



Die Champions der Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit wird Jahr für Jahr wichtiger und ist vielen Unternehmen längst ein zentrales Anliegen. Eine Studie zeigt auf, wer die höchste Reputation als nachhaltiges Unternehmen in Österreich hat

Umweltschutz, soziale Verantwortung und ein ressourcenschonender Umgang mit Rohstoffen haben zunehmend an Bedeutung gewonnen. Seit einigen Jahren gibt es nun schon den Bereich der Corporate Social Responsibility in dem Unternehmen sich verschiedenen Umweltschutzthemen oder auch sozialer Verantwortung annehmen und ihre finanziellen Mittel und ihre Aufmerksamkeit diesen widmen. Diese Aktivitäten nutzen Unternehmen dann auch in der Kommunikation, um ein positives Image von sich zu verstärken.

Immer mehr Unternehmen legen deshalb Wert auf ein Image als nachhaltiges Unterneh-

men: Ökologische Initiativen werden gestartet, die Stromversorgung auf grüne Energie umgestellt, soziale Projekte unterstützt oder ehrgeizige Pläne für nachhaltigere Produktionsprozesse kommuniziert.

Nachhaltigkeitsziele. Doch was bedeutet dies für die Unternehmen konkret und was können sie tun, um nachhaltiger zu agieren? Eines der besten und umfassendsten Programme in diesem Bereich kommt von der UN, den Vereinten Nationen, und nennt sich SDGs. Die Sustainable Development Goals sind das Kernstück der Agenda 2030 „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030

für nachhaltige Entwicklung“, der global gültigen Entwicklungs- und Nachhaltigkeitsstrategie der Vereinten Nationen. Aber auch die EU hat sich Nachhaltigkeit längst auf ihre Fahnen geheftet.

Ökologische Verantwortung. „Kunden und Stakeholder erwarten zunehmend, dass Unternehmen ihre ökologische und soziale Verantwortung ernst nehmen – und machen ihre Entscheidungen auch davon abhängig“, sagt Axel Maireder, Geschäftsleiter IMWF Österreich. „Welche Unternehmen als nachhaltige Unternehmen wahrgenommen werden, hat die vorliegende Studie zur Nachhaltigkeitsreputation untersucht.



Die Studie wurde vom IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. Der KURIER ist Medienpartner des Gütesiegels.

Dazu wurden alle Beiträge aus Social Media, Nachrichtenmedien, Fachmedien, Blogs u.v.m. zu den rund 2.000 größten Unternehmen in Österreich analysiert. Alle Aussagen zu den Unternehmen rund um die zentralen Dimensionen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit wurden dabei mit Hilfe KI-basierter Textanalyse analysiert und bewertet (mehr zur Methode siehe Kasten rechts). Die Unternehmen mit der höchsten Nachhaltigkeitsreputation werden ausgezeichnet.

Drei Säulen der Nachhaltigkeit. Seit den 1990er-Jahren prägt das „Drei-Säulen-Modell“ die Diskussionen zu Nachhaltigkeit aus unternehmerischer Perspektive. Das IMWF hat die drei Aspekte ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit für die Anwendung in der Textanalyse operationalisiert.

So zählen etwa zur ökologischen Nachhaltigkeit: Umgang mit natürlichen Ressourcen, Rohstoffverbrauch, Umweltschutz, Recycling; zur ökonomischen Nachhaltigkeit: Gesundheits-



„Ökologie ist in Zeiten der Klimakrise ganz zentral, aber das Konzept Nachhaltigkeit ist deutlich facettenreicher.“

Axel Maireder
Geschäftsleiter IMWF Österreich

schutz, Arbeitsschutz, Gleichstellung, Gender Pay Gap und zur sozialen Nachhaltigkeit: Integration und Inklusion, soziales Engagement, Menschenrechte und Kinderrechte.

Siegelträger werden von ihren Kunden, ihrem Umfeld, den Medien und gesellschaftlichen Entscheidungsträgern als nachhaltige Firmen in ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Facetten wahrgenommen. Sie können somit als Vorbilder für andere Unternehmen gelten.

Das steckt hinter dem Gütesiegel

Mittels Social Listening haben Milestones in Communication und IMWF die ausgezeichneten Unternehmen ermittelt

Die Daten für das Gütesiegel „höchste Reputation in der Nachhaltigkeit“ basieren auf einer Studie, die im Untersuchungszeitraum 1. September 2020 bis 30. August 2021 durchgeführt wurde. Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt in zwei Stufen.

Crawling. Der erste Schritt ist das so genannte Crawling. Hier werden sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst. So entsteht eine breite Datensammlung aus vielen Millionen öffentlichen Onlinequellen: Social Media, Blogs, Foren, Nachrichtenmedien, Fachmedien, Webseiten von Firmen, Organisationen, u.v.m. So konnten knapp 52.000 Aussagen zur Nachhaltigkeit der rund 2.000 größten Unternehmen des Landes identifiziert und zugeordnet werden.

Processing. In der zweiten Stufe, dem sogenannten Processing, wurden die Daten nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes analysiert. Dabei handelte es sich um eine KI-basierte Textanalyse zur Bestimmung von Nachhaltigkeitsdimensionen. Die im Processing verwendete KI kategorisierte die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Das IMWF hat dabei die drei Aspekte ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit für die Anwendung in der Textanalyse operationalisiert. Alle drei Dimensionen fließen in die Berechnung des Index ein. Aufgrund der aktuellen Bedeutung in der Klimakrise wurde ökologische Nachhaltigkeit im Vergleich zu den anderen jedoch doppelt so stark gewichtet, also 50:25:25 Prozent.

Auswahl. Daraus wird der IMWF Reputationsindex berechnet. Das beste Unternehmen erhält 100 Punkte. Unternehmen, die zumindest 60 Prozent der Punkte des Siegers erhalten, werden als Unternehmen mit „höchster Reputation in der Nachhaltigkeit“ ausgezeichnet. Insgesamt wurden 140 Unternehmen ausgezeichnet, die Sie auf den folgenden zwei Seiten finden. Die Auszeichnung bedeutet, dass diese Unternehmen in der öffentlichen Wahrnehmung als besonders nachhaltig angesehen werden.



Produktion & Industrie
ABB
Alpla
AMAG
Andritz
Austria Email
AustroCel
Austrotherm
Baumit
BENE
Bosch
BWT
EMCO
ENGIE
EREMA
FACC
Forstenlechner
Fronius
Giesswein
Griffnerhaus
Grüne Erde
Hammerer Aluminium
Hargassner
Infineon
Innio Jenbacher
KEBA AG
Kreisel Electric
KTM

Lafarge
Lenzing AG
Linde AG
Mondi AG
ÖKOFEN
Palfinger AG
PORR AG
RHI Magnesita
Siemens
Think Schuhwerk
VELUX
Viessmann
Wienerberger
Zumtobel

Lebensmittel & Kosmetik
11er Nahrungsmittel
Agrana
Almdudler
Berglandmilch
Brau Union
Dallmayr
Fohrenburger
GMS Gourmet
GoodMills
Gösser

Hipp
innocent
Joseph Brot
Kärntnermilch
Manner
MyMuesli
Ottakringer
Red Bull
Ringana
SalzburgMilch
Sonnentor
Staud's
Stiegl
Ströck
Styx
Vöslauer
Wieselburger
Zagler Müslibär

Immobilien
BIG
BUWOG
CA Immo AG
Immofinanz AG
SIGNA
SÜBA
UBM Development

Handel
ADEG
Bellaflora
BILLA
BIPA
denn's Biomarkt
dm Drogeriemarkt
IKEA
Lidl
Metro
Mpreis
Penny
REWE
SPAR
Transgourmet
Unimarkt

Gesundheit & Pharmazie
Baxter AG
Kwizda
MERCK
Octopharma
Pfizer
Sanofi
Takeda

Finanzen
Allianz
Bank Austria
BKS Bank
Erste Bank
Generali
HDI Versicherung
HYPO Niederösterreich
Kommunalkredit
Oesterreichische Kontrollbank
Raiffeisen Bank International
Raiffeisen Capital Management
UNIQA
VBV - Vorsorgekasse AG
Volksbank Wien
Wiener Städtische

Energie
Austrian Power Grid
Energie AG
Energie Burgenland
Energie Graz
Energie Steiermark
EQOS
EVN

illwerke vkw
KELAG
VERBUND AG
Wien Energie
Wiener Netze

Dienstleistungen
A1 Telekom
ASSA Objektservice
Brantner Environment Group
Gebrüder Weiss
Lindner Recyclingtech
Linz AG
Magenta
MEWA
ÖBB
Post AG
Salzburg AG
Saubermacher
Wiener Linien
Wiener Stadtwerke

Grafik: CB

