

# Corporate Social Responsibility

## CSR als Herausforderung der Unternehmenskommunikation

Ein guter Unternehmensbürger möchte jede Firma sein, die Etats für CSR steigen – nicht zuletzt weil Kunden, Aktionäre und Bewerber immer mehr die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen zu einem ihrer Auswahlkriterien machen und Verfehlungen hart abstrafen. Gleichzeitig war die Reputation der Wirtschaft in der breiten Bevölkerung noch nie so schlecht wie derzeit – geschürt von Fällen wie dem VW-Abgasskandal oder Bonusexzessen im Top-Management..

## Ihr Nutzen

- » Sie werden sicherer in Ihrer Argumentation, warum CSR tief im Kerngeschäft von Unternehmen verankert sein sollte sowie hohe Management Awareness und ausreichende Budgets braucht.
- » Sie können CSR-Ansätze entlarven, die reine PR-Deckmäntelchen sind, und Ihre Unternehmens-Entscheider oder Auftraggeber besser beraten, wie eine passgenaue CSR-Konzeption entwickelt, umgesetzt, vermarktet und evaluiert wird.
- » Außerdem können Sie Ihre persönliche Motivation steigern, in dem wachsenden Berufsfeld der CSR Fuß zu fassen oder weiter aufzusteigen.

### Dauer | Gruppengröße

1 Tag | max. 12 Teilnehmer

### Termin | Ort

28. Oktober 2019, 9-17 Uhr  
Seminarzentrum, Kaiserstraße 36, Heidelberg

### Preis

695,- Euro netto für Teilnahme, Seminarskript,  
Mittagessen und Pausengetränke

### Kontakt

Telefon: + 49 (0) 62 21 – 90 586 00  
E-Mail: [weiterbildung@ik-heidelberg.de](mailto:weiterbildung@ik-heidelberg.de)  
Ansprechpartnerin: Edna Dengler  
[www.ik-heidelberg.de](http://www.ik-heidelberg.de)

## Inhalte

---

- » CSR-Theorie und Konzepte
- » CSR-Vermarktung  
(„Nachhaltigkeitskommunikation“)
- » CSR-Erfolgsmessung („Return on Investment“)
- » CSR-Praxisworkshop (Fallskizzen)

## Methode

---

Sie erhalten alltagstauglichen und anwendungsorientierten Input zu Konzepten wie CSR und Reputation. Sie diskutieren in Plenum und Kleingruppen Chancen und Risiken sowie Dos and Don'ts von CSR-Strategien, u. a. mit aktuellen Echt-Beispielen. Abschließend entwickeln Sie konkrete CSR-Strategien für Ihre Arbeit- bzw. Auftraggeber.

## Zielgruppe

---

Verantwortliche für Unternehmenskommunikation, Image, Reputation, Employer Branding, Kapitalmarktkommunikation, Mitarbeiterkommunikation



## Seminarleitung

---

Dr. Nicole Strauss ist psychotherapeutischer Coach und Unternehmensberaterin mit langjähriger eigener Führungserfahrung. Nach Leitungs- und Vorstandsfunktionen in Konzernen und einem Start-up leitet sie seit 2008 ihr eigenes Unternehmen. Mit Lebens- und Managementenerfahrung und psychologischer Fundierung begleitet sie Führungskräfte dabei, sich selbst und andere gesund zu führen bzw. Krisen und Veränderungen zu meistern. Sie ist zudem Hochschuldozentin und Fachautorin.

---