

CSR Kommunikationskongress
2015 und 2017

Abschlussbericht



Inhalt

1. Dank und Würdigung des Gesamtprojekts
2. Planung
3. Organisationsteam
4. Programm
5. Workshop-Stream I
6. Workshop-Stream II
7. Workshop-Stream III
8. Workshop-Stream IV
9. Fazit
10. Empfang im Friedenssaal
11. Medien / Partner

Impressum

Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.

Novalisstraße 10 · 10115 Berlin

T +49 (0) 30 12088 646

F +49 (0) 30 12088 6461

info@dprg.de · www.dprg.de

Bundesvorstand (BGB): Präsident Norbert Minwegen · Vizepräsidenten Prof. Dr. Stefan Hencke · Philipp Schindera ·
Schatzmeisterin Sabine Clausecker · Beisitzer Sybille Höhne · Christina Kahlert · Clara Lamm · Thomas Lüdeke · Ferdinand
von Reinhardstoettner · Thomas Zimmerling. Eingetragen beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg VR 26139 B

1 Dank und Würdigung des Gesamtprojekts

Mehr als 400 Besucher haben insgesamt die beiden Deutschen CSR-Kommunikationskongresse in Osnabrück im November 2015 und den Folgekongress 2017 besucht. Besonders das gestiegene Interesse an der zweiten Veranstaltung zeigte, dass das Konzept des Deutschen CSR-Kommunikationskongresses, eine Plattform zu schaffen, auf der konkret und aktuell über die Kommunikation von Verantwortung und Nachhaltigkeit diskutiert und gestritten werden kann, erfolgreich war. Dies wurde auch dadurch bestätigt, dass 2017 als weiterer Kooperationspartner das renommierte Netzwerk „Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.) gewonnen werden konnte.

Der CSR-Kommunikationskongress wurde von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und ihrem Arbeitskreis CSR Kommunikation in Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) – sowie 2017 mit dem B.A.U.M. – im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt organisiert und umgesetzt.

Für die DPRG waren die beiden Kongresse sehr erfolgreiche Veranstaltungen, die thematisch gut zur Positionierung des Verbandes passten.

Durch den hohen ehrenamtlichen Einsatz waren sie organisatorisch und wirtschaftlich erfolgreich – das Ziel, eine solche Veranstaltung ohne Verlust abzuschließen, wurde erreicht. Allerdings war dies nur Dank zahlreicher Sponsoren und der risikomindernden Förderung durch die DBU möglich.

Für alle Überlegungen zur Fortsetzung des Konzepts bedeutet dies, dass zunächst ein Partner gefunden werden muss, der bereit ist, das finanzielle Risiko und auch Teile des organisatorischen Aufwands mitzutragen.

Der Bundesvorstand der DPRG hat sich hinter das Konzept des CSR-Kommunikationskongresses gestellt. Er sieht aber keine Möglichkeit, die Finanzierung einer Veranstaltung dieser Art und Größenordnung aus Beitragsmitteln abzusichern. Die Suche nach Partnern kann also beginnen.

Der Dank gilt an dieser Stelle den zahlreichen Sponsoren und Förderern der beiden Kongresse. Zuvorderst dem Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die beide Veranstaltungen aktiv unterstützt haben. Er gilt ganz besonders der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, die den Kongress durch ihre Förderung ermöglicht hat.

2 Planung

Das bereits für den Kongress 2015 gebildete Organisationsteam hat in praktisch unveränderter Besetzung auch die Umsetzung des zweiten Kongresses übernommen. Insgesamt fanden dazu zwei größere Planungsmeetings und drei Telefonkonferenzen statt. Hinzu kamen Absprachen zwischen den einzelnen Workshop Teams.

Wie auch beim ersten Kongress wurden aus dem Team heraus für jeden Workshop ein bis zwei Verantwortliche bestimmt, die autonom und federführend die inhaltliche und organisatorische Vorbereitung der einzelnen Veranstaltungselemente übernahmen.

Die Ticket-Preisstruktur blieb beim zweiten Kongress unverändert. Das vollständige Handling des Ticketverkaufs übernahm im Auftrag der DPRG das DBU Zentrum für Umweltkommunikation, ebenso wie die Beauftragung und Organisation des Caterings.

3 Organisationsteam

Als neuer Partner für den Kongress konnte der B.A.U.M. e.V. gewonnen werden. Dadurch konnte ein weiterer, sehr guter Kreis der Mitwirkenden erschlossen werden. Der BAUM e.V. hat sich nach dem Kongress auch unmittelbar zur weiteren Mitarbeit an einem möglichen 3.CSR-Kommunikationskongress bereit erklärt.

Das Organisationsteam bestand insgesamt aus:

- **Riccardo Wagner**, Inhaber BetterRelations, Orga-Leitung und Leiter des AK CSR Kommunikation (DPRG/DNWE)
- **Nicole Susann Roschker**, Corporate Responsibility Management PwC AG und Leiterin des AK CSR Kommunikation (DPRG / DNWE)
- **Prof. Dr. Markus Große Ophoff**, Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt
- **Dr. Frank Simon**, Vorstand Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
- **Prof. Dr. Lars Rademacher**, Hochschule Darmstadt
- **Tobias Bielenstein**, Branding Institute AG
- **Marcus Eichhorn**, Inhaber BetterRelations
- **Dr. Tim Breitbarth**, Bournemouth University
- **Dr. Katrin Wippich**, B.A.U.M. e.V.

