

„Vom guten Geschäft mit dem schlechten Gewissen – CSR in der deutschen Wirtschaft“

**Aktuelle Studie zur CSR-Effizienz in der deutschen Wirtschaft.
Bonne Nouvelle, TÜV Rheinland/Impuls GmbH und Universität Bonn.
Veröffentlichung Januar 2009.**

Kein Kommunikationsbudget ohne CSR, keine Firma ohne Sozialprojekt. In den vergangenen Jahren sind die Ausgaben der deutschen Wirtschaft für soziale, kulturelle oder ökologische Initiativen um ein Vielfaches gestiegen. Unternehmen legen zunehmend Wert darauf, sich als Gutmenschen und verantwortungsvolle Akteure am Markt zu präsentieren. Das ist auch gut so. Nur - wie effizient sind diese Maßnahmen wirklich? Erreichen Sie die Adressaten, wie kommen die Aktionen bei den eigenen Mitarbeitern an, wie bei den Kunden, Lieferanten und Begünstigten? Kann CSR wirklich Teil der unternehmerischen Wertschöpfung sein oder ist sie nur Augenwischerei und Imagepolitik?

Bonne Nouvelle, GF Simone Stein: „Sinnlose CSR-Maßnahmen kann und will sich heute niemand mehr leisten. Deshalb haben wir rund 500 CSR-Verantwortliche befragt, um herauszufinden, wie man es richtig macht und wie man großes Geldverbrennen vermeiden kann. Die Jahre der „Lust-und-Laune Kommunikation“ sind endgültig vorbei.“

TÜV Rheinland/Impuls GmbH, Dr. Stefan Poppelreuter: „Wir unterstützen mit einem Ratgeber alle diejenigen, die künftig in effiziente Kommunikation und CSR einsteigen möchten. So wird gewährleistet, dass man nicht nur die richtigen Dinge tut, sondern auch die Dinge richtig macht.“

Die TÜV Rheinland/Impuls GmbH, Personal- und Managementberatung, berät und begleitet Unternehmen und Verbände bei der Konzeption, Umsetzung und Evaluation von CSR-Maßnahmen.

Kontakt:

TÜV Rheinland/Impuls GmbH
Dr. Stefan Poppelreuter

Römerstraße 45-47, 53111 Bonn
M +49/(0)172/2434677
Poppelreuter@impuls-gmbh.com

Bonne Nouvelle
Simone Stein

Rheinallee 69, 53173 Bonn
M +49(0)1755823090
simone.stein@bonne-nouvelle.de