

Podiumsveranstaltung

Kommunikation und nachhaltige CSR

München, 12. Dezember 2007 – CSR ist weit mehr als die kommunikative Verwertung guter, unternehmerischer Taten, so der einhellige Tenor auf dem Fink & Fuchs PR-Pulse am 5. Dezember 2007 im Münchener Literaturhaus. Welche Möglichkeiten nachhaltigen Engagements sich Unternehmen bieten und welche Rolle die Kommunikation dabei spielt, diskutierten Stephan Fink, Fink & Fuchs PR, Prof. Dr. André Habisch von der Katholischen Universität Eichstätt, Martin Reim, Wirtschaftsredakteur, Süddeutsche Zeitung und Henrik Tesch, Director Citizenship Corporate Affairs bei Microsoft Deutschland.

Alle Informationen zur Veranstaltung und weiterführende Hinweise finden Sie unter: <http://www.ffpr.net/veranstaltung/csr/muenchen.html>

„CSR entwickelt sich zunehmend von der Philanthropie hin zur Unternehmensstrategie. Nachhaltigkeit wird dabei vor allem durch die enge Verbindung zum Kerngeschäft und der Orientierung am gesellschaftlichen Bedarf erzeugt“, so Henrik Tesch, der verschiedenste Citizenship-Programme bei Microsoft Deutschland betreut. Laut Prof. Habisch kann die mediale Berichterstattung dabei nicht das alleinige Ziel sein. „Es geht vor allem auch um die positive Wahrnehmung durch die eigenen Mitarbeiter“, so Prof. Habisch.

Martin Reim von der Süddeutschen Zeitung sieht vor allem die inflationäre Verwendung des Begriffs „CSR“ als hinderlich: „Es gibt keinen Königsweg, um mit CSR-Themen in die Zeitung zu kommen. Es gibt aber einen Königsweg, es nicht zu schaffen - nämlich den Begriff „CSR“ zu verwenden“, so Reim.

„Oftmals steht die mediale Verwertbarkeit von CSR- oder Citizenship-Initiativen zu stark im Vordergrund der Überlegungen. Dies birgt die

Gefahr in die lauter werdende Diskussion rund um „Greenwashing“ hineingezogen zu werden“, ergänzte Stephan Fink. „Konsequent gelebte CSR auch hinsichtlich Compliance-Fragen sowie nachhaltige und glaubwürdige Citizenship-Engagements bergen erheblich mehr Potenziale; von erhöhtem Commitment der Mitarbeiter, über sinkende Skandalrisiken, breitere unternehmerische Vernetzung bis hin zu höherer Akzeptanz bei Kunden und im zunehmendem Maße auch bei Investoren. Denn immer mehr Stakeholder achten bei Unternehmen auf gelebte gesellschaftliche Verantwortung“, so Fink.

PR-Pulse ist eine seit 2002 bestehende Veranstaltungsreihe, mit der Fink & Fuchs Public Relations aktuelle Themen rund um Public Relations aufgreift und mit Experten aus Wissenschaft und Praxis diskutiert. In diesem Jahr gab es neben den Veranstaltungen zu „CSR“ bereits Expertenrunden zu den Themen „Corporate Foresight“, „Innovationskommunikation“ und „Markenführung im Web 2.0“.

(2.670 Anschläge bei durchschnittlich 55 Zeichen pro Zeile)

Bildmaterial zur Meldung finden Sie in Druckqualität unter www.ffpress.net

Weitere Informationen:

Fink & Fuchs Public Relations AG
Stephan Fink
Berliner Straße 164 | D65205 Wiesbaden | Germany
Tel. ++49-611-74131-0 | Fax ++49-611-74131-20
stephan.fink@ffpr.de | www.ffpr.de | www.ffpress.net

Vorstand: Dipl.Kfm. Stephan Fink | Dipl. Ing. Martin Fuchs
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Thomas Weidmann
Amtsgericht Wiesbaden, HRB 7013

Kurzprofil Fink & Fuchs Public Relations AG

Fink & Fuchs Public Relations AG ist die Agentur für erfolgreiche Kommunikation zukunftsweisender Technologiethemen. 76 Mitarbeiter übersetzen technologischen Wandel in interessante Kommunikationsinhalte für Unternehmen, Konsumenten und Gesellschaft. Das 1988 gegründete Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2006 einen Honorarumsatz von 6,3 Mio. Euro. Damit ist die in Wiesbaden und München ansässige Agentur Nr. 1 der Technologie-Spezialagenturen – Top 13 aller PR-Agenturen (Quelle: PR-Ranking 2006). Fink & Fuchs Public Relations wurde 2003 mit dem PR-Award „PR-Agentur des Jahres“, 2004 mit den PR-Awards „B-to-B“ und „Publicity“, 2005 und 2006 erneut mit dem PR-Award „B-to-B“ sowie 2007 mit dem PR-Award „CSR“ und dem Deutschen PR-Preis in der Kategorie „Technologie“ ausgezeichnet. Zu den Kunden zählen Adobe Systems, ADP, Alfabet, Allgeier Holding, Aquin Components, Brand Implementation Group, Carl Zeiss, Computacenter, Cisco Deutschland, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, EMC,

FONIC, GAD, giropay, Goetzfried, IXI Mobile, Kabel Deutschland, klickTel, living-e, logicaCMG, Microsoft Deutschland, Mobotix, MusicMakesFriends, Plantronics, Psion Teklogix, Reiner SCT, Schott Solar, Softlab Group, Star Finanz, Sterling Commerce, Telefónica Deutschland, TÜV Hessen, Vanco, Xerox und zetVisions.