



AUSGABE
2011/2012

VERANTWORTUNG · WERTE · DIALOG

CSR-FRÜHSTÜCK RHEIN-NECKAR



Ein bundesweites Modellprojekt
der IHK Rhein-Neckar und Bonne Nouvelle - Sozialkommunikation



VERANTWORTUNG · WERTE · DIALOG

CSR-FRÜHSTÜCK RHEIN-NECKAR

Inhaltsverzeichnis

Editorial

Dr. Gerhard Vogel, Präsident der IHK Rhein-Neckar 6

Grußwort

Dr. Nils Schmid, Minister für Finanzen und Wirtschaft des Landes Baden-Württemberg 7

Interview

Andrea Kiefer, Pressesprecherin der IHK Rhein-Neckar;
Simone Stein-Lücke, Geschäftsführerin Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation 8

Auftaktveranstaltung

CSR und Ehrenamt sind starke Partner für unsere Gesellschaft 10

MLP AG

Glaubwürdigkeit als Basis für gelungene CSR 12

KPMG AG

Corporate Responsibility bei KPMG 14

Cafe Buschgalerie

So ist „JEDERMANN – die MitmachKunst“! im Cafe Buschgalerie 16

Volksbank Kraichgau Wiesloch-Sinsheim und „Anpfiff ins Leben e.V.“

Liebenswerter Sympathieträger: „Toni Tausendfüßler“ kommuniziert gemeinsame Jugendförderung der Volksbank Kraichgau und „Anpfiff ins Leben“ 18

Adler Mannheim

Von Rosys Kids Corner zu „Adler helfen Menschen e.V.“ 20

Heidelberger Druckmaschinen

Nachhaltigkeit fest verankert 22

SAP AG

Nachhaltigkeit entsteht durch Wissensaustausch 24

BAKTAT und Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim

Gemeinsame Förderung von kompetenten Fachleuten und Managern für die Zukunft in der Metropolregion 26

Leistung – Engagement – Anerkennung

Mittelstandspreis für soziale Verantwortung 28

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar | L 1, 2, 68161 Mannheim,
Andrea Kiefer, Pressesprecherin der IHK Rhein-Neckar,
Mail: andrea.kiefer@rhein-neckar.ihk24.de
Tel.: 0621/1709-210, Fax: 0621/1709-100,
www.rhein-neckar.ihk24.de

Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation | Annagraben 40, 53111 Bonn,
Simone Stein-Lücke, Geschäftsführerin Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation,
Mail: stein@bonne-nouvelle.de
Tel.: 0228/902784-11, Fax: 0228/902784-29
www.bonne-nouvelle.de

Grafik

Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation
LVR behindertenfreundlicher Betrieb SP Medienservice Bonn – Verlag, Druck und Werbung

Druck

abcdruck GmbH, Heidelberg

Bildrechte

Titel: Namensschilder/ Gespräch – Aleksander Perkovic Fotografie;
Augustaanlage auf dem Friedrichsplatz – Foto: Bernhard Kunz/ Stadtmarketing Mannheim GmbH;
Alte Brücke und Schloss beleuchtet – Foto: Heidelberg Marketing GmbH;
Friedrichsplatz und Wasserturm – Foto: Stadtmarketing Mannheim GmbH



Wir machen Engagement der Unternehmen sichtbar.

Das Firmen sich engagieren, hat eine lange Tradition. In Rückgriff auf das Ideal des Ehrbaren Kaufmanns unterstützen Unternehmen in der Metropolregion Rhein-Neckar teilweise bereits seit Jahrzehnten soziale, karitative, sportliche oder ökologische Initiativen. Die hier gelebten Ideale eines fairen Wettbewerbs und der Rücksicht auf natürliche Ressourcen sind verbunden mit einem tatkräftigen Einsatz für die Menschen in der Region.

Um das Engagement der sozial handelnden Firmen sichtbar zu machen, haben wir im März 2011 die CSR-Frühstücksreihe Rhein-Neckar gestartet. In Zusammenarbeit mit der Agentur Bonne Nouvelle Sozialkommunikation und dem „Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg“ bietet die Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar Unternehmen monatlich eine Plattform, um sich über das Thema CSR auszutauschen. Aktuell haben wir die Reichweite der CSR-Frühstücksreihe

erweitert, auch virtuell kann man sich auf unserer Facebook-Seite über das Thema gesellschaftliche Verantwortung informieren.

Mit unserer CSR-Frühstücksreihe bauen wir ein breit gefächertes Netzwerk auf, das zum Wohl der gesamten Region agieren wird. Die positive Wirkung, die wir dadurch sowohl für die Wirtschaft als auch die Menschen vor Ort erzielen wollen, wird auch dabei helfen, dass die Rhein-Neckar-Region eine starke Position innerhalb Baden-Württembergs sowie deutschlandweit einnimmt. Denn nur eine zusammenhaltende Gesellschaft ist auch langfristig stark.

Dr. Gerhard Vogel

Präsident der Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar



Gelebte unternehmerische Verantwortung hat in Baden-Württemberg eine lange Tradition – zugleich ist sie Grundlage für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg des Landes.

In Deutschland und in Europa findet seit einigen Jahren eine intensive Debatte statt, welche Rolle Unternehmen für die zukünftige Entwicklung unseres Gemeinwesens spielen. Dabei ist ein breiter Konsens innerhalb wie außerhalb der Wirtschaft festzustellen, dass Unternehmen eine gesellschaftliche Verantwortung innehaben. Diese Corporate Social Responsibility – kurz CSR – hat spätestens mit der Verabschiedung der „Nationalen Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen“ im Oktober 2010 Eingang in die deutsche Politik gefunden. Auch die Europäische Union hat mit ihrer jüngsten Mitteilung zu CSR noch einmal klargemacht, welch hohe strategische Bedeutung CSR für die Bewältigung der zentralen Herausforderungen einer globalisierten Welt zukommt und welches Potenzial CSR besitzt, verloren gegangenes Vertrauen in marktwirtschaftliche Prozesse wieder neu aufzubauen und zu stärken.

In Baden-Württemberg gibt es eine lange und gelebte Tradition unternehmerischer Verantwortung, die über die Erfüllung gesetzlicher Vorgaben hinausgeht. Viele Unternehmen im Land, vor allem kleine und mittlere Unternehmen, engagieren

sich kontinuierlich in ihrem gesellschaftlichen Umfeld für soziale und ökologische Belange. In vielen Fällen greifen sie gemeinsam mit Partnern aus dem Dritten Sektor konkrete gesellschaftliche Problemlagen auf und eröffnen mit ihrer unternehmerischen Expertise neue Teilhabechancen. Kleine und mittlere Unternehmen werden so zu wichtigen Akteuren der Zivilgesellschaft vor Ort. Dies stärkt nicht nur den sozialen Zusammenhalt in unserem Land, sondern ist zugleich die beste Voraussetzung für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.

Ich freue mich sehr und danke, dass die Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar gemeinsam mit Bonne Nouvelle Sozialkommunikation im Frühjahr dieses Jahres das „CSR-Frühstück Rhein-Neckar“ als Pilotprojekt in Baden-Württemberg ins Leben gerufen haben. Die CSR-Frühstücksreihe ermöglicht den Informationsaustausch über CSR-Aktivitäten, gibt Anstöße für neue Initiativen und stärkt den Netzwerkgedanken in der Region Rhein-Neckar. Mein großer Dank richtet sich deshalb auch an die Unternehmen, die bisher Gastgeber waren und so zum Gelingen dieser Veranstaltungsreihe maßgeblich beigetragen haben.

Außerordentlich begrüße ich, dass das „CSR-Frühstück Rhein-Neckar“ in Kooperation mit dem von der Caritas und dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft seit 2007 veranstalteten „Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg“ durchgeführt wird. Zahlreiche Unternehmen aus der Region haben sich bereits beim Mittelstandspreis für soziale Verantwortung beworben. Beide Initiativen ergänzen sich daher ausgezeichnet und stärken den CSR-Gedanken in der Region Rhein-Neckar und im Land. Ich hoffe, dass das CSR-Frühstück auch von anderen Industrie- und Handelskammern Baden-Württembergs aufgegriffen wird.

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, Baden-Württemberg zum CSR-Musterland zu machen.

Dr. Nils Schmid, MdL

Stellvertretender Ministerpräsident und Minister für Finanzen und Wirtschaft des Landes Baden-Württemberg

INTERVIEW



© IHK Foto: Manfred Rinderspacher



© IHK Foto: Manfred Rinderspacher



© IHK Foto: Manfred Rinderspacher

„CSR ist ein Thema, das für Unternehmen jeder Größe relevant ist“

Die Initiatoren Simone Stein-Lücke und Andrea Kiefer über die CSR-Frühstücke Rhein-Neckar

Frage: Welche Bedeutung haben CSR-Projekte für Unternehmen?

Andrea Kiefer: Generell haben CSR-Projekte eine große Bedeutung für Unternehmen. Allerdings liefern diese Projekte viele Jahre lang häufig eher nebenbei. Die Firmen haben sich zwar engagiert, allerdings oft ohne eine klare Strategie. Überspitzt gesagt ging das bei kleineren und mittleren Betrieben manchmal nach dem Motto: Der Chef ist großer Handballfan, also bekommt der Club vor Ort eine Spende für die Jugendarbeit. Das ist mittlerweile anders.

Frage: Was hat sich verändert?

Andrea Kiefer: Das Thema wird nun strategisch angegangen. Der gesamte Bereich ist deutlich professioneller geworden. Das liegt zum einen an einer Initiative der Bundesregierung, die großen Wert darauf legt, dass Unternehmen über CSR-Projekte gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Die Firmen nehmen das Anliegen sehr ernst und handeln entsprechend. Zum anderen hat sich aber auch in der Gesellschaft sehr viel verändert.

Kunden und Mitarbeiter fordern mittlerweile nachhaltiges Wirtschaften ein. Ökologie ist für sehr viele ein wichtiges Thema, da müssen sich Firmen positionieren.

