

CAMPUS - DEPESCHE

panroyal verlag

ausgabe 49

CSR-Value.

Was verbindet Fugger, Carnegie, Mohn, Roche und Bucerius?

Corporate Social Responsibility ist ein guter Weg, sich schon zu Lebzeiten ein Denkmal zu errichten, doch das war weder Motiv noch Auslöser, sondern Dank, Verantwortung und Respekt.

Seit fünfzehn Jahren bewegt es sich wieder, das Nachdenken über „Gesellschaftliche Verantwortung“. Die Engagements für Volk und Land, für Bildung und Kunst, für Gesundheit und Umwelt bereichern die Themen für Unternehmen, die mit dem Verkauf Ihrer Produkte weit mehr liefern, als nur den reinen Nutzen des Warenwertes.

Dienstleistung, Industrie und Handel wissen um die Problematik zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung. Die klassischen Instrumente des Marketing sind nicht unanfällig. Börsenzahlen sind in der Breite weder taugliche noch verständliche Kommunikatoren. Und Spenden und Sponsoring sind soeben wieder ins Gerede geraten. Mit vernichtenden Folgen.

Vielen Unternehmen ist der Gründer oder seine Geschichte oder beides abhanden gekommen. Die neue Identität ist nicht nur erklärungsbedürftig, sondern oft anonym. Patenschaften sind Kommunikationsbrücken, die weit über den Horizont der Tagesaktualität wirksam bleiben. Greif- und begreifbare Unternehmenskultur sind Wertetreiber für Investoren, Management, Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden.

CSR stiftet den Ruf der angewandten Verantwortung, wenn es gilt, gesellschaftliches Engagement professionell und nachhaltig mit Glaubwürdigkeit zu profilieren.

Hier unterscheidet die öffentliche Meinung nicht zwischen den Höhen der Beiträge und den Größen der Unternehmen. Von Gates in der Forschung bis Roche im Überleben afrikanischer Völker bietet sich ein unausschöpflicher Reichtum an vielfältigen Ideen, die nicht auf Dankbarkeit zielen, sondern auf Achtsamkeit und Achtung. Respektvoll und nachhaltig.

Nicht das Finanzieren oft peinlich aufgeblähter Egozentren, sondern das Fördern von Qualitäten, die ohne Hilfe unwiederbringlich verloren gehen, um dann in Vergessenheit zu geraten. kh

CSR-Value.



panroyal

Institut für Unternehmenskultur
Brand Galaxy Building
Sachsenring 81 / D-50677 Köln
+49 221 925454890
service@panroyal.network