

## TRIGOS 2008: Mehr als eine Werbepattform für Unternehmen?

Utl.: Der TrigOS als "Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung" macht die Schwächen eines projektzentrierten Zugangs zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR) deutlich. =

Wien (OTS) - "Ein Unternehmen als sozial verantwortlich auszuzeichnen, ist erst dann sinnvoll, wenn umfassende und aussagekräftige Informationen über das Unternehmen vorliegen. Dies ist leider auch beim TRIGOS 2008 nicht der Fall", bedauert die Geschäftsführerin des Netzwerks Soziale Verantwortung Claudia Saller und betont: "Wir anerkennen die Bemühungen von Unternehmen, sich für Gesellschaft und Umwelt zu engagieren, möchten diese Bemühungen aber auch nachvollziehbar und durch die betroffenen Personen wie Betriebsrat oder KonsumentInnen sowie durch unabhängige ExpertInnen bestätigt wissen. Sonst bleibt es bei einer Werbepattform für Unternehmen".

Kontext, Umfang und Qualität von CSR-Maßnahmen müssen kommuniziert werden

Zwar wurden beim TRIGOS 2008 Aspekte des sozialen und ökologischen Engagements von den Unternehmen, die sich bewerben, abgefragt - aber ohne Zusammenhang zum eingereichten Projekt und nur in Form einer Stichwortliste zum Ankreuzen, die keinerlei Schlüsse auf Umfang oder Qualität des Engagements zulässt.

"Natürlich klingen alle Projekte der heurigen Preisträger gut: Es werden ja auch nur Informationen der Unternehmensleitung bewertet und kommuniziert. Einige Projekte bringen wahrscheinlich in ihrem Bereich echte Fortschritte und könnten als Ausgangspunkt für eine ganzheitliche CSR-Strategie dienen. Die im Rahmen des TRIGOS veröffentlichten Informationen über die Preisträger reichen aber noch nicht aus, um zu beurteilen, ob die Unternehmen in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit sozial und ökologisch verantwortlich agieren. Und damit wird die Öffentlichkeit an der Nase herum geführt, was die Auszeichnung von Unternehmen betrifft", kritisiert Saller.

Glaubwürdigkeit des TRIGOS ist noch ausbaufähig

So fehlen z.B. Informationen darüber, ob und wie das eingereichte

Projekt im Kontext einer ganzheitlichen CSR-Strategie verankert ist oder in welcher ökonomischen Relation das eingereichte Projekt zum Umsatz und zum Profit des Unternehmens steht.

"Was dem TRIGOS erst die nötige Glaubwürdigkeit verleihen würde, wären Stellungnahmen betroffener Anspruchsgruppen wie MitarbeiterInnen bzw. Betriebsrat, KundInnen, LieferantInnen, relevante NGOs etc., die an den Aktivitäten des Unternehmens beteiligt oder davon betroffen sind", stellt Saller fest.

Der TRIGOS 2008 wurde am 15.05.2008 im Rahmen einer aufwändigen Galaveranstaltung verliehen. "Es wirkt zynisch, wenn Unternehmen wie Swarovski oder Telekom Austria einen größeren Abbau von MitarbeiterInnen ankündigen und gleichzeitig als Sponsoren einer Gala für soziale Verantwortung auftreten", resümiert Saller abschließend.

Das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) ist ein Zusammenschluss von ArbeitnehmerInneninteressenvertretungen und NGOs, der sich aus einer zivilgesellschaftlichen Perspektive mit dem Thema Corporate Social Responsibility (CSR) beschäftigt.

Rückfragehinweis:

Mag.a Claudia Saller, Netzwerk Soziale Verantwortung,  
Luftbadgasse 14-16, 1060 Wien,  
Tel: 01-929 1399 13, Mobil: 0699-103 63 111,  
claudia.saller@sozialeverantwortung.at, [www.sozialeverantwortung.at](http://www.sozialeverantwortung.at)

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0152 2008-05-16/11:43

161143 Mai 08

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20080516\\_OTS0152](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20080516_OTS0152)