Frage: Haben sich die Hilfsorganisationen und Vereine, die bei CSR-Projekten Partner sind, auf diese Veränderungen eingestellt?

Simone Stein-Lücke: Ja, auch die arbeiten mittlerweile professioneller. Sie haben erkannt, dass es nicht mehr reicht, möglichst viele Firmen mit der Bitte um Unterstützung anzurufen. Stattdessen erarbeiten viele von ihnen Konzepte, in denen sie darstellen, dass von einer Zusammenarbeit beide Partner profitieren: die gemeinnützige Organisation und das Unternehmen. Genau so soll es sein – CSR-Projekte schaffen im Idealfall eine Win-win-Situation.

Andrea Kiefer: In der Tat gucken die Unternehmen ganz genau, was für ein Projekt zu ihnen passt. Sie suchen eine langfristige Zusammenarbeit, in der sich etwas entwickeln kann und bei der auch das Unternehmen etwas davon hat. Denn natürlich investieren Firmen ihr Geld am

liebsten dann, wenn sie davon auch etwas haben.

Frage: Sind CSR-Projekte nur etwas für große Firmen oder können sich auch kleine Unternehmen sinnvoll engagieren?

Andrea Kiefer: Das Thema ist für Unternehmen jeder Größe relevant. Das sehen wir übrigens auch bei der CSR-Frühstücksreihe, die wir veranstalten. Da sind wir bei einer Ein-Frau-Unternehmung genauso zu Gast wie bei einer großen, international tätigen Beratungsgesellschaft. Aber natürlich liegt es in der Natur der Sache, dass sich Großkonzerne um CSR detaillierter kümmern, einfach weil andere Ressourcen vorhanden sind. Aber auch für kleine Firmen gibt es sinnvolle Möglichkeiten sich zu engagieren. Das geschieht auch und ist genau im Sinn der CSR-Initiative der Bundesregierung.

Simone Stein-Lücke: Wenn man über die Bedeutung von CSR-Projekten für Unternehmen spricht, muss man sich immer klarmachen, dass Nachhaltigkeit und Vertrauen mittlerweile nach Preis und Qualität das dritt wichtigste Kaufargument bei Konsumgütern sind. Daran

kommt keiner vorbei, der langfristig erfolgreich sein will, kein Minibetrieb und kein Großkonzern.

Andrea Kiefer: Es ist ja auch eine CSR-Frage, unter welchen Bedingungen Produkte erzeugt werden. Da kann sich keine Firma einen blinden Fleck leisten. Deswegen arbeiten viele Unternehmen mit Zertifizierungen. Sie wollen sichergehen, dass ihr Lieferant korrekt arbeitet. Wenn sich herausstellt, dass bei einem Zulieferer Kinder unter schlimmen Bedingungen beschäftigt sind oder Umweltvorschriften massiv verletzt werden, kann das ein Unternehmen enorm schädigen.

Frage: Sind CSR-Projekte Konkurrenz für klassische Werbung?

Simone Stein-Lücke: Nein, das ist keine Konkurrenz, sondern eine Erweiterung. Die meisten Firmen verfügen über einen großen Werkzeugkasten mit verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten und decken alle Bereiche ab.

Andrea Kiefer: Die Firmen nutzen verschiedene Mittel und Möglichkeiten, um ihre Marke positiv aufzuladen. Dabei lautet die Devise nicht „entweder oder“, sondern „sowohl als auch“.

Frage: Welche Auswirkungen hat das jeweils aktuelle Marktumfeld auf CSR-Projekte?

Andrea Kiefer: Wenn sich die wirtschaftliche Lage vorübergehend eintrübt, dann hat das keine Auswirkungen auf die Projekte. Die Firmen überlegen sich ja vorher, ob sie für den vereinbarten Zeitraum in der Lage sind, die entsprechenden Mittel aufzubringen. Sie wissen, dass CSR-Projekte mittel- oder langfristig angelegt sein müssen. Dazu kommt: Viele dieser Projekte sind gar nicht so teuer, die potentiellen Einsparungen sind also nicht groß.

Simone Stein-Lücke: Das ist genau der Punkt: CSR-Projekte bieten den Firmen oft hohen Nutzen bei relativ geringen Kosten – vor allem wenn Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten mitmachen.

Frage: Welche Rolle spielen Stiftungen beim Thema CSR?

Andrea Kiefer: Stiftungen spielen eine große Rolle, zumal in den vergangenen Jahren so viele Stiftungen gegründet worden sind wie noch nie. Die wohltätigen Organisationen werden aus den Erträgen der Stiftung weiter unterstützt, die Projekte können damit immer weitergeführt werden.

Simone Stein-Lücke: Man kann sagen: Die Gründung einer Stiftung ist die Königsdisziplin von CSR. Die Idee wird

durch die finanzielle Unabhängigkeit von Stiftungen ins Unendliche fortgeschrieben und ist nicht mehr von den Vorlieben wechselnder Vorstände abhängig.

Frage: Was können Firmen beim Thema CSR noch besser machen?

Andrea Kiefer: Wichtig ist, sich zu fokussieren. Es bringt den Unternehmen nicht viel, wenn sie ein bisschen Sport, ein bisschen Kultur, ein bisschen Sozialarbeit fördern. Die Firmen müssen sehen, was zu ihnen passt und sich dann darauf konzentrieren. Dazu brauchen sie klare Konzepte.

Simone Stein-Lücke: Viele Unternehmen haben ein wenig die Befürchtung, von CSR-Anfragen überrollt zu werden. Wenn eine Firma aber klar positioniert ist und für ein konkretes Projekt steht, passiert das nicht. Dann wird ein Unternehmen mit einem Thema identifiziert. Das ist ideal. Dann ist die positive Rückwirkung auf das Unternehmen am stärksten.

Simone Stein-Lücke:
Geschäftsführerin von
Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation
Andrea Kiefer:
Pressesprecherin der IHK Rhein-Neckar



Kurzporträt

Stephanie zu Guttenberg, Textil-Betriebswirtin BTE, ist seit mehr als fünf Jahren ehrenamtlich aktiv im Vorstand der deutschen Sektion des internationalen Kinderschutzvereins *Innocence in Danger* e.V., der gegen sexuellen Missbrauch von Kindern und insbesondere gegen die Verbreitung von Kinderpornografie mittels digitaler Medien kämpft. Im Jahr 2009 übernahm sie die Präsidentschaft des gemeinnützigen Vereins. Mit ihrem Einsatz in den Medien sensibilisiert sie breite Teile der Bevölkerung für das Tabu-Thema Kindesmissbrauch und veröffentlichte 2010 den Bestseller „Schaut nicht weg“. Für ihren Kampf gegen den Missbrauch von Kindern erhielt sie mehrere Auszeichnungen, darunter den Ehrenpreis der Organisation *World Vision Deutschland* und den *Leading Ladies Award*. Stephanie zu Guttenberg pflegt den intensiven Dialog mit der Wirtschaft, damit Unternehmer mehr in die gesellschaftliche Verantwortung investieren.

Stephanie Freifrau zu Guttenberg: CSR und Ehrenamt sind starke Partner für unsere Gesellschaft

In ihrem Vortrag bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar in Mannheim hat sich Stephanie Freifrau zu Guttenberg für soziales Engagement von Firmen ausgesprochen. Verbraucher verlangen von Unternehmen, dass diese gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Corporate Social Responsibility (CSR) sei deshalb heute ein zentraler Bestandteil moderner Unternehmensführung.

Vor etwa 100 Gästen, darunter viele Journalisten, sprach Stephanie zu Guttenberg bei der IHK Rhein-Neckar zum Thema „CSR und Ehrenamt – starke Partner für unsere Gesellschaft“. Damit eröffnete sie eine, von der IHK und Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation, initiierte Veranstaltungsreihe zum Thema CSR, mit der auf die Bedeutung sowie die ver-

schiedenen Möglichkeiten des Bereichs hingewiesen wird. Im Rahmen einer „Frühstücksreihe“ werden monatlich Treffen organisiert, bei denen CSR-Themen erörtert werden.

Angesichts einer kritischen Öffentlichkeit müssten, so Stephanie Freifrau zu Guttenberg, „Wirtschaft und Ethik eng ver-

bunden sein, um unternehmerischen Erfolg zu gewährleisten. Verbraucher fragen nach Produkten, die hohen sozialen Anforderungen und strengen Umweltstandards entsprechen.“ Die Kunden wollten, dass Firmen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. „Sie fordern Corporate Social Responsibility ein.“

Dieses Engagement für soziale Projekte kann sich für Unternehmen doppelt auszahlen. Wie eine Untersuchung des Aktionsverbands „Institutional Shareholder Services“ zeigt, arbeiten Firmen, die bewusst nachhaltig agieren, in der Regel erfolgreicher als solche, die das nicht tun. Mittlerweile gibt es beispielsweise Anlagefonds, die ausschließlich in Firmen investieren, die besonders verantwortungsvoll mit Mitarbeitern und

Umwelt umgehen. „Im Idealfall strahlt von dem Engagement der Firma etwas auf diese zurück. Damit kann das Unternehmen von seinem CSR-Engagement profitieren – nach außen wie nach innen.“ Gerade die interne Wirkung von CSR-Projekten dürfe nicht unterschätzt werden, meinte Stephanie zu Guttenberg. „Alle arbeiten lieber für ein Unternehmen, das Gutes tut und angesehen ist.“

Stephanie zu Guttenberg möchte jedoch nicht nur Unternehmen in die Pflicht nehmen. In ihrer Rede plädierte sie auch für ein stärkeres ehrenamtliches Engagement von Privatpersonen. „Für mich hat das Ehrenamt große Bedeutung, weil mir bewusst ist, dass es meiner Familie und mir sehr gut geht. Auch deshalb möchte ich dazu beitragen, dass sich die Lebens-

verhältnisse anderer Menschen verbessern.“ Stephanie zu Guttenberg ist Präsidentin der deutschen Sektion beim Verein „Innocence in Danger“, zusätzlich fungiert sie als Schirmherrin der „Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft Bayern“.

