

Corporate Responsibility CSR

Neue Chancen für Vertrieb, Personal-
entwicklung und Kommunikation.



Wissen
für mehr
Erfolg

Kommunikation ist wie ein
Eisberg,
nur ein **kleiner Teil** ist **sichtbar**
über der Meeresoberfläche,
der **größere Teil**
ist **unsichtbar.**

Eisberg-Seminare

Kleine Reichenstraße 5
20457 Hamburg

Fon: +49 (0)40 - 87 50 27 94

Fax: +49 (0)40 - 87 50 27 95

www.eisberg-seminare.de



Corporate Responsibility / CSR

Neue Chancen für Vertrieb, Personalentwicklung und Kommunikation.

Zielgruppe

Mitarbeiter von CSR-interessierten Fachabteilungen aus Personal, Kommunikation oder Marketing; Fachzuständige für Umweltbelange, Public Affairs, Sponsoring; Führungskräfte einschließlich Geschäftsführung.

Praxisnutzen

Ob Handelsblatt, die WELT, Financial Times oder taz – Es gibt inzwischen kaum eine deutsche Zeitung, die noch keinen Beitrag über Corporate Responsibility gemacht hat. Doch was steckt hinter diesem sperrigen Fachbegriff zu unternehmerischer Verantwortung? Rein philanthropisches „Gutmenschentum“ ist nicht gemeint, denn Corporate Responsibility will ein strategisches Konzept liefern, über das gesellschaftliches Engagement zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens beiträgt. Weitgehend offen bleibt bei vielen Autoren, wie dieses vor dem Hintergrund von Effizienzanforderungen und einer globalisierten Wirtschaft erreicht werden kann.

Ziel dieses Seminars ist es, den theoretischen Hintergrund zur CSR-Debatte transparent zu machen und anhand von Praxisbeispielen aufzuzeigen, wie CSR für ein Unternehmen strategisch entwickelt und glaubwürdig ausgestaltet werden kann.

Kerninhalte

- Historische Wurzeln – von der Philanthropie zum Cause Related Marketing
- Vergleich der wesentlichen Konzepte und Modellvorstellungen von Corporate Responsibility
- Der wirtschaftliche Ansatz von Corporate Responsibility
- Ansätze zur Entwicklung von CSR-Strategien für Unternehmen
- Organisatorische Aufhängung und CSR-Management
- Chancen und Risiken bei der Implementierung von CSR-Projekten
- Verantwortung im Kerngeschäft – Kunden und zivile Organisationen und ihr Umgehen mit CSR
- Projekte mit zivilgesellschaftlichen Trägern: Sponsoring, Stiftungen, Volunteering

Organisation

Offenes Seminar: Dauer 2 Tage, jeweils von 10:00 bis ca. 17:00 Uhr.

Preis je Teilnehmer: Euro 1.290,- zzgl. MwSt.

Termine 2012: 29. + 30. März, 25. + 26. Oktober

Die Seminare finden in Hamburg statt.



... Corporate Responsibility / CSR

Neue Chancen für Vertrieb, Personalentwicklung und Kommunikation.

Die Motivation, aus der heraus sich Unternehmen heute mit CSR beschäftigen, ist ausgesprochen unterschiedlich und betrifft verschiedene Teilthemen. Eine PR-Kampagne gegen Kinderarbeit führte zur Einführung von Auditieren in den Teppichwebereien und zur Einführung des Sozialsiegels Rugmark, aus dem Enron-Skandal in den USA entwickelte sich ein Diskurs über gesetzliche Regelungen im Börsenumfeld, in Deutschland entfachte das Verhalten von Siemens im Zusammenhang mit BenQ eine Debatte zu ethischem Handeln in der Wirtschaft. Diese kurze Liste verdeutlicht auch das wirtschaftliche Bedrohungspotential, wenn ein Unternehmen heute nicht glaubwürdig zeigen kann, dass es verantwortlich in der Gesellschaft handelt.

