

**INFORMATIONEN
ZUM THEMA****NACHHALTIGKEIT****ALLES GRÜN ODER WAS?****Nachhaltigkeitsstrategien bringen Wettbewerbsvorteile und generieren damit Umsatz.****Zielgruppe:**

Manager und Führungskräfte von Konzernen und mittelständischen Unternehmen, die an neuen CSR-Strategien interessiert sind.

Reportage-Teilnehmer:

CSR-Experten aus Politik und Wirtschaft sowie Unternehmen mit einem erfolgreichen CSR-Management.

Lesernutzen:

visAVIS ECONOMY bietet fundierte Hintergrundinformationen zu aktuellen Handlungsfeldern und Strategien von CSR sowie Neuigkeiten im CSR-Management.

Kommunikationsziele:

visAVIS ECONOMY zeigt Potenziale zur effizienteren Gestaltung des CSR-Managements auf. Unternehmen sollen für CSR sensibilisiert werden.

Projektleitung: Oliver Hammel**Autor: Prof. Dr. Stefan Schaltegger (Universität Lüneburg)**

Nachhaltige Ideen sind nichts Neues. Neu ist nur ihre Bedeutung im Zuge der fortschreitenden Globalisierung und dem Aktionsradius von Unternehmen über nationalstaatliche Grenzen hinaus.

Grün ist die Farbe der Stunde. Es grünt nicht nur bei der WM in Südafrika, auch die Farbe der unternehmerischen Verantwortung ist grün, sie symbolisiert soziales und ökologisches Engagement. Damit lässt sich so mancher Kunde begeistern. Doch Vorsicht ist geboten. Denn nicht jedes Grün ist farbecht: Nicht jedes Engagement ist authentisch. Während sich auf der einen Seite die Erkenntnis durchsetzt, dass der grüne Faktor für die eigene Reputation wichtig ist, besteht auf der anderen Seite die Gefahr, dass Maßnahmen zur gesellschaftlichen Verantwortung in Unternehmen überstürzt oder nur oberflächlich etabliert werden. Noch problematischer sind die Fälle, in denen die grüne Welle bewusst als Ablenkungsstrategie genutzt wird, um von bestehenden Missständen an anderer Stelle abzulenken. Wachsamkeit der Kunden und Geschäftspartner hilft. Mit vordergründigem „Greenwashing“ schaden sich die Unternehmen auf Dauer am meisten.

Eine zunehmend sensibilisierte Öffentlichkeit erwartet von den Firmen, dass sie ihrer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und den dafür relevanten Gesichtspunkten die erforderliche Beachtung schenken. Dabei sollen auf freiwilliger Basis möglichst zertifizierbare, über bloße Gesetzeskonformität hinausgehende Standards eingehalten werden. Dies gilt nicht nur für große Konzerne, sondern auch für kleine und mittelständische Unternehmen.

visAVIS ECONOMY zeigt Handlungsfelder und die neuesten Entwicklungen von Corporate Social Responsibility auf. Experten aus Wirtschaft und Politik unterstützen die Diskussion und geben weitere Ausblicke. Unternehmen stellen ihr erfolgreiches CSR-Management vor.

visAVIS ECONOMY ist ein Forum für Unternehmer und Entscheider. Das Magazin informiert kontinuierlich über neue Finanzierungsformen und stellt Wachstumsbranchen ausführlich vor. Es begleitet das Handelsblatt, Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung, in der Teilbelegung von 103.000 Exemplaren inkl. Abo-Auflage mit 81.595 Exemplaren. Eine anspruchsvolle Berichterstattung aus den Bereichen Wirtschaft und Finanzen ermöglicht mit dem Trägermedium des Handelsblatts eine zielgruppen- und themengerechte Ansprache von wichtigen Kunden und Investoren.

Ihr Ansprechpartner:

Oliver Hammel
Telefon 02227/9212-17
Telefax 02227/9212-10
E-Mail: o.hammel@visavis.de

visAvis Verlagsgesellschaft mbH
Marie-Curie-Straße 11-13
D-53332 Bornheim

INFORMATIONEN ZUM THEMA

Die Printausgabe geht Hand in Hand mit unserem Internet-Portal www.visavis.de, so dass durch den kombinierten Einsatz verschiedener Kommunikationskanäle der größtmögliche Effekt erzielt wird.