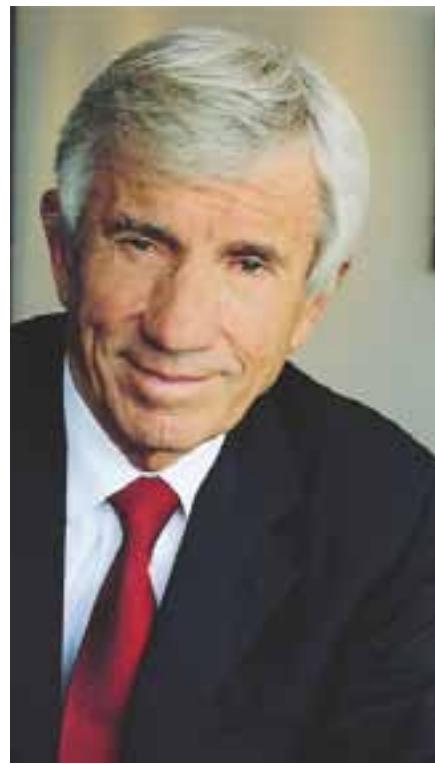
Für sie sei bürgerschaftliches Engagement eine Frage der persönlichen Verantwortung, betonte Frau zu Guttenberg. Schließlich sei man nicht nur für das verantwortlich, was man tue, sondern auch für das, was man nicht tue. Das gelte für Privatpersonen wie für Unternehmen. Immerhin: So wie es aussieht, ist diese Botschaft in der deutschen Wirtschaft bereits angekommen – die Zahl der CSR-Projekte steigt stetig.



MLP



© MLP Finanzdienstleistungen AG



© MLP Finanzdienstleistungen AG



© MLP Finanzdienstleistungen AG



Glaubwürdigkeit als Basis für gelungene CSR

Gesellschaftliches Engagement und soziale Verantwortung werden bei MLP in zweierlei Hinsicht gelebt: einerseits durch die Aktivitäten des Unternehmensgründers Manfred Lautenschläger, der dafür eigens eine Stiftung gegründet hat, andererseits durch Förderprojekte des Unternehmens selbst.

„Machen gerade Sie als Unternehmer nur das, was glaubwürdig zu Ihnen passt!“ Das war die Botschaft von Dr. h. c. Manfred Lautenschläger beim ersten „CSR-Frühstück Rhein Neckar“ Anfang April in der Konzernzentrale des unabhängigen Finanz- und Vermögensberaters MLP in Wiesloch. Als Gründer von MLP und der gemeinnützigen Manfred Lautenschläger-Stiftung berichtete er von seinen Beweggründen, sich sozial zu engagieren.

Regionaler Bezug im Fokus der Manfred Lautenschläger-Stiftung
Angemessene Corporate Social Responsibility (CSR) dürfe nicht ausschließlich von Reputationsgedanken geprägt sein, sondern erfordere tiefgreifende Auseinandersetzung mit dem Begriff „Verantwortung“, so sein Appell. Der Wille, sich einzumischen und gesellschaftliche Veränderung voranzutreiben, sei auch seine persönliche Motivationsquelle – nicht im Sinne von „Weltverbesserungsprojekten“,

sondern mit konkreten Zielsetzungen. Die Manfred Lautenschläger-Stiftung fördert Projekte in den Bereichen Gesundheit, Sport, Bildung, Forschung, Soziales und Völkerverständigung. Der regionale Bezug ist dem Stiftungsgründer dabei wichtig.

So schreibt die Stiftung seit zehn Jahren den Lautenschläger-Forschungspreis aus – mit 250.000 Euro die höchstdotierte Förderauszeichnung für Spitzenforschung in Europa, die von einer gemeinnützigen Stiftung finanziert wird. Weitere Aufmerksamkeit gilt ganz allgemein Kindern und ihrer Entwicklung zu gesunden und gebildeten Menschen. Projekte wie die „Ballschule Heidelberg“, „Schwimmfix“ oder auch die Unterstützung der „Stiftung lesen“ prägen dieses Engagement entscheidend mit. Auch der Neubau der Kinderklinik im Heidelberger Universitätsklinikum konnte mit umfangreicher Unterstützung der Manfred Lautenschläger-Stiftung realisiert werden.

Verantwortung gegenüber Stakeholdern im Fokus des Unternehmens MLP

Die Aktivitäten des Stifters wirken sich dabei auch positiv auf die Wahrnehmung von MLP aus. „Das ist nicht der Grund für mein Engagement, aber es ist eine positive Folge, auf die ich nicht verzichten möchte“, sagt Manfred Lautenschläger. Rund zehn Prozent der Medienberichterstattung über MLP ist auf Aktivitäten von Manfred Lautenschläger zurückzuführen. Diese unmittelbare Sichtbarkeit stärkt auch das Thema CSR im MLP-Konzern. So ist gesellschaftliches Engagement schon seit langem im Unternehmensleitbild verankert. Ziel ist, einen Mehrwert für Kunden, Investoren, Mitarbeiter, Berater und Partnerunternehmen sowie für die Gesellschaft als Ganzes zu schaffen. MLP regt deshalb Projekte im Bereich CSR an und fördert

zahlreiche Initiativen, die zum eigenen Verständnis von bürgerschaftlichem Unternehmensengagement passen.

Schwerpunkt Hochschulförderung

Einen Schwerpunkt bildet bei MLP – als Finanzberater für Akademiker – das Engagement in der Hochschulwelt. So schreibt das Unternehmen groß angelegte Stipendienprogramme aus, unterstützt hochschulpolitische Konferenzen und kooperiert mit Hochschulen, Career Centern und Verbänden, wenn es um die Förderung und Weiterbildung von Jungakademikern und Hochschulabsolventen geht. Diese Konzentration auf Hochschul- und Studierendenförderung garantiert einen direkten Bezug zwischen CSR- und Unternehmenszielen und stellt somit ein authentisches Engagement dar.

Des Weiteren steht im MLP-Konzern die Förderung einer Stifterkultur im Fokus. Das MLP-Tochterunternehmen Feri, das große Familienvermögen, Family Offices und Stiftungen berät, lobt seit 2005 den Feri Stiftungspreis aus. Damit werden Privatstiftungen ausgezeichnet, die zukunftsweisend zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen. Die Unterstützung des Breitensports ist ein weiteres CSR-Feld bei MLP. Dazu zählt die Förderung des Universitätssport- und heutigen Basketballvereins USC Heidelberg, des MLP-Radteams oder des MLP Marathons Mannheim. Außerdem unterstützt das in der Metropolregion Rhein-Neckar verwurzelte Unternehmen Kulturangebote wie das Musikfestival Heidelberger Frühling.

Kurzporträt

MLP ist das führende unabhängige Beratungshaus in Deutschland. Unterstützt durch ein umfangreiches Research berät die Gruppe Privat- und Firmenkunden sowie institutionelle Investoren ganzheitlich in sämtlichen wirtschaftlichen und finanziellen Fragestellungen. Kernpunkt des Beratungsansatzes ist die Unabhängigkeit von Versicherungen, Banken und Investmentsgesellschaften. Insgesamt verwaltet die MLP-Gruppe ein Vermögen von mehr als 19,3 Mrd. Euro und betreut mehr als 785.500 Privat- und über 4.000 Firmenkunden. Der Finanz- und Vermögensberater wurde im Jahr 1971 gegründet und besitzt eine Vollbanklizenz.



Andrea Reckziegel
Pressesprecherin für CSR-Themen

Alte Heerstraße 40
69168 Wiesloch
Tel.: 06222/308-2249
Mail: andrea.reckziegel@mlp.de



© KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



© KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Corporate Responsibility bei KPMG

Die Bedeutung unternehmerischer Verantwortung manifestiert sich bei KPMG in Dienstleistung nach höchsten Unabhängigkeits- und Qualitätsstandards. Sie zeigt sich auch in hohen Sozialstandards, offenem Umgang mit unterschiedlichen Persönlichkeiten und Kulturen sowie Engagement für Gemeinwesen und Umweltschutz. Hintergrund sind unsere Unternehmewerte sowie die Überzeugung, dass nachhaltiger Erfolg nur möglich ist, wenn wir ökonomische, soziale und ökologische Ziele damit verbinden.

Abgleich unserer CR-Maßnahmen mit den Erwartungen unserer Stakeholder Seit 2010 führen wir in Deutschland den systematischen, am Stakeholderstandard AA 1000 orientierten Dialog mit allen Anspruchsgruppen, um deren Erwartungen an KPMG in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften in unsere Nachhaltigkeitsstrategie einfließen zu lassen.

Nachhaltigkeit in den Dienstleistungen Unsere Dienstleistungen optimieren wir im Hinblick auf Qualität, Unabhängigkeit und Transparenz. Zudem bieten wir mit der Nachhaltigkeitsprüfung und -beratung auch Leistungen, die unsere Mandanten unterstützen, ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung gerecht zu werden.

Konkrete Maßnahmen für die Umwelt Wir haben unsere Umweltziele schriftlich verankert. Im Rahmen der "Global Green Initiative" gelang 2007 - 2010 eine Sen-

kung des CO2-Ausstoßes um 29 %, weitere 15 % sind bis 2015 geplant. Als erster deutscher Wirtschaftsprüfer haben wir ein Umweltmanagementsystem, das nach ISO14001 zertifiziert ist. Hinzu kommen Maßnahmen wie die komplette Deckung unseres Energiebedarfs aus erneuerbaren Quellen, CO2-neutrale Geschäftsreisen mit der Bahn bzw. Videokonferenzen statt Reisen.