DPRG Bundesgeschäftsstelle (nur CSR Kongress II):

- **Thomas Scharfstädt**, Referent
- **Wolfgang Schmalenberg**, Controlling & Buchhaltung
- **Sabine Clausecker**, Schatzmeisterin, Bundesvorstand

Chronik

- Mitte 2014 – Der Bundesvorstand der DPRG beschließt die Planung eines CSR-Kommunikationskongresses in den Jahren 2015 und 2017; federführend für die fachliche Gestaltung wird der Arbeitskreis CSR-Kommunikation der DPRG. Das Beratungsunternehmen BetterRelations Eichhorn Wagner GbR übernimmt gemeinsam mit der DPRG als spezialisierter Dienstleister für CSR-Management und CSR-Kommunikation die fachliche Beratung und Organisation. Der Co-Inhaber Riccardo Wagner ist zugleich Leiter des Arbeitskreises CSR-Kommunikation der DPRG.
- August 2014 bis Oktober 2014 – Planungsarbeiten (Rahmenprogramm, Speaker, Medien, Pressearbeit)
- Oktober 2014 bis Januar 2015 – Detailplanungen, Buchungen
- Januar 2014 bis Mai 2015 – Nachwuchspreis, Vorbereitung Kongressunterlagen etc., Pressearbeit und Teilnehmerwerbung
- Juni 2015 – Bewilligung des Förderantrages durch die DBU
- November 2015 - 1. Deutscher CSR-Kommunikationskongress in Osnabrück mit mehr als 200 Anmeldungen.
- Dezember 2015 – Umzug der DPRG in eine neue Geschäftsstelle, personelle Veränderungen des Projektmanagements in der DPRG Geschäftsstelle
- Januar bis Juli 2017 – Launch der neuen Website, Einwerbung von Sponsoren wie Tedi, KiK, Schufa, AfB und EcoIntense
- November 2017 - 2. Deutscher CSR-Kommunikationskongress in Osnabrück die Veranstaltung ist mit > 200 Anmeldungen ausverkauft

4 Programm

Im Programm für den November 2017 gab es mehrere strukturelle Änderungen. Am wesentlichsten war die Ausweitung des Programms auf den Nachmittag des 1. Kongresstages und die Verlagerung des Roundtables auf den Morgen des 2. Kongresstages. Dies war erforderlich, um im Anschluss an die Veranstaltung umbauen und die einzelnen Segmente des großen Saales für Vorträge nutzen zu können.



Programm

Nach dem Erfolg des ersten Kongresses im November 2015 erwartete die Teilnehmer in Osnabrück 2017 ein deutlich erweitertes Programm. Neben zahlreichen Fachvorträgen, Foren und Workshops bot auch der zweite Kongress wieder viele Gelegenheiten zum Networking unter Kollegen und zum fachlichem Austausch.

Die Themen:

- CSR-Kommunikation im Mittelstand
- Globale Berichterstattung von Konzernen
- Nachhaltigkeitskommunikation in Start-Ups und kleinen Unternehmen
- CSR-Kommunikation im öffentlichen Sektor
- Storytelling in der CSR-Kommunikation
- Nachhaltigkeit in sozialen Medien
- Greenwashing & CSR-Kommunikation (Podiumsdiskussion)
- Pressearbeit & CSR
- CSR-Tool & Software
- aktuelle Entwicklung im CSR-Reporting
- Produkt und POS-Kommunikation von Nachhaltigkeit
- Interne Kommunikation & CSR

Abschlussbericht CSR Kommunikationskongress 2015 & 2017 - Themen



Deutsche
Public Relations
Gesellschaft e.V.

2. Deutscher CSR-Kommunikationskongress, 1. Tag 09.11.2017

WS-Stream	Workshop 1 Raum: Konferenzraum 1 (DBU ZUK)	Workshop 2 Raum: Konferenzraum 2 (DBU ZUK)	Workshop 3 Raum: Konferenzraum 3 (DBU ZUK)	Workshop 4 Raum: 2 (DBU Naturerbe)
1 ab 15.00 Uhr	Nachhaltigkeitskommunikation im Mittelstand	Wie Konzerne strategische CSR-Themen anstoßen	Nachhaltigkeitskommunikation von start-ups und kleinen Unternehmen	Nachhaltigkeitskommunikation im öffentlichen Sektor
Pause, ab 16 Uhr				
2 ab 16.15 Uhr	Storytelling	CSR-Tool & Software im Vergleich (Sponsored Pitch)	Unternehmensverantwortung in der Bürgerwahrnehmung	
Ende Tag 1, ab 17.15 Uhr				
Abendprogramm: Empfang Rathaus ab 18 Uhr, Get-together Brauhaus ab 19.30 Uhr				

2. Deutscher CSR-Kommunikationskongress, 2. Tag 10.11.2017

Ab 8 Uhr Registrierung, Begrüßung und Keynote, ab 9 Uhr, großer Saal DBU Zentrum für Umweltkommunikation (ZUK)				
Podium: Mythos Greenwashing? – Grenzen und Pflichten der CSR-Kommunikation, ab 9.30 Uhr, großer Saal DBU ZUK				
Umbau/Pause ab 10.30 Uhr				
WS-Stream	Workshop 1 Raum: Konferenzraum 1 (DBU ZUK)	Workshop 2 Raum: Konferenzraum 2 (DBU ZUK)	Workshop 3 Raum: