



ECO:FACTUM

CORPORATE RESPONSIBILITY
MARKETING & PROJECTS

Engagement für das Gemeinwohl als Erfolgsfaktor



„Alles Gute, was geschieht, setzt das Nächste in Bewegung.“

J. W. von Goethe

Verantwortungsbewusstes Unternehmertum:
Corporate Social Responsibility (CSR)



Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Konzept, das auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in die Unternehmenstätigkeit und in die Beziehungen mit Partnern wie Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter integriert.

Drei Viertel aller Unternehmen schätzen, dass die Bedeutung von CSR für Unternehmen mittel- bis langfristig zunehmen wird. Jeweils 63 Prozent geben dabei an, dass konkret die sozialen und ökologischen Anforderungen an das eigene Unternehmen wachsen werden. Fast jedes zweite Unternehmen sagt sogar, dass CSR im Verhältnis zu anderen unternehmensrelevanten Themen von zunehmender Bedeutung ist.¹

Ein Grund dafür: Wenn Produkt und Preis keinen nennenswerten Unterschied aufweisen, **präferieren 80 Prozent der Befragten das Unternehmen, das Verantwortung übernimmt** – für die Mitarbeiter und für das Umfeld.²

Teilen Sie diese Einschätzung und stehen Sie vor der Frage, wie Sie dieser Herausforderung gerecht werden und ein Projekt finden, das zu Ihnen passt?

¹ Quelle: GILDE GmbH, Februar 2007

² Quelle: Studie des Instituts Markt-Umwelt-Gesellschaft



Um mit Engagement für das Gemeinwohl nachhaltige Erfolge für das Unternehmen zu erreichen und gleichzeitig glaubwürdig zu bleiben, können folgende Fragen eine erste Richtschnur sein:

- Gibt es einen nachvollziehbaren Bezug zwischen Ihren Unternehmens- und Marketingzielen sowie dem freiwilligen Engagement?
- Leistet Ihr Engagement einen wertvollen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme oder Zukunftsfragen?
- Entsteht durch Ihr Engagement ein echter Mehrwert für alle Beteiligten?
- Können sich Ihre Mitarbeiter und Kunden mit dem Projekt identifizieren und miteinbezogen werden?



Bilder: Sunilabha, Borda

5 Vorteile einer klaren CSR-Strategie:

- **Stärkung des Ansehens**
Ihr Renommee bei Kunden, Mitarbeitern, Anwohnern, Medien und Behörden steigt – Ihr Unternehmen sammelt Sympathiepunkte und festigt die Kundenbindung.
- **Mitarbeitermotivation**
Die Identifikation der Mitarbeiter mit „ihrer Firma“ steigt und wirkt sich positiv auf das Betriebsklima aus.
- **Mitarbeiter-Rekrutierung**
Ein hohes Ansehen bei Kunden und motivierte, zufriedene Mitarbeiter erhöhen Ihre Attraktivität auf dem wettbewerbsintensiven Bewerbermarkt.
- **Vorteile gegenüber Wettbewerbern**
Ihre Produkte und Dienstleistungen werden weniger austauschbar und die Kundenbindung gelingt deutlich besser. Ihre Werbebotschaften erreichen größere Aufmerksamkeit und werden besser wahrgenommen.
- **Effizienter Einsatz von Ressourcen**
Breit gefächertes Engagement verpufft häufig – mit einer klaren CSR-Strategie nutzen Sie Ihre zeitlichen und finanziellen Möglichkeiten optimal:
für Ihre Firma und für die Gesellschaft.



Wenn Sie als Unternehmen in die Umwelt und/oder das Gemeinwesen investieren und helfen gesellschaftliche Aufgaben in Angriff zu nehmen:

Reden Sie darüber!

Je besser Ihr gesellschaftliches Umfeld, Ihre Kunden und Geschäftspartner über Ihr Engagement informiert sind, desto stärker profitiert Ihr Unternehmen von den beschriebenen Vorteilen einer klaren CSR-Strategie.

Kommunikation von unternehmerischem Engagement muss hohe Anforderungen erfüllen, da sie von den Öffentlichkeit besonders aufmerksam verfolgt und hinterfragt wird. Sie erwartet: Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit, Transparenz und vor allem, dass Reden und Handeln übereinstimmen.

Das alles gelingt leicht, wenn das Projekt und das Unternehmen gut zusammenpassen, das Engagement gut im Unternehmen verankert ist und Ziele und Nutzen für alle Beteiligten klar und offen dargestellt werden.

Entwickeln Sie eine maßgeschneiderte und glaubwürdige CSR-Strategie für Ihr Unternehmen!

Profitieren Sie von den Erfahrungen und Kompetenzen von eco:factum!



Um zu Ihrer individuellen CSR-Strategie zu gelangen, bedarf es einer ähnlichen Vorgehensweise wie bei anderen wichtigen Prozessen ihres Kerngeschäfts.

- Analyse Ihrer Aktivitäten nach Unternehmens- und Marketingzielen, Standort und Wettbewerbsumfeld sowie Nachhaltigkeit und Mitarbeiterengagement
- Optimierung oder Konzeption eines CSR-Portfolios im Einklang mit den Ergebnissen der Analyse, Ihren Zielen, Ihren Präferenzen – und des Kundenbindungspotenzials
- Beratung, Projektmanagement und Coaching
- Auswahl und Begleitung von neuen Projekten und Moderation von Projektpartnerschaften
- Entwicklung einer umfassenden Kommunikationsstrategie, die sowohl Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner als auch die Öffentlichkeit über Ihre freiwilligen Aktivitäten für die Gesellschaft informiert
- Organisation von Kampagnen, Veranstaltungen und Workshops, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Erstellen von Informationsmaterial und Arbeitsunterlagen

Als Fachagentur für CSR unterstützen wir Sie von der ersten Idee über die konkrete Planung bis zur operativen Umsetzung. Schwerpunktt Themen sind erneuerbare Energien, Wasser und Bildung.



„Wir wollen Partnerschaften zwischen der Wirtschaft und ihrem gesellschaftlichen Umfeld fördern und unterstützen – und damit allen Beteiligten dienen: den Unternehmen, den Projekten und den Menschen.“

Markus Kehrwald

Markus Kehrwald

ist Gründer und Inhaber von eco:factum und Experte für Marketing, Projektmanagement und Energiethemen. Hier vereint er sein als Manager in Großunternehmen erworbenes Wissen mit seiner Leidenschaft für Nachhaltigkeitsthemen und den asiatischen Raum.

Neben seiner unternehmerischen Tätigkeit fördert er als Gründer und Vorstand der **Solaventus Stiftung** auch persönlich Projekte rund um erneuerbare Energien oder Wasserversorgung in Entwicklungs- und Schwellenländern.



ECO:FACTUM

Groschenweg 43b
81825 München
+49 (0)89 - 43 56 91 10
info@ecofactum.de
www.ecofactum.de