Nachhaltige Personalpolitik Wir bieten unseren Mitarbeitern eine motivierende Arbeitsumgebung mit weitreichenden Entwicklungsmöglichkeiten. Zudem beziehen wir Erfahrungen im sozialen Umfeld in die Personalentwicklung von Führungskräften ein, fördern weiblichen Führungsnachwuchs und eine Kultur der Vielfalt und des Respekts.

Gezielte Mitarbeiterbindung Wir sind überzeugt, dass langfristiger Erfolg ein gesundes gesellschaftliches

Umfeld braucht. Deshalb unterstützen wir das Engagement von Mitarbeitern und arbeiten mit gemeinnützigen Organisationen zusammen. Für ehrenamtliche Tätigkeiten stellen wir Mitarbeiter bis zu vier Stunden pro Monat frei. Allein im Geschäftsjahr 2011 haben sich rund 1.100 Mitarbeiter über 10.500 Stunden für das Gemeinwesen engagiert – z. B. in folgenden Initiativen:

- „KPMG - Make a Difference Day“: Hier sind alle Mitarbeiter aufgerufen, sich für ein soziales Projekt vor Ort einzubringen. 2012 beteiligten sich bundesweit ca. 900 Mitarbeiter.
- „Soziale Marktplätze“: Bei dieser seit 2006 von KPMG geförderten Methode handeln Vertreter von Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen geldfreie Vereinbarungen aus. 2010 wurde die Methode von der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ ausgezeichnet.
- „Partners in Leadership“: Kern des von uns mitbegründeten Programms zur Verbesserung der Schulqualität in Deutschland ist der persönliche Austausch zwischen Managern und Schulleitern. Das Programm wurde von der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ und mit dem „Generali European Employee Volunteering Award – Deutschland“ ausgezeichnet und erhielt auf internationaler Ebene

das Prädikat „Highly Commended“. Spendenaktionen: Für Japan brachten unsere Mitarbeiter in Deutschland fast 95.000 Euro auf, die von KPMG auf 150.000 Euro aufgestockt wurden.

KPMG-Engagement für PHINEO

Die gemeinnützige AG PHINEO fördert die Transparenz am Spendenmarkt für soziale Investoren – ein Anliegen, das wir voll unterstützen. Als Mitgesellschafter von PHINEO helfen wir, Messsysteme aus der Wirtschaft auf soziale Organisationen zu übertragen. So wurde ein Analyseverfahren zur Bewertung des Wirkungspotenzials gemeinnütziger Organisationen und ihrer Projekte entwickelt, an dessen Empfehlungen sich Privatleute wie Unternehmen bei Spendenentscheidungen orientieren können.

Gemeinsame Initiativen

KPMG hat mit weiteren 40 deutschen Unternehmen das „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“



unterzeichnet. Ziel dieser Selbstverpflichtung zu werteorientierter Unternehmensführung im Sinne der Sozialen Marktwirtschaft ist es, alltags-taugliche und überprüfbare Standards verantwortlichen unternehmerischen Handelns zu setzen. Die Unterzeichner sollen dafür sorgen, die im Leitbild propagierten Werte und Vorstellungen in allen beteiligten Unternehmen zu integrieren und bei der Umsetzung ein Höchstmaß an Transparenz sicherzustellen. Darüber hinaus will die Initiative den gesellschaftlichen Diskurs über verantwortliches Handeln in der Wirtschaft vorantreiben.

Unsere nationalen CR-Aktivitäten sind eingebettet in die globale Engagementstrategie von KPMG International. 2002 ist KPMG International dem Global Compact beigetreten, einer Initiative, die den Aufbau einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Wirtschaft vorantreibt.

Stefanie Wismeth
Senior Manager
Corporate Sustainability

Klingelhöferstraße 18
10785 Berlin
Tel.: 030/2068-4605
Mail: swismeth@kpmg.com



CAFE BUSCHGALERIE



So ist „JEDERMANN – die MitmachKunst“! im Cafe Buschgalerie

Viele Kulturen – mehr Ideen – ein Ergebnis

Kurzporträt

Im Oktober 2007 öffnete Rita Kunz-Krusenbaum, zusammen mit ihrem Ehemann, erstmals die Tür zu ihrem kleinen Café. Das Cafe Buschgalerie befindet sich in den Räumlichkeiten einer ehemaligen Metzgerei. Bei der Einrichtung wurde darauf geachtet, dass die ursprüngliche Nutzung den künftigen Gästen nicht verborgen bleibt. Aufgrund dessen wird das Café nicht nur wegen der hausgemachten Spezialitäten, sondern auch hinsichtlich seiner Authentizität für den Mannheimer Stadtteil Jungbusch, gerne besucht. Auch junge Künstler aus der Region haben hier die Möglichkeit, ihre Kunstwerke z. T. erstmals einem breiteren Publikum vorzustellen. Infolgedessen entwickelte sich das ursprüngliche Tagescafé schon bald zu einem Künstlercafé mit entsprechenden Angeboten wie z. B. regelmäßigen Vernissagen. Montags und dienstags kann das kleine Café für private Veranstaltungen angemietet werden.

„Jedermann – die MitmachKunst“ wurde im Frühjahr 2008 im „Cafe Buschgalerie“ im Mannheimer Stadtteil Jungbusch ins Leben gerufen. Rita Kunz-Krusenbaum, die Inhaberin des kleinen Cafés, selbst in diesem Stadtteil aufgewachsen, begann Ende der 1980er Jahre damit, sich für ihren Stadtteil und die Menschen die in ihm leben, zu engagieren. Aufgrund ihres langjährigen Engagements für ein besseres Miteinander in einem angenehmeren und lebenswerteren Wohnumfeld ist ihr die Problemstellung des Zusammenlebens in dem dichtbevölkerten Stadtteil sehr wohl bekannt. Eine große Herausforderung stellt dabei auch das „Miteinander“ der ca. 80 verschiedenen Nationalitäten dar. Die Erfahrung hat gezeigt, dass es noch immer schwierig ist, die aufgrund ihrer kulturellen Herkunft unterschiedlich geprägten Menschen zueinander zu bringen, um sich „miteinander“ für die gemeinsame Sache einzusetzen. In „Jedermann – die MitmachKunst“ sah sie eine gute Chance für ein zukünftiges Miteinander. „Es war mir schon immer ein Anliegen“, so Rita Kunz-Krusenbaum, „ganz unterschiedliche Menschen miteinander ins Gespräch zu bringen, um gemeinsam Probleme des

Sommer 2008 statt. Passend zu Mannheim bekam es den Namen „Quadrat“-Puzzle. Mitunter malten bis zu 6 Personen zeitgleich an dem nur 1,80m x 1,25m großen Bild. Da es riesigen Spaß machte mit anzusehen, mit welcher Begeisterung die unterschiedlichsten Menschen gemeinsam ein Kunstwerk kreierten, stand schon bald fest, dass aus diesem ursprünglich als einmalig geplanten Projekt eine MitmachKunst-Reihe entstehen soll. Seither wurden, mit Unterstützung der Stammgäste des Cafe Buschgalerie und Künstlern des „Atelier 2ZKDB“, schon neun „Jedermann“-MitmachKunst-Projekte sehr erfolgreich durchgeführt, davon zwei Projekte in Zusammenarbeit mit der Jungbusch-Grundschule. „Bislang haben die „Mitmacher“ bei allen „Jedermann – MitmachKunst“-Projekten immer sehr viel Spaß und unterhalten sich bei ihrer Malerei nach wie vor sehr lebhaft. Wo es sprach-

liche Probleme gibt, werden Hände und Füße zu Hilfe genommen“. Fünf der so entstandenen Kunstwerke sind – für jeden sichtbar – im öffentlichen Raum installiert. Drei befinden sich auf „Youngbush Island“, der Verkehrsinsel in der Dalbergstraße, gegenüber dem Cafe Buschgalerie. Das Ergebnis des 7. „Jedermann“-Projektes kann man im Stadtteil, an der 13 Meter langen Mauer der ehemaligen Polizeiwache bestaunen. Bei dem 8. Projekt wurden Zaun und Tore der Jungbusch-Grundschule bemalt. Die gemeinschaftlichen Projekte und die öffentliche Präsentation haben eine sehr positive Wirkung auf das Zusammenleben im Stadtteil. Sie stärken das Selbstwertgefühl der einzelnen Teilnehmer und fördern gleichzeitig den Sinn für weitere gemeinschaftliche Vorhaben. Die ersten Weichen für ein zukünftiges „Miteinander“ sind gestellt. Man kennt sich und man grüßt sich, und nicht selten plaudert

man nun auch miteinander. „Auch in Zukunft möchten wir mit „Jedermann – die MitmachKunst“ den Menschen die Möglichkeit bieten, sich künstlerisch auszutoben und gemeinsam mit viel Spaß etwas Neues entstehen zu lassen“. „Jedermann – die MitmachKunst“ bietet den Menschen die Möglichkeit, an einem in hohem Maße integrativen Projekt teilzunehmen. Für sein soziales Engagement erhielt das Cafe Buschgalerie vom Land Baden-Württemberg und Caritas bislang schon drei Auszeichnungen.



Rita Kunz-Krusenbaum
Inhaberin Cafe Buschgalerie

Dalbergstraße 24
68159 Mannheim
Tel.: 0621/25183
Mail: info@cafebuschgalerie.de



© Volksbank Kraichgau Wiesloch-Sinsheim eG



© Volksbank Kraichgau Wiesloch-Sinsheim eG



© Volksbank Kraichgau Wiesloch-Sinsheim eG

Kurzporträt

Volksbank Kraichgau
Den genossenschaftlichen Förderauftrag nehmen wir ernst. Wir übernehmen gesellschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung weit über das übliche Maß hinaus. Die Volksbank Kraichgau Wiesloch-Sinsheim ist „Die Bank der Region“ mit Sitz in Wiesloch und Sinsheim. Mit ihren 48 Filialen im Kraichgau und 600 Mitarbeitern prägt sie das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben in der Region entscheidend mit.