Die Chancen von CSR zeigen sich vor allem bei einer eigenen Profilbildung und Ausgestaltung des Engagements. Drei Beispiele:

- Die nachhaltige Ausrichtung des Geschäftsbetriebes eröffnet heute den Zugang zu einem eigenen milliardenschweren Investmentmarkt.
- Krombacher erhielt durch seine Spendenoffensive nicht nur eine beachtliche Öffentlichkeit sondern erhöhte auch seinen Umsatz in beträchtlichem Maße.
- Dem Generika-Hersteller betapharm gelang über sein CSR-Profil eine Differenzierung in Markt, die so erfolgreich ist, dass sie auch nach dem Anteilsverkauf weitergeführt wird.

Dennoch: Es wäre zu kurz gegriffen, wenn CSR-Engagement alleine als Erfolgskriterium gesehen wird. Die klare Ausrichtung von CSR-Aktivitäten und die Glaubwürdigkeit des Handelns sind entscheidend für die Wirkungen, die durch CSR erzielt werden können. Dabei ist CSR immer abteilungsübergreifend zu sehen und muss unternehmensstrategisch ausgerichtet werden. Auch der Bezug zu Unternehmenswerten und -kultur sowie die Anbindung an das Kerngeschäft gehören hierzu.

Beim Engagement im Gemeinwesen – häufig inzwischen unter Corporate Citizenship gefasst – müssen weitere Hürden genommen werden, um im CSR-Sinne erfolgreich zu sein. Viele Unternehmen haben inzwischen erkannt, dass es bei Corporate Citizenship nicht nur um Sponsoring oder Spenden geht, sondern vermehrt darum, gemeinsam mit allen gesellschaftlichen Kräften perspektivisch Lösungen für unsere Gesellschaft zu entwickeln. Partnerschaften und Netzwerke müssen aufgebaut werden – mit Partnern, die in einer anderen Sprach- und Wertewelt zuhause sind. Gerade diese Grenzüberschreitungen ermöglichen aber gerade neue Impulse für die eigene wirtschaftliche Entwicklung.

Im Seminar wird zunächst der theoretische Rahmen von CSR dargestellt und die Bereiche und Handlungsfelder im Unternehmen identifiziert, die in das CSR-Thema eingebunden werden sollten. Danach wird Raum gegeben, an Praxisbeispielen CSR-Ansätze zu analysieren und exemplarisch zu entwickeln. Selbstverständlich werden dabei die konkreten Tätigkeitsfelder und Fragestellungen der Teilnehmer eingebunden.

Der Trainer



Dr. Norbert Taubken

Jahrgang 1964. Unternehmensberater für CSR und Corporate Citizenship. Lehrbeauftragter für CSR an der Hamburg School of Business Administration, Diplom-Chemiker und Pädagoge. Langjährige Erfahrung in der Erwachsenenbildung. Zahlreiche Fachartikel.

Seit 2007 Business Director für CSR bei Scholz & Friends Reputation.

Zwischen 2003 und 2007 Inhaber von CSR consult.

2000 bis 2003 Aufbau des CSR-Bereichs für AOL Deutschland und die Time Warner-Foundation.

1998 bis 2000 pädagogische Leitung der bundesweiten Initiative Step21.

Förderung der Wertebildung junger Menschen über medienpädagogische Ansätze. Seit 1990 tätig in der Erwachsenenbildung und Lehre, aktuell

Dozent für CSR an der Hamburg School of Business Administration. Berater der Bundeszentrale für politische Bildung. Zahlreiche Fachartikel,

Publikationen und Vorträge. Gründungsmitglied des Thinktanks zu Corporate Citizenship, UPJ Hamburg e.V.

Seine Schwerpunkte sind:

Strategische Entwicklung von CSR-Profilen/ Förderung von ehrenamtlichen Engagements in Unternehmen ("Corporate Volunteering")/

Familienförderung in Unternehmen / Work-Life-Balance/ Entwicklung und Umsetzung von CSR-Projekten.

Bisherige Auftraggeber u.a.:

AOL Deutschland, Blue Capital, Bundeszentrale für politische Bildung, Debitel, Deutsche Bank, Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia, Hagebau, Hamburg Media School, Initiative D21, Microsoft, Oracle, Pleon, Tchibo, Zukunft Kino Marketing.



Die Kosten

Eisberg-Seminare veranstaltet *Corporate Responsibility / CSR* als offenes Seminar, zu dem sich maximal 8 einzelne Teilnehmer anmelden können.

