

CSR-Projekte: Bleiben Sie Ihrem Kerngeschäft treu!

Wer als Unternehmen seiner sozialen Verantwortung nachkommt und sich mit CSR-Projekten engagiert, will damit nicht nur „Gutes tun“, sondern auch gesehen werden. Machen Sie es Ihren Kunden und Geschäftspartnern leicht, Ihr soziales Engagement mit Ihrem Unternehmen in Verbindung zu bringen: Bleiben Sie Ihrem Kerngeschäft treu!

Für viele Unternehmen gehören Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung^{*)} längst zum Tagesgeschäft. Ihre Kunden nehmen das CSR-Engagement hingegen kaum wahr:

Einer aktuellen Studie zufolge bringen nur 7% Firmen und deren soziale Aktionen zusammen. Der Rest fühlt sich unzureichend informiert. Dabei würden die Befragten aber gleichzeitig eher Produkte sozial engagierter Unternehmen kaufen und dafür sogar mehr bezahlen.

Warum bleiben Unternehmen, die ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen, nicht in den Köpfen ihrer Kunden?

- Zum einen werden die CSR-Projekte oft als Einzelaktionen durchgeführt, und so auch nur als sporadisch und eher zufällig wahrgenommen.
- Zum anderen passen die Projekte nicht zum Kerngeschäft und werden deshalb in der Öffentlichkeit nicht mit dem Unternehmen in Zusammenhang gebracht. Projekt und Initiator bilden keine Einheit.

So verbessern Sie die Wahrnehmung Ihrer CSR-Projekte

Wie heißt es so schön? Schuster, bleib bei Deinen Leisten. Machen Sie es Ihren Kunden leicht, Ihr soziales Engagement zu erkennen und Ihr Unternehmen dabei zu unterstützen: Bleiben Sie bei Ihren CSR-Aktivitäten Ihrem Kerngeschäft treu!

- Geben Sie mehr als nur Geld: Bringen Sie Ihr Knowhow oder Ihre Produkte dort zum Einsatz, wo Sie Sinnvolles bewirken können. Öffentliche oder gemeinnützige Einrichtungen freuen sich über professionelle Unterstützung!
- Beweisen Sie Ihren unternehmerischen Weitblick: In vielen Entwicklungsländern können Sie schon mit kleineren Projekten den Menschen vor Ort eine Perspektive bieten. Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, ergeben sich daraus nicht selten neue Geschäftsmöglichkeiten!

Und das sind nur zwei Beispiele, wie Ihr Projekt und Ihr Kerngeschäft zusammen passen können. Nutzen Sie die Möglichkeit, nicht nur „Gutes zu tun“, sondern dabei auch zu zeigen, wie gut Sie Ihr Geschäft beherrschen.

^{*)} Soziale oder gesellschaftliche Verantwortung; Corporate Social Responsibility (CSR)