Anpfiff ins Leben e.V.
Als deutschlandweiter Vorreiter in Sachen ganzheitlicher Nachwuchsförderung unterstützt der gemeinnützige Verein „Anpfiff ins Leben e.V.“ die Jugend in der Metropolregion Rhein-Neckar. Sport, Schule, Beruf und Soziales sind die Bestandteile des Vereinskonzeptes, um Jugendliche "fit fürs Leben" zu machen. 3200 junge Menschen kommen unter dem Dach von „Anpfiff ins Leben e.V.“ bei Fußball, Handball, Golf oder Eishockey zusammen.

Liebenswerter Sympathieträger: „Toni Tausendfüßler“ kommuniziert gemeinsame Jugendförderung der Volksbank Kraichgau und „Anpfiff ins Leben“

„Wer an der Jugend spart, kann sich auch die Zukunft sparen“, so betitelte der SAP-Gründer und Mäzen Dietmar Hopp sein Bestreben jungen Sportlern über ein ganzheitliches Jugendförderkonzept Perspektiven für ihren weiteren Lebensweg aufzuzeigen. Seit Gründung des gemeinnützigen Vereins „Anpfiff ins Leben“, für den Dietmar Hopp den Anstoß gab, zählt die Volksbank Kraichgau zu den aktiv unterstützenden Unternehmen in der Metropolregion Rhein-Neckar. Das Finanzinstitut berät Jugendliche aus der „Anpfiff“-Förderung rund um das Thema Bewerbung und Beruf. Daneben unterstützt sie die Fußballschule ebenso wie das Integrativ-Angebot „Anpfiff ins Leben-Sportfreunde“.

Die CSR-Philosophien beider Unternehmen ergänzen sich

Die Zusammenarbeit der Volksbank Kraichgau mit dem Sozialpartner „Anpfiff ins Leben“ ist kein Zufall. Sie entspringt einem Leitbild, das die Bank aus ihren regionalen Wurzeln im Genossenschaftswesen abgeleitet und für die Gegenwart interpretiert hat. So pflegt die Bank die Nähe zu den Menschen und ihrer Heimatregion und verpflichtet sich gegenüber ihren Mitgliedern, die viele Mitbestimmungsrechte wahrnehmen

können. Verantwortung, Vertrauen, Respekt, Offenheit und Nachhaltigkeit lauten die Werte, die zusammen mit den Mitarbeitern erarbeitet wurden und die den Umgang untereinander ebenso wie mit Kunden und Partnern prägen. „Als Unternehmen bringen wir uns über Spenden sowie Bildungs- bzw. Sozial-Sponsoring bewusst in der Rhein-Neckar-Region ein. Die finanzielle Unterstützung steht jedoch nicht für sich allein – die Identifikation unserer Mitarbeiter mit den Projekten entsteht durch

die Verbindung mit ehrenamtlichem Engagement“, beschreibt Andreas Böhler, Sprecher des Vorstandes der Volksbank Kraichgau, den Förderansatz.

Wer sich engagiert, gewinnt!

Genau diese Möglichkeiten zur Entfaltung eines breiten gemeinnützigen Engagements fand das Finanzinstitut direkt vor der Haustür beim Jugendförderverein „Anpfiff ins Leben“. Im Jubiläumsjahr 2011 sollte die langjährige Zusammenarbeit noch weiter unterstrichen werden, die Kooperation für den Maskottchen-Launch wurde besiegelt. Die Volksbank Kraichgau nahm regen Anteil am Entstehungsprozess der lustigen Tierfigur und erweckte sie mit „Anpfiff“ peu à peu zum Leben. Das Siegermotiv, ein rundum sportlicher Tausendfüßler, entstammte einem internen Malwettbewerb der Jugendförderzentren. Darauf folgte ein öffentlicher Wettbewerb zur Namensgebung, für den die Partner ihre unterschiedlichen Kommunikationskanäle, unter anderem auch das Filialnetz der Bank, ausschöpften. Zudem engagierte sich die Volksbank in der Produktion zahlreicher Streu-Artikel mit dem Maskottchen-Konterfei. Den ersten großen Auftritt vor großem Publikum hatte das Maskottchen im Mai 2011 bei der Einweihung des neuen „Anpfiff ins Leben“-Trimm-Dich-Pfades. Der Bau des Waldparcours wiederum war eine Eigenle-

istung des Jugendfördervereins und seiner Sponsoren, darunter natürlich auch die Volksbank Kraichgau.

„Unsere Sponsoringmöglichkeiten sind ganz eindeutig mit einem Erlebnisfaktor verbunden. Das Zusammenbringen des Sponsors mit Kindern und Jugendlichen aus der „Anpfiff ins Leben“-Förderung in

einer besonders inspirierenden Umgebung ruft direkte Erfolge für alle Beteiligten hervor und macht Lust auf mehr,“ sagt Stefanie Kunzelnick, Marketingleiterin bei „Anpfiff ins Leben“. Damit ist auch eine nachhaltige Förderung der jungen Sportler durch eine stabile Sponsoringpartnerschaft gegeben.



Gerald Barth
Bereichsleiter Marketing

Volksbank Kraichgau
Wiesloch-Sinsheim eG
Hauptstraße 139
69168 Wiesloch
Tel.: 06222/5892350
Mail: gerald.barth@vbkraichgau.de



Stefanie Kunzelnick
Leitung Marketing

Anpfiff ins Leben e.V.
Schwetzingen Straße 92a
69190 Walldorf
Tel.: 06227/35816505
Mail: stefanie.kunzelnick@anpfiff-ins-leben.de



ADLER MANNHEIM



© "Die Adler" Mannheim Eishockey Spielbetriebs GmbH&Co.KG



© "Die Adler" Mannheim Eishockey Spielbetriebs GmbH&Co.KG



© "Die Adler" Mannheim Eishockey Spielbetriebs GmbH&Co.KG



Kurzporträt

Die Adler Mannheim sind der Rekordmeister der Deutschen Eishockey Liga. Hervorgegangen sind sie 1994 aus dem Mannheimer ERC, der 1938 gegründet wurde. Die Adler dominierten in den späten 1990er Jahren das deutsche Eishockey. Mit dem Titel-Hattrick von 1997 bis 1999 setzten sie Maßstäbe. 2001 gelang ein weiterer Titelgewinn im altehrwürdigen Friedrichspark. 2005 zogen die Adler dann in die neue moderne SAP Arena um. Der größte Erfolg in der neuen Heimspielstätte gelang in der Saison 2006/07 mit dem Gewinn der Deutschen Meisterschaft und dem Deutschen Eishockey Pokal. Nach sportlich eher mageren Jahren sind die Adler seit 2010 nun auf dem Weg zurück in die Spitze. Unter Trainer und Spielerlegende Harold Kreis wollen sie Mannheim wieder zur Eishockey-Hauptstadt Deutschlands machen.

Von Rosys Kids Corner zu „Adler helfen Menschen e.V.“

Alles begann im Sommer 2000. Der ehemalige Adler-Ausnahmegoalie Mike Rosati trug die Idee an die Geschäftsführung der Adler, in Zukunft vier Dauertickets mit VIP-Zugang zu erwerben, damit bei jedem Heimspiel kranken Kindern aus der Mannheimer Kinderklinik eine Ablenkung von ihrem Klinikaufenthalt beschert werden kann. Die Kids konnten so das Spiel der Adler live im Stadion verfolgen und danach mit den Eishockey-Stars über das Spiel diskutieren. Mike Rosati war zusammen mit einigen anderen Spielern regelmäßiger Gast nach dem Spiel und unterhielt sich gerne ausführlich mit den kleinen Gästen, die diese Ausflüge genossen und lange im Voraus darauf hinfieberten.

Die Beziehung zwischen den Cracks und den Kindern der Klinik wurde im Laufe der Zeit immer enger, so dass auch die gemeinsamen Aktionen mehr wurden. So wurde jeden Sommer vor dem Beginn der neuen Saison ein gemeinsames Sommerfest in der Kinderklinik veranstaltet, bei dem sämtliche Adler-Cracks mit den Kindern grillten, Autogramme schrieben und von ihrem Leben als Eishockey-Spieler berichteten. Einmal pro Saison wurde ein Benefizspiel zu Gunsten von Rosys Kids Corner veranstaltet, bei dem, teils auch dank der großzügigen Unterstützung vieler Adler-Partner, sechsstellige Summen zusammenkamen. Autogrammstunden in der Klinik und die regelmäßigen Besuche

im Friedrichspark gehörten zum regelmäßigen Programm für die Kinder.

Mit dem Umzug der Adler in die SAP Arena im Jahre 2005 konnte das Programm für die Kinder im Rahmen der Initiative Rosys Kids Corner noch abwechslungsreicher gestaltet werden. Ob Handball-, Basketball-, Hallenfußball- oder Eishockeyspiele, das Angebot wurde mannigfacher, doch die Adler blieben auch in der Arena immer im Mittelpunkt. Das Team des sechsfachen Deutschen Meisters ist nach wie vor der Favorit des Kinderinteresses. In der Sky Lounge genießen die Kleinen die rasanten Spiele und drücken ihren Adlern die Daumen.

Rosys Kids Corner wird auch in Zukunft kräftig von den Adlern unterstützt. Um aber die Förderung und Hilfe auszuweiten, gründeten die Adler im Jahr 2008 den Verein „Adler helfen Menschen e.V.“. Mit dieser Vereinsgründung fällt es nun leichter, Hilfe noch schneller und effizienter zu verteilen.