Reportage:

Mit Verantwortung zum Erfolg

Der Beitrag, der über die gesetzlichen Anforderungen hinaus geleistet wird, zahlt sich für Unternehmen aus.

Experteninterviews:

visAVIS ECONOMY spricht mit **Jörg Hartmann**, Leiter des GTZ-Büros für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft, über die Unternehmer als Akteure in gesellschaftlichen Prozessen.

visAVIS ECONOMY im Gespräch mit **Dr. Kurt-Christian Scheel**, Geschäftsführer von econsense, über erfolgreiche CSR-Strategien.

Stefan Heidbreder, Geschäftsführer Stiftung Familienunternehmen, zeigt das soziale Engagement der Familienunternehmen auf.

Fallbeispiele:

- **Verantwortung 2.0**
Das Internet verändert das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen.
- **Nachhaltige Produkte und Services**
Unternehmen entwerfen, gestalten und verändern Produkte und Dienstleistungen für den Menschen.
- **Mehr als nur ein Reputationsfaktor**
Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt in der Finanzbranche eine ganz neue Bedeutung.
- **Responsible Finance**
Eine wichtige Komponente im Finanzsektor.
- **Wenn Unternehmen zum Stifter werden**
Kapitalgesellschaften engagieren sich und holen neue Unterstützer mit ins Boot.
- **Der Schlüssel zum Erfolg**
Mitarbeiter als eine der wichtigsten Stakeholder-Gruppen: Attraktive Arbeits- und Entwicklungsbedingungen binden sie langfristig ans Unternehmen.

Ihr Ansprechpartner:
Oliver Hammel
Telefon 02227/9212-17
Telefax 02227/9212-10
E-Mail: o.hammel@visavis.de

visAvis Verlagsgesellschaft mbH
Marie-Curie-Straße 11-13
D-53332 Bornheim

**INFORMATIONEN
ZUM THEMA**

- **Erfolgsfaktor Mitarbeiter**
Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren fördert die Vielfalt und bietet jungen wie älteren Menschen eine Chance.
- **Wenn Unternehmen zum Stifter werden**
Kapitalgesellschaften engagieren sich und holen neue Unterstützer mit ins Boot.
- **Globalisierung**
Fairer Handel als Basis, die Lebens- und Arbeitsbedingungen insbesondere in Entwicklungsländern zu verbessern.
- **Umweltmanagement**
Nachhaltiges Wirtschaften und Umweltmanagement als relevante Kriterien für die ökologische Verantwortung von Unternehmen.
- **Verbraucherinformationen**
Gütesiegel und Initiativen geben Orientierung und fördern den Wettbewerb zwischen den Unternehmen.
- **CSR versus IR**
Studien belegen, dass das Thema CSR bisher nicht in den Investor Relations Abteilungen der Unternehmen angekommen ist.
- **Unternehmen profitieren**
CSR als Teil der Unternehmensstrategie generiert einen Mehrwert der deutschen Wirtschaft im globalen Wettbewerb.
- **Corporate Citizenship**
Arbeitgeber treten als strategische Partner ihres lokalen und regionalen Umfeldes auf.
- **Altersvorsorge**
Nachhaltige Anlagekonzepte lassen sich in Verbindung mit einer klassischen Rentenversicherung erfolgreich realisieren.
- **Die Gunst der Stunde nutzen**
Die Rahmenbedingungen für Umweltthemen könnten derzeit nicht besser sein. Unternehmen profitieren auch in der Krise.
- **Grün und erfolgreich**
Grüne Umwelt- und Klimatechnik boomt. Doch Vorsicht: Wer nicht selbst „grün“ agiert, verliert an Glaubwürdigkeit.
- **Vorbildfunktion**
Die Erfolgsprinzipien familiengeführter Unternehmen dienen nicht nur in Krisenzeiten als Vorbild.

Ihr Ansprechpartner:
Oliver Hammel
Telefon 02227/9212-17
Telefax 02227/9212-10
E-Mail: o.hammel@visavis.de

visAvis Verlagsgesellschaft mbH
Marie-Curie-Straße 11-13
D-53332 Bornheim