

BONNE NOUVELLE

Unternehmenskommunikation



„Vom guten Geschäft mit dem schlechten Gewissen“

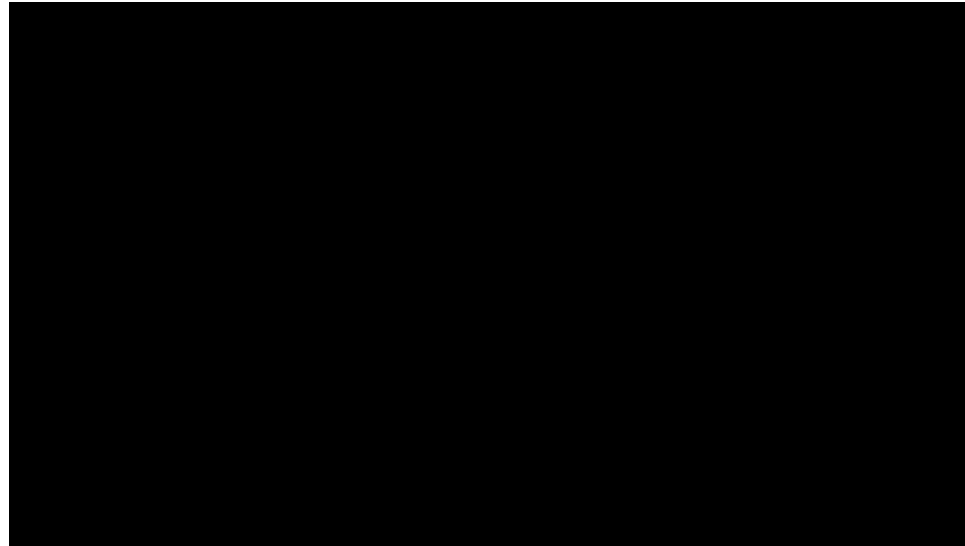
Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand



Corporate Social Responsibility

Was steckt dahinter? Eine Straßenumfrage des Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände e.V.

1





Was ist Corporate Social Responsibility?

Definition laut Grünbuch der Europäischen Kommission (2001)

“ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren”

Fazit

- Unternehmen übernehmen soziale und ökologische Verantwortung
- CSR in Unternehmenszweck integriert und mit Stakeholdern abgestimmt

2



„Warum CSR?“

Sinn und Zweck von Corporate Social Responsibility

Regionalisierung

- Globalisierungsprozess führt zu verstärktem Engagement auf regionaler Ebene

Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung

- Unternehmen übernehmen Rolle als gesellschaftliche Akteure

Nachhaltige Wertaufladung des Unternehmens

- Strategisches Marketinginstrument

3



Momentaufnahme: CSR in Unternehmen

Stellenwert und Implementierung von
Corporate Social Responsibility

Hoher Stellenwert: Bestandteil des Organisationsleitbildes

- 2/3 der Unternehmen messen CSR einen hohen Stellenwert bei
- Großteil der Unternehmen führen CSR-Maßnahmen durch

Suboptimale Implementierung

- Fehlende strategische Ausrichtung
- Fehlende Kontinuität
- Kein festes Budget
- Fehlende Kommunikation:

"Tue Gutes und rede NICHT darüber?!"

4



CSR: The right way

Positive Effekte von richtig implementierter
Corporate Social Responsibility

Nachhaltige Wertaufladung

- Imagepflege des Unternehmens
- Wirtschaftlicher Nutzen durch langfristig hohes Rol

Positionierung des Unternehmens

- Benchmarking außerhalb des Kerngeschäfts
- Gesellschaftliche Verantwortung als Verkaufsargument

Employer Branding

- Anreiz für potentielle Mitarbeiter
- Mitarbeiter- und Kundenbindung

5



Erfolgreiche Best-Practice-Beispiele

Corporate Social Responsibility-Projekte mit Unterstützung des Don Bosco Jugend Dritte Welt e.V.

Grohe-Jal-Academy Mumbai/Indien



Porsche Training & Recruitment Center Asia, Manila/ Philippinen



6



Die CSR-Frühstücksreihe

Ein bundesweites Modellprojekt der IHK Bonn/Rhein-Sieg und Bonne Nouvelle Unternehmenskommunikation



Best-Practice Unternehmen laden ein

- Monatliche Veranstaltung
- Vorstellung eines interessanten Falls aus der CSR-Arbeit des Gastgebers

Know-how-Transfer

- Erfahrungsaustausch
- Netzwerken
- Meet & eat



7



Lust auf CSR?

Weitere Informationen, aktuelle Termine und Fotos finden Sie auf unserer Internetseite www.bonne-nouvelle.de



8

BONNE NOUVELLE

Unternehmenskommunikation



Bonne Nouvelle Unternehmenskommunikation

Rheinallee 69 | 53173 Bonn

Telefon: 0228 9027840

E-Mail: csr@bonne-nouvelle.de