So planen die Adler neben den weiterhin fest vergebenen Plätzen für Rosys Kids Corner in der Sky Lounge der SAP Arena und punktuellen Spenden, die beispielsweise während des „Spiels der leuchtenden Herzen“ zusammen kommen, auch Spenden an weitere wohltätige Organisationen sowie in Not geratene Einzelpersonen. Die Entscheidung über die Hilfezuteilung erfolgt spontan je nach Bedürf-

tigkeit. Der Verein „Adler helfen Menschen e.V.“ hat es sich zur Maxime gemacht, unbürokratisch und zeitnah Hilfestellung zu leisten. In den ersten drei Jahren seit Gründung des Vereins „Adler helfen Menschen e.V.“ konnten bislang rund 250.000 Euro gesammelt und an bedürftige Menschen weitergeleitet werden.

Regelmäßiger Spendenempfänger ist nach wie vor die Deutsche Leukämie Forschungshilfe e.V. in Mannheim, die die Spenden zu großen Teilen an die Kinderkrebsstation weiterleitet. Doch neben diesem Adressaten gibt es noch viele weitere, die die Adler unterstützen. Die Mannheimer Vesperkirche, die Caritas Straßenkinder, das Kinderhos-

piz Sterntaler, um nur einige zu nennen, erhalten regelmäßige Unterstützung. Auch Einzelpersonen, deren Schicksal an uns herangetragen wird, werden unterstützt. So wurde durch „Adler helfen Menschen e.V.“ schon die ein oder andere Delphintherapie ebenso ermöglicht wie unschuldig in Not geratene Familien unter die Arme gegriffen.

Soziale Verantwortung ist für die Adler nicht nur ein Schlagwort. Mit überschaubarem Aufwand ist es möglich, Menschen zu helfen, die diese Hilfe am dringendsten benötigen. Wir wollen diesen Beitrag gerne auch in Zukunft leisten und freuen uns auf jedwede Unterstützung.



Matthias Binder
Vorstand „Adler helfen Menschen e.V.“

An der Arena 1
68163 Mannheim
Tel.: 0621/18190-320
Mail: m.binder@adler-mannheim.de

HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN



© Heidelberger Druckmaschinen AG

HEIDELBERG

Kurzporträt

Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist der führende Lösungsanbieter in der Printmedien-Industrie. Der Name Heidelberg steht weltweit für Spitzentechnologie, Topqualität und Kundennähe. Das Kerngeschäft umfasst die vollständige Prozess- und Wertschöpfungskette mit Equipment und Services im Bogenoffsetdruck sowie Digitaldrucklösungen. Zusätzlich gewinnt die externe Auftragsfertigung an Bedeutung. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Heidelberg und verfügt über weitere Entwicklungs- und Produktionsstandorte in sieben Ländern sowie über 250 Vertriebsniederlassungen in 170 Ländern. Druckmaschinen, Vorstufengeräte und Weiterverarbeitungssysteme produziert Heidelberg unter strengen Qualitätsvorgaben überwiegend in Deutschland. Standardprodukte für den chinesischen Markt fertigt Heidelberg in Qingpu bei Shanghai. Im Geschäftsjahr 2010/2011 belief sich der Umsatz auf 2,629 Milliarden Euro. Am 31. Dezember 2011 beschäftigte die Heidelberg Gruppe 15.666 Mitarbeiter.

Nachhaltigkeit fest verankert

Nachhaltiges Denken und Handeln besitzen bei Heidelberg einen hohen Stellenwert. Mit der Gründung eines interdisziplinären ECO Councils wurde dem Thema im letzten Jahr zusätzlich Gewicht verliehen.

Das Thema Nachhaltigkeit und damit auch der Umweltschutz sind in der strategischen Agenda von Heidelberg fest verankert. Wie wichtig dem Unternehmen dies ist, zeigt auch die Etablierung eines interdisziplinären ECO Councils im vergangenen Jahr. In diesem Gremium sind Mitglieder der obersten Managementebene aus allen Disziplinen vertreten.

Der Council hat im Jahr 2011 eine völlig überarbeitete und umfassende Umweltpolitik verabschiedet, die Aspekte der Produktentwicklung, der Produktion und des Betriebes der Produkte bis zu deren Recycling oder Entsorgung berücksichtigt sowie in den Bereichen Transport/Logistik, Lieferantenauswahl und Energiemanagement neue Maßstäbe setzt. Abfallvermeidung und -reduzierung, Ressourcenschonung sowie die Reduzierung von Emissionen stehen dabei im Vordergrund.

„Green Production“ und „Green Printing“ Umweltschutz ist ein globales Thema, das auch in der Printmedien-Industrie, zusammen mit nachhaltigem Denken und Handeln, einen immer größeren

Stellenwert erhält. Immer mehr Drucksacheneinkäufer setzen einen ökologischen Produktionsprozess für Drucksachen voraus, und die Nachfrage der Kunden nach klimaneutralen Druckprodukten steigt kontinuierlich. Hier tragen moderne Maschinen und verbesserte Prozesse außerdem dazu bei, Kosten zu sparen. Ökologisch drucken heißt schließlich auch: ökonomisch denken.

„Unternehmen, die nicht nachhaltig agieren, werden – und das eher über kurz als über lang – im Innen- wie im Außenverhältnis Schwierigkeiten bekommen“, so Heidelberg Vorstandsmitglied Stephan Plenz.

Seiner sozialen Verantwortung wird das Unternehmen in Deutschland schwerpunktmäßig mit Projekten im Bereich Bildung und durch die Unterstützung integrativer sozialer Einrichtungen an den jeweiligen Standorten gerecht. Im Rahmen seines Engagements in der „Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland“ betreut Heidelberg beispielsweise an 15 Schulen Bildungsprojekte, die Kinder den Umgang mit Technik und Naturwissenschaften näherbringen.



© Heidelberger Druckmaschinen AG



© Heidelberger Druckmaschinen AG

Spield Schrift und Sprache lernen

Schrift und Sprache sind zentrale Voraussetzungen für Lernen und Bildung. Mit der Sprachförderung von Kindern, so das übereinstimmende Ergebnis unterschiedlichster Studien, sollte so früh wie nur möglich begonnen werden. Heidelberg unterstützt dieses Anliegen: Gemeinsam mit der Pädagogischen Hochschule (PH) Heidelberg startete das Unternehmen im Frühjahr 2011 ein Projekt zur Förderung der Sprachentwicklung im Vorschulalter. Ziel dieses Projekts ist es, Kinder in Kindergarten und Kindertagesstätten spielerisch an Schrift und Sprache heranzuführen. Den Auftakt hierzu bildete ein eintägiger Workshop am Standort Wiesloch-Walldorf, wo Heidelberg zusammen mit der PH sowie rund einem Dutzend Erzieherinnen und Lehrkräften Arbeitsgrundlagen entwickelte.

Lernen in anderen Lebenswelten

Nicht nur fachbezogen, sondern auch in sozialer und persönlicher Hinsicht zu lernen ist Teil des Ausbildungskonzepts bei Heidelberg. Die Azubis am Standort Brandenburg realisieren dies auf eine besondere Art: Sie betreuen regelmäßig demenzkrank Bewohner eines Seniorenheims der Caritas. Für die meisten der jungen Menschen ist dies anfangs eine sehr ungewohnte Aufgabe, an die sie sich jedoch schnell gewöhnen – und die beiden Seiten nutzen: den Senioren, weil sie Zeit, Aufmerksamkeit und Zuwendung geschenkt bekommen, aber auch den Jugendlichen, weil sie dabei einen Seitenwechsel vollziehen und jede Menge Erfahrungen für ihre eigene Entwicklung sammeln können.

Azubis unterstützen Patenkind

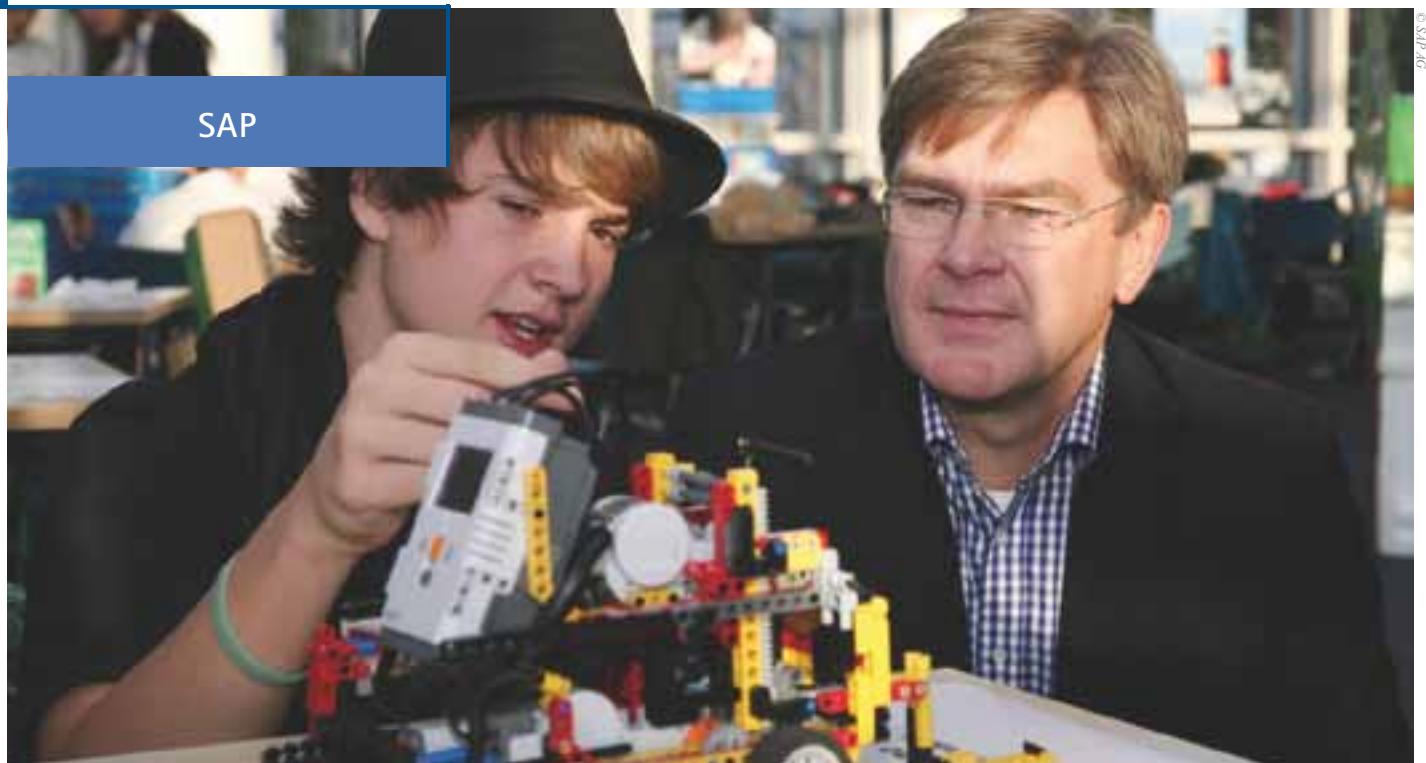
Nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale Verantwortung zu übernehmen – diesen Lernprozess durchläuft stets ein Team von fünf Auszubildenden am Standort Amstetten in einer sogenannten Juniorenfirma. In diesem virtuellen Unternehmen planen, entwickeln, fertigen und verkaufen die jungen Mitarbeiter unter anderem kleinere Produkte wie zum Beispiel aus Gusseisen hergestellte Türmchen oder Uhren im Design von Druckzylindern. Mit dem Erlös werden gezielt soziale Projekte unterstützt. Vor zwei Jahren übernahm die Juniorenfirma über eine Hilfsorganisation die Patenschaft für die heute fünfjährige Daily-Zenayda Caal Sun in Guatemala. Die Spende der Juniorenfirma sichert dem Mädchen für zehn Jahre den Zugang zu altersgerechter Bildung sowie einer medizinischen Grundversorgung.