Der Teilnehmerpreis für das offene Seminar beinhaltet

- die Teilnahme an *Corporate Responsibility / CSR*
- die Bereitstellung der Seminarunterlagen und des Seminarprotokolls
- die Tagungspauschale für Seminarräume und Technik
- Verpflegung an den zwei Seminartagen

Offenes Seminar: Dauer 2 Tage, jeweils von 10:00 bis ca. 17:00 Uhr.

Preis je Teilnehmer: Euro 1.290,- zzgl. MwSt.

Termine 2012: 29. + 30. März, 25. + 26. Oktober

Die Seminare finden in Hamburg statt.

Preis je Teilnehmer: EUR 1.290,- zzgl. MwSt. – Geschlossenes Training nach Absprache.

Falls Sie Interesse an der Teilnahme an einem geschlossenen Seminar für ein Team oder eine Abteilung Ihres Unternehmens haben: Eisberg-Seminare bietet *Corporate Responsibility / CSR* auch als geschlossene Veranstaltung an.



Teilnahmebedingungen

Die 150%-Best-Value-Garantie

Sollten Sie in der ersten Kaffeepause eines Seminars sich entscheiden das Seminar vorzeitig zu verlassen, weil z.B. die Inhalte und/oder der Trainer Sie nicht überzeugt hat oder Sie einfach nicht zufrieden waren, erhalten Sie die komplette Seminargebühr zuzüglich Ihrer Reisekosten zurückerstattet - und dies auch ohne Angabe von Gründen. Die Höhe der Fahrtkosten sind für die Anreise mit der Deutschen Bundesbahn, 2-Klasse-Ticket, und mit dem eigenem PKW bis zu einer Entfernung von 200km zum Seminarort abgedeckt. Größere Entfernungen sind nur nach vorheriger schriftlicher Bestätigung möglich.

Stornierung der Anmeldung

Sollten Sie nicht am Seminar teilnehmen können, entstehen Ihnen bei schriftlicher Vorlage der Abmeldung bis 4 Wochen vor Seminarbeginn keine Kosten.

Bei Stornierungen nach diesem Zeitpunkt, 30 Tage bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn, sind 50% der Teilnahmegebühren zu entrichten. Bei Stornierungen 7 Tage und weniger vor Veranstaltungsbeginn sind 100% der Teilnahmegebühren zu entrichten. Keinerlei Kosten entstehen bei Anmeldung eines Ersatzteilnehmers (offene Veranstaltung) bzw. einer Ersatzgruppe (geschlossene Veranstaltung).

Bei Stornierungen von Seiten des Veranstalters aus Gründen, die Eisberg-Seminare zu vertreten hat, werden bereits entrichtete Teilnahmegebühren in vollem Umfang zurückerstattet. Weitere Ansprüche an Eisberg-Seminare bestehen nicht.

Ablauf des Seminars / Trainings

Eisberg-Seminare behält sich vor, die Inhalte und den Aufbau des Seminars – unter Wahrung des angegebenen Gesamtcharakters der Veranstaltung – frei zu gestalten. Eisberg-Seminare ist berechtigt bei Ausfall eines Trainers einen Ersatztrainer zu stellen.

EISBERG-SEMINARE

Kleine Reichenstraße 5
20457 Hamburg

Schneller gehts

per Fax (040) 87 50 27 95

Anmeldung für ein Coaching

Titel des Coachings	Datum	Teilnehmerpreis
		(zzgl. MwSt.)

Teilnehmer / in

Firma	Vorname, Name
Straße, Nr.	Postleitzahl, Ort
Telefon / Fax	E-Mail

Rechnungsstellung

- Die Rechnung geht an die obige Adresse.
 Bitte senden Sie die Rechnung an:

Vorname, Name	Firma
Straße, Nr.	Postleitzahl, Ort

Unterschrift

Hiermit melde ich mich verbindlich zur oben genannten Veranstaltung an. Die Anmeldung erfolgt unter Anerkennung der beigefügten Teilnahmebedingungen von Eisberg-Seminare.

Unterschrift	Ort	Datum
--------------	-----	-------

