

Anmeldung

► Fax 0621 5904-1604

zu der Veranstaltung

Corporate Social Responsibility –
Unternehmenserfolg durch aktive
Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung

am 17. Mai 2010, 14:00 – ca. 17:30 Uhr

melde/n ich/wir hiermit verbindlich an:

Name, Vorname

Weitere Teilnehmer

Firma

Straße

Ort

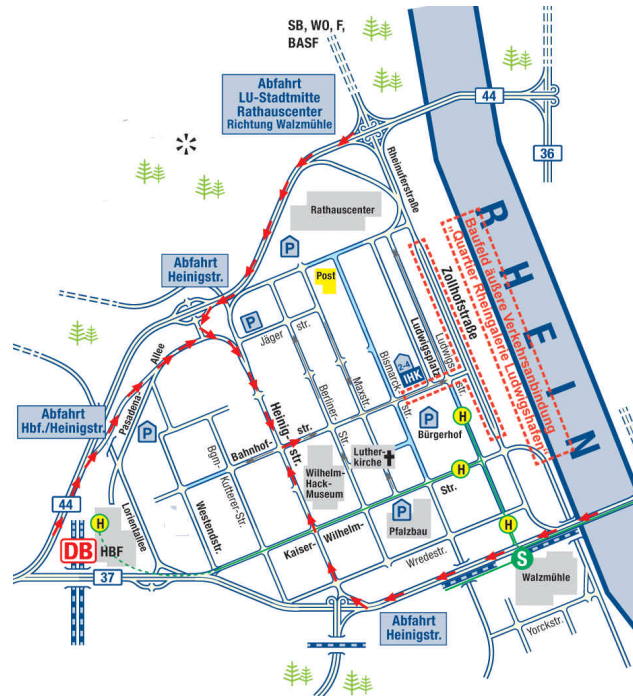
Tel./Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

Anmeldung:

Anmeldeschluss ist der 7. Mai 2010. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt! Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.



ACHTUNG: Aufgrund einer Großbaustelle ist mit Verkehrsbehinderungen zu rechnen, bitte planen Sie für die Anfahrt zur IHK Pfalz etwas mehr Zeit ein.

Termin: Montag, 17. Mai 2010

Veranstaltungsort: Industrie- und Handelskammer (IHK)
für die Pfalz
Ludwigsplatz 2
67059 Ludwigshafen
Sitzungssaal I.101 (Westpfalz), 1.0G

Anmeldeschluss: Freitag, 7. Mai 2010

Das Teilnahmeentgelt ist mit dem IHK-Beitrag abgegolten.

Weitere Informationen:

Dr. Tibor Müller, IHK Pfalz
Tel. 0621 5904-1600 | Fax 0621 5904-1604
tibor.mueller@pfalz.ihk24.de | www.pfalz.ihk24.de

Einladung

CSR Corporate Social Responsibility

Unternehmenserfolg durch aktive
Wahrnehmung gesellschaftlicher
Verantwortung

Informationsveranstaltung

17. Mai 2010 | 14:00 Uhr
in Ludwigshafen



Programm

- 14:00 Uhr **Begrüßung**
Dr. Tibor Müller
IHK Pfalz
- 14:10 Uhr **CSR – Hintergründe und Aktuelles**
Dr. Michael Berger
Sustain Consulting GmbH
- 14:30 Uhr **CSR bei einem Global Player**
Tanja Castor
Sustainability Center BASF SE
- 15:10 Uhr **CSR im Mittelstand**
Stephan Brust
juwi Holding AG
- 15:30 Uhr **Workshop: CSR Themencheck**
Moderation: Dr. Michael Berger
Sustain Consulting GmbH
- 17:00 Uhr **Get together bei Wein und Brezeln**

IHK-Tipp!



Sie möchten junge Menschen ausbilden?
Wie Sie für bedarfsgerechten Nachwuchs sorgen, zeigt Ihnen die IHK.

www.pfalz.ihk24.de

IHK Pfalz

IHK Aus- und Weiterbildung

Corporate Social Responsibility Unternehmenserfolg durch aktive Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung

Immer wieder werden Unternehmen für einen vermeintlich zu sorglosen Umgang mit der Umwelt, ihren Mitarbeitern oder anderen gesellschaftlichen Gruppen angefeindet. Zu häufig wird dabei allerdings übersehen, dass die bereitgestellten Arbeitsplätze sowie die Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen einen wesentlichen Bestandteil unseres Wohlstandes ausmachen.

Die immer stärker zunehmende gesellschaftliche Sensibilität hinsichtlich umweltorientierter und sozialer Aspekte bieten Unternehmen jedoch auch Chancen. Die aktive Positionierung zu Themen wie Umweltschutz, Ausbildung, Produktionsbedingungen – insbesondere im außereuropäischen Ausland – wird von Verbrauchern zunehmend honoriert.

Ansätze, die diese Aspekte berücksichtigen, können unter Überschriften wie nachhaltiges Wirtschaften oder auch Corporate Social Responsibility zusammengefasst werden. Unter Corporate Social Responsibility (CSR) ist die Wahrnehmung ökologischer und sozialer Verantwortung durch Unternehmen im Rahmen ihres Kerngeschäfts zu verstehen: Unternehmer richten hierzu Geschäftsprozesse in ihren Betrieben und innerhalb der Wertschöpfungsketten wirtschaftlich erfolgreich aus und gestalten gleichzeitig aktiv wesentliche gesellschaftliche Aspekte. Die Positionierung zu Themen wie Ressourcennutzung, Effizienz, Gesundheit und Sicherheit, Produktionsbedingungen bei Zulieferern und Ausbildung werden dabei nicht nur als Kostenfaktoren, sondern als Chance zur Marktpositionierung betrachtet.

Eine Verbesserung der Kundenloyalität und Nachfrage, Innovationsaspekte, positive Veränderungen in der Kostenstruktur, vereinfachter Zugang zu Finanzmärkten oder ein verbessertes Image sind einige der möglichen positiven Effekte, die gezielt angestrebt werden können.

Die Veranstaltung führt die Teilnehmer aus verschiedenen Blickwinkeln in die Thematik ein. Zunächst werden wesentliche Inhalte und Hintergründe der Corporate Social Responsibility vorgestellt. Zwei Beiträge aus der Praxis zeigen konkrete Beispiele und Chancen für eine Umsetzung in Unternehmen auf. Schließlich können sich alle Unternehmensvertreter in einem Themencheck einen Eindruck verschaffen, ob eine weitere Auseinandersetzung mit der dargestellten Thematik für ihr Unternehmen ein wirkungsvoller Erfolgsbeitrag sein kann.

Die Referenten

Dr. Michael Berger
Geschäftsführer,
Sustain Consulting GmbH, Schwäbisch Gmünd

Tanja Castor
Sustainability Center,
BASF SE, Ludwigshafen

Stephan Brust
Leiter Abteilung „Interne Kommunikation,
Unternehmenskommunikation“,
juwi Holding AG, Wörrstadt