Stephan Plenz

Mitglied des Vorstands der Heidelberger Druckmaschinen AG

Kurfürsten-Anlage 52–60
69115 Heidelberg
Tel.: 06221/92-00
Mail: environment@heidelberg.com



SAP



© SAP AG

„Gemeinsam mehr erreichen“ – Corporate Social Responsibility bei SAP



Erfolg hat viele Gesichter, und nicht immer geht es dabei ausschließlich um Zahlen. Gemeinsam mit strategischen Partnern aus dem gemeinnützigen Sektor setzt sich SAP daher vor allem für nachhaltige Projekte in den Bereichen Bildung und Entrepreneurship ein. Technologie und Mitarbeiterengagement sind, neben dem finanziellen Investment, nach Möglichkeit immer Bestandteil jeder Partnerschaft.

Kurzporträt

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP AG Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Mehr als 183.000 Kunden (inklusive Kunden von Sybase) setzen auf SAP-Anwendungen und -Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter www.sap.de.

Seinen Ursprung hat das gesellschaftliche Engagement der SAP am Stammsitz in Walldorf. Seit 1998 wurden in der Metropolregion Rhein-Neckar über 200 Projekte mit einem Gesamtvolumen von mehr als 2,5 Millionen Euro ermöglicht. Schwerpunkte der Förderung bilden die Bereiche Bildung, Entrepreneurship sowie Grundbedürfnisse. Seit Herbst 2011 steht dieses Programm auch an anderen SAP-Standorten zur Verfügung. So konnten 2011 insgesamt 80 Projekte an 11 Standorten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz ermöglicht werden. Für die SAP ist dies ein aktiver Beitrag in den Gemeinden, in denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben und arbeiten.

Zu den Projekten gehören zum Beispiel innovative Bildungsinitiativen, die Kinder und Jugendliche für Wissenschaft und Technik, aber auch für unternehmerisches Denken begeistern sollen. Als

nationaler Bildungspartner von Big Brothers Big Sisters Deutschland will SAP dazu beitragen, dass gerade Kinder in schwierigen Lebenssituationen durch Mentoren ihre eigenen Stärken entdecken können. Antrieb für diese Partnerschaft waren die zahlreichen SAP-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in der Rhein-Neckar-Region, Hamburg und München, die sich bereits ehrenamtlich als Mentoren oder Multiplikatoren für die Organisation engagieren.

Als Partner der weltweiten FIRST LEGO League (FLL), fördert SAP seit 2006 die Teilnahme an diesem High-Tech-Wettbewerb. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 16 Jahren mit Spaß und Spannung für Wissenschaft und Technik zu begeistern und sie anzuregen, mit Einfallsreichtum komplexe Aufgaben gemeinsam im Team zu lösen. 2011 nahmen über 243 SAP-Teams in mehr als 25 Ländern an dem Wettbe-

werb teil. Über 700 SAP-Mitarbeiter engagierten sich bis heute als Coaches und Mentoren für ihre Teams. Im Juni 2012 ermöglicht das Unternehmen in Mannheim die erste Austragung der Open European Championships der FLL in Deutschland. Erwartet werden dazu rund 70 Teams aus über 30 Nationen.

Als führendes Software-Unternehmen hilft SAP dem sozialen Sektor vor allem auch mit seinem Technologiespendenprogramm dabei, sich zu professionalisieren und die Arbeit transparenter zu gestalten. Für dieses Engagement wurde SAP gemeinsam mit anderen Unternehmen zum IT-Stifter des Jahres ernannt. Die Plattform www.stifter-helfen.de bietet gemeinnützigen Organisationen und Vereinen in Deutschland Zugang zu einem Produktspendenprogramm und

ermöglicht es ihnen, mit moderner Informationstechnologie zu arbeiten und so beispielsweise die Leistung ihres IT-Netzwerks erheblich zu verbessern. Damit können sich die Vereine ihren eigentlichen Themen intensiver widmen und ihre freien personellen und finanziellen Ressourcen besser nutzen.

SAP stellt aber nicht nur Software oder finanzielle Mittel zur Verfügung, sondern vermittelt vor allem auch Expertenwissen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Daher bieten fast alle Programme auch die Möglichkeit des Engagements für Einzelne oder ganze Teams. Insbesondere im Bereich „Entrepreneurship“ tragen die spezifischen beruflichen Kompetenzen der SAP-Mitarbeiter dazu bei, diesen Sektor weiterzuentwickeln.

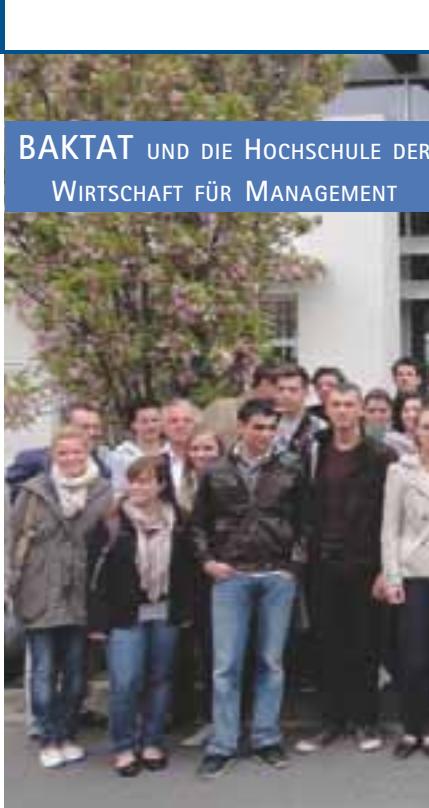
SAP fördert zudem neue Ideen und Lösungen, die wirtschaftlich umsetzbar sind und dauerhaft und nachhaltig funktionieren sollen. Engagierte Menschen können mit dieser Unterstützung soziale Ideen unternehmerisch auf die Beine stellen.

Gemeinsam mit iq-consult aus Berlin hat SAP dafür das Projekt Social Impact Enterprise auf den Weg gebracht. Regionale Unterstützungsbüros wie beispielsweise das Social Impact Lab in Berlin stellen kostenlose Arbeitsplätze, Coaching, Informations- und Qualifizierungsangebote zur Verfügung. So können die Teilnehmer von Beginn an Know-how aufbauen und ihr eigenes Netzwerk knüpfen.

www.sap.de/regionales-engagement



Gabriele Hartmann
Director, Corporate Social Responsibility DACH
Dietmar-Hopp-Allee 16
69190 Walldorf
Tel.: 06227/767550
Mail: gabriele.hartmann@sap.com



BAKTAT UND DIE HOCHSCHULE DER
WIRTSCHAFT FÜR MANAGEMENT

© Hochschule der Wirtschaft für Management



© Hochschule der Wirtschaft für Management

Gemeinsame Förderung von kompetenten Fachleuten und Managern für die Zukunft in der Metropolregion – BAKTAT und die Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim



Kurzporträt

Mustafa Baklan ist geschäftsführender Gesellschafter von BAK Kardeşler. Mit seinen weltweit 1.500 Mitarbeitern und Produktionsstätten in mehreren Ländern ist das Unternehmen der größte türkische Lebensmittelhändler in Deutschland. BAKTAT lautet der Markenname für die Produkte aus dem Hause Baklan, was übersetzt in etwa „Siehe hin und schmecke“ heißt. Die Waren kommen zum großen Teil aus der weit verzweigten unternehmenseigenen Herstellung. BAKTAT-Produkte werden in 50 Ländern in Europa, USA, Australien und Afrika vertrieben.

„Mein Leitgedanke ist, dass ein Unternehmer verantwortungsbewusst seinem Umfeld gegenüber handeln muss. Als türkischstämmiger deutscher Unternehmer trage ich selbstverständlich auch Verantwortung, sowohl der türkischen als auch der deutschen Gesellschaft gegenüber. Aus diesem Grundgedanken heraus habe ich in Mannheim und in anderen Städten Deutschlands eine Reihe von Vereinen und Organisationen mitgegründet, teils bin ich immer noch aktiv dabei. Der Schwerpunkt meines sozialen Engagements liegt in der Wirtschaft und Bildung.“

Interview mit Mustafa Baklan zu seinem Engagement an der Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim.

