehmen mit sozialer, umwelt- und gesellschaftspolitischer Verantwortung setzen, öffentlich zu kommunizieren.

Zu diesem Ergebnis kamen 300 CSR-Experten aus 37 Ländern, die im Rahmen der CSR Online Awards 2011 die CSR-Aktivitäten von über 200 großen börsennotierten europäischen Unternehmen und deren Kommunikation im Internet untersucht haben.

Ranking [vergrößern](#)

Classification CSR Online Awards 2011 - Austria

100 Position	Company	100 Score
1	OMV	59
2	EVN	53,5
3	Verbund	47
4	Zumtobel	45,5
5	Telekom Austria	45
6	Österreichische Post	39,5
7	Merano-Gruppe	39
8	Wattignies	38
9	Rudolfswerk	36
10	Imhof	35
11	RSB	37
12	Map-Abteilung	41,5
13	CSG	44
14	Andros	50,5
15	Ornag	50,5
16	Amorim-Industrien	50,5
17	CA-Direkt	51
18	BRUNNEN	51
19	Ernst Group	51,5
20	Schäffer-Pochemann	51

Erstmals wurden im Rahmen dieser Awards auch die zwanzig im ATX prime gelisteten Unternehmen unter die Lupe genommen, und am besten schlugen sich dabei die Energieversorger OMV, EVN und Verbund, gefolgt von Zumtobel, der Telekom Austria und der Post.

Aufholbedarf

Die 59 von 100 möglichen Punkten, die Österreich-Sieger führt die OMV erhalten hat (EVN: 53,5 Punkte, Verbund: 47 Punkte) sind jedoch im internationalen Vergleich kein Spitzenwert.



Die 100 größten europäischen Unternehmen nach dem FTSE Eurotop 100 Index erzielten etwa im Schnitt 50 Punkte. Mit 49,2 Punkten lag der deutsche Durchschnitt knapp dahinter. In der Schweiz wurden immerhin noch 30 Punkte erreicht. In Österreich liegt der Durchschnitt der ATX Prime 20 Unternehmen lediglich bei 25,5 Punkten.

„Nur die bestgereihten österreichischen Unternehmen erfüllen die Aufgabe, ihre CSR-Aktivitäten auf der Unternehmens-Website vorzustellen, angemessen“, stellt James Osborne, CSR-Communications Chef bei Lundquist, fest.

Date: 25 January 2012

WirtschaftsBlatt.at

Page: -

Subject: Lundquist CSR Online Awards 2011 Austria – part 2/2

Bedeutung unklar

Bewertet wurde bei den CSR Online Awards insgesamt nach 79 Kriterien in den Bereichen „Content“, „User Experience“ und „Ongoing Engagement“.

Zusammengefasst lässt sich für österreichische Unternehmen sagen: Während rund die Hälfte zwar einen Verhaltenskodex veröffentlicht und die Bereitschaft zu Umweltschutzmaßnahmen bekundet, fehlen etwa Klimaschutz-Strategien, noch lässt sich erkennen, welchen Stellenwert die CSR-Abteilungen innerhalb der Firmen besitzen.

Im Zentrum der Aufmerksamkeit steht bei den österreichischen Unternehmen das User-Erlebnis, mit 9,2 Punkten wurde in diesem Segment rund die Hälfte der möglichen Punkte erreicht.

Weniger gut schnitten die Firmen im Bereich "Content" und "Ongoing Engagement" ab. Weder gibt es Neuigkeiten zu aktuellen CSR-Programmen, oder interaktive Elemente. 80 Prozent der Websites bieten keine Möglichkeiten, Inhalte in Sozialen Netzwerken zu teilen. Meistens wird bloß in den Jahresberichten auf die CSR-Strategien hingewiesen.

Schiefe Kommunikation

Lundquist-Gründer Joakim Lundquist stellt angesichts des Ergebnisses fest: „Bei der Aufgabe, Informationen abseits der wirtschaftlichen Kennzahlen zu geben wurden im Vergleich zu früher große Fortschritte gemacht, um Vertrauen in den Interessensgruppen aufzubauen aber noch zu wenig.“

Den CSR-Report bloß auf der Website im PDF-Format zu veröffentlichen - was immerhin 60 Prozent der ATX-Prime-20 Unternehmen tun - ist längst nicht mehr genug. Social Media Plattformen bieten sich gerade bei diesem Thema als effiziente Kommunikationswege an. In Österreich werden sie allerdings nur von zwei der untersuchten Unternehmen, Verbund und [Voestalpine](#), genutzt. Lundquist: "Hier gibt es definitiv noch Potenzial."

You can read the article online on [WirtschaftsBlatt.at](#)