

Die Agentur ist ein „Brückenbauer“ zwischen **Wirtschaft (For-Profit)** und **sozialen Einrichtungen (Non-Profit)**

For-Profit Unternehmen werden in ihrem Engagement für die Gesellschaft beraten und gestärkt.

Non-Profit Einrichtungen werden auf der Suche nach personellen und finanziellen Ressourcen für neue Projekte jenseits öffentlicher Finanzierungen beraten und gefördert.



### **"CSR" steht für "Corporate Social Responsibility"**

Gemeint sind damit die Aktivitäten eines Unternehmens, mit denen es soziale und ökologische Verantwortung im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit übernimmt.

### **Ausgangspunkte sind die wirtschaftlichen und sozialen Veränderungen**

Unternehmen werden sich künftig nicht mehr nur mit kurzfristiger Gewinnvermehrung beschäftigen können und soziale Einrichtungen machen sich Gedanken um ihre Zukunft

- Unternehmen stehen mit ihrer Geschäftstätigkeit stärker als in den letzten Jahrzehnten unter der Beobachtung der Öffentlichkeit
- Unternehmen werden verstärkt nach innen und außen kommunizieren, wie sie mit den verschiedenen Interessengruppen, die mit einem Unternehmen zu tun haben, umgehen wollen: ihren Kunden, Geschäftspartner, den eigenen Mitarbeitern, der Stadt oder Kommune, in der sie angesiedelt sind (englisch: „Stakeholder“)
- Die sozialen Einrichtungen stehen unter einem enormen Kostendruck. Der Staat ebenso wie die Kirchen ziehen sich langsam aus den längerfristigen Verpflichtungen zurück. Verlässliche Kooperationspartner und ihre Ressourcen (Mitarbeiter, Finanzen, Know How) werden überlebenswichtig
- Mit CSR-Kooperationen werden Themen aus dem sozialen Bereich in den wirtschaftlichen Bereich hinein kommuniziert, die ansonsten nicht öffentlichwirksam wären

## Nutzen

CSR bringt klare Wettbewerbsvorteile, wenn sie strategisch geplant und umgesetzt wird:

- Erhöhte Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Höhere kommunikative und soziale Kompetenz (z.B. durch Fortbildungs- und Freiwilligenprogramme)
- Rekrutierung von qualifiziertem Personal
- Verminderung von unternehmensspezifischen Risiken
- Verbesserung des öffentlichen Images
- Transparenz für institutionelle Investoren
- Verbesserung des Kundenkontakts und langfristige Kundenbindung
- Bessere Beziehungen zu und Informationen aus Politik und Gesellschaft

Der sozialen Einrichtung bringt das Engagement von Unternehmen:

- Neue Ressourcen: Finanzmittel, Freiwillige, Produkte und Logistik, Know How
- Verbesserte Kommunikation nach Außen: Zugänge zu wichtige Ansprechpartnern, eine Unterstützung der sozialpolitischen Botschaft der Organisation und Profilierung gegenüber Unterstützern
- Verbesserung der eigenen Organisation: Professionalisierung von Abläufen, Flexibilisierung, Erweiterung der Methodenkompetenz
- Neue und verbesserte Nagebote und Projekte für die Klientinnen und Klienten der Einrichtung

### Wir setzen dies um durch:

- Management-Fortbildung von sozialen Themen
- CSR- Strategieberatung
- Kommunikation von sozialem und kulturellem Engagement
- Zusammenarbeit mit Partnern aus Wirtschaft sowie sozialen Einrichtungen
- Bis zu 20% des Umsatzes der CSR-Agentur fließen in kooperierende soziale Einrichtung

## Change

CSR-Agentur - Verantwortung im Unternehmen gestalten

[change@csr-agentur.de](mailto:change@csr-agentur.de)

<http://www.csr-agentur.de>

Südbahnhofstrasse 7c

63739 Aschaffenburg

Telefon +49 (0) 6021 4394609