Frage: Wie kam es zur Zusammenarbeit Ihres Unternehmens mit der privaten Hochschule der Wirtschaft für Management (HdWM) in Mannheim?

Baklan: Als langjähriger Vorsitzender des türkischen Unternehmerverbandes (TID) und als Vorstandsmitglied der ATIAD habe ich zu meinem Leidwesen immer

wieder feststellen müssen, dass die Gewinnung von qualifizierten Managern das größte Sorgenkind der mittelständischen Unternehmen ist. Wenn der Inhaber oder Geschäftsführer einmal ausfällt, gibt es kaum jemanden, der ihn ersetzen kann. Der Präsident der neuen Hochschule, Prof. Dr. Franz Egle, hat uns auf das Projekt aufmerksam gemacht und sein Konzept sehr eindrucksvoll bei uns vorgestellt. Es bietet den mittelständischen Unternehmen in der Region sehr gute Möglichkeiten zur Gewinnung von qualifiziertem Führungskrätenachwuchs.

Frage: Im Gegensatz zur Dualen Hochschule, an der die Studentinnen und Studenten Ausbildungsverträge bei Unternehmen haben, gibt es bei der HdWM keine unmittelbare Bindung der Studierenden an das Partnerunternehmen. Sie selbst fördern fünf Studierende. Was sind dabei die Vorteile für Ihr Unternehmen?

Baklan: Wir haben keinen unmittelbaren Nutzen aus dem Engagement. Die Unterstützung ist in erster Linie für die Gemeinschaft. Wenn wir nicht zusammenhalten und gemeinsam handeln, können wir solche langfristigen Probleme niemals bewältigen. Wir können nicht die Hände in den Schoß legen und warten, dass es von selbst erledigt wird. Das ist nicht der Mittelstand. Dort sind wir die Handelnden. Wir haben die Gewissheit, dass der Managernachwuchs bei der HdWM bestes aktuelles Wissen vermittelt bekommt. Wenn die Studenten das Studium abgeschlossen haben und wir sie brauchen, haben sie bei uns selbstverständlich den Vorrang.

Frage: Sind die Studentinnen und Studenten über die Finanzierung in irgend einer Weise an das Unternehmen gebunden?

Baklan: Nein. Ziel ist lediglich, kompetente Fachleute und Manager für die Zukunft auszubilden, um die Metropol-

region effektiver zu fördern und für die Zukunft fit zu machen. Außerdem ist das Studium an der HdWM eine erstklassige Chance für junge Menschen zum Einstieg in den Arbeitsmarkt. Wir brauchen mehr junge Manager in der Metropolregion. In Zeiten der Wirtschaftskrise hat die Großindustrie massenweise das Land verlassen, dadurch sind uns auch wertvolle Fachkräfte verloren gegangen.

Frage: Wie kommt es, dass Sie sich an der Finanzierung der HdWM beteiligen?

Baklan: In der Metropolregion Rhein-Neckar gibt es seit längerer Zeit enorme Probleme, qualifizierte Wirtschaftsmanager zu finden. Die HdWM ist genau die passende Antwort auf dieses Pro-

blem. Sie hat die richtige Entscheidung in der richtigen Zeit getroffen und den Finger in die Wunde gelegt. Und das möchte ich nach Kräften unterstützen.

Frage: Haben Sie Kontakt zu den Studierenden, die Sie unterstützen?

Baklan: Ich würde mich natürlich freuen, wenn der eine oder andere zu einem Praktikum in unser Unternehmen kommt. Wenn es passt, würde ich auch gerne Absolventen der HdWM einstellen – wir brauchen immer qualifizierte Mitarbeiter. Ich habe auch schon Vorträge in der Hochschule gehalten und bemerkt, dass das Interesse an meinem Unternehmen groß ist.



Mustafa Baklan
Geschäftsführender Gesellschafter
Wattstraße 2-10
68199 Mannheim
Tel.: 0621/83388-0
Mail: mustafa.baklan@baktat.com



Kurzporträt

Der Mittelstandspreis steht unter der Schirmherrschaft von Bischof Dr. Gebhard Fürst (Diözese Rottenburg-Stuttgart), Erzbischof Dr. Robert Zollitsch (Erzdiözese Freiburg) sowie dem Minister für Finanzen und Wirtschaft, Dr. Nils Schmid MdL, und zählt bundesweit zu den teilnehmerstärksten Wettbewerben im CSR-Bereich.

Der Mittelstandspreis für soziale Verantwortung ist Partner der „CSR-Frühstücke Rhein-Neckar“. Beide Initiativen tragen gemeinsam dazu bei, CSR als wichtiges Element bei der Gestaltung einer Zivilgesellschaft zu etablieren.



Lena Fritz

Geschäftsstelle Mittelstandspreis
c/o DiCV Rottenburg-Stuttgart e.V.

Strombergstraße 11
70188 Stuttgart
Tel.: 0711/2633-1147
Mail:
mittelstandspreis-bw@caritas-dicvrs.de

„Die lange Tradition des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen verdient große Anerkennung. Mit ihrem vielfältigen Engagement stiften Unternehmen Solidarität und machen unsere Gesellschaft menschlich und lebenswert.“
Prälat Wolfgang Trips, Diözesancaritashauptdirektor Rottenburg-Stuttgart



Gemeinsam für Baden-Württemberg

CSR als wichtiges Element bei der Gestaltung einer Zivilgesellschaft

Viele Unternehmen in Baden-Württemberg nehmen neben ihrer wirtschaftlichen auch ihre soziale und gesellschaftliche Verantwortung in beispielhafter Weise wahr. Sie schulen Kinder im Bereich Ernährung, organisieren gemeinsam mit ihren Mitarbeitern Ausflüge für Menschen mit Behinderungen oder laden Obdachlose zum Weihnachtsessen ein. Diese CSR-Aktivitäten kleiner und mittlerer Unternehmen sollen ins Licht der Öffentlichkeit gerückt werden und als anstiftende Beispiele dienen. Daher loben das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft in Baden-Württemberg und die Caritas im Jahr 2012 bereits zum sechsten Mal den Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden-Württemberg aus und vergeben die Lea-Trophäe; Lea steht für die Begriffe Leistung – Engagement – Anerkennung.

Der Mittelstand nimmt neben seinen Geschäftsinteressen zunehmend auch das Wohl der Gesellschaft in den Blick: 58 Prozent der mittelständischen Unternehmen in Deutschland – das sind 2,1

Millionen Mittelständler – unterhalten CSR-Aktivitäten und engagieren sich freiwillig für die Allgemeinheit. Selbst kleine Betriebe mit weniger als fünf Beschäftigten halten soziales und gesellschaftliches Engagement für sehr wichtig und leisten hier einen großen Beitrag. Dies belegt eine Studie zu CSR im Deutschen Mittelstand, die 2011 von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (kfw) durchgeführt wurde. Der Mittelstandspreis für soziale Verantwortung will solche CSR-Aktivitäten der kleinen und mittleren Unternehmen in Baden-Württemberg sichtbar machen und honoriern.

Bewerben können sich jährlich bis zum 31. März Unternehmen aus Baden-Württemberg mit bis zu 500 Beschäftigten. Voraussetzung ist, dass sie Wohlfahrtsverbände, soziale Organisationen, Initiativen, Einrichtungen oder (Sport-) Vereine dauerhaft unterstützen oder mit diesen gemeinsam ein soziales Projekt auf die Beine stellen. Informationen und Bewerbungsunterlagen unter www.mittelstandspreis-bw.de

Leistung · Engagement · Anerkennung



GEMEINSAM FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

Mittelstandspreis für soziale Verantwortung

Die Caritas und das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg zeichnen mit dem Mittelstandspreis für soziale Verantwortung jährlich kleine und mittlere Unternehmen aus, die sich gemeinsam mit Organisationen des Dritten Sektors gesellschaftlich engagieren. Mit diesen CSR-Aktivitäten übernehmen die Partner Verantwortung und stärken so die Zivilgesellschaft im Land. Der Mittelstandspreis steht unter der Schirmherrschaft von Bischof Dr. Gebhard Fürst (Diözese Rottenburg-Stuttgart), Erzbischof Dr. Robert Zollitsch (Erzdiözese Freiburg) sowie dem Minister für Finanzen und Wirtschaft Dr. Nils Schmid MdL und zählt bundesweit zu den teilnehmerstärksten Wettbewerben im CSR-Bereich.

Informationen und Bewerbungsunterlagen unter:

www.mittelstandspreis-bw.de



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR FINANZEN UND WIRTSCHAFT

KONTAKT

Wir freuen uns die Veranstaltungsreihe mit weiteren Gastgebern in der Region Rhein-Neckar fortzuführen und laden Sie herzlich ein, unsere CSR-Frühstücke als Gastgeber oder Teilnehmer zu bereichern. Gerne beraten wir Sie und nehmen Ihre Anmeldung entgegen!

[Besuchen Sie die CSR-Frühstücke auch im Internet](#)

Bei Facebook bekommen Sie alle aktuellen Informationen zur CSR-Frühstücksreihe auf einen Blick: Tauschen Sie sich mit Unternehmern Ihrer Region aus, sehen die neusten Termine ein oder lesen bisherige Veranstaltungen nach.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
<http://www.facebook.com/CSRRheinNeckar>

Auf der Homepage der IHK Rhein-Neckar finden Sie die CSR-Frühstücke unter
<http://www.rhein-neckar.ihk24.de/standortpolitik/csr/>

[Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation](#)

Claudia Behrens
Annagraben 40 | 53111 Bonn
Tel.: 0228/902784-15 | Fax: 0228/902784-29
CSR_RheinNeckar@bonne-nouvelle.de | www.bonne-nouvelle.de

Bonne Nouvelle – Sozialkommunikation | Annagraben 40 | 53111 Bonn
IHK Rhein-Neckar | L 1, 2 | 68161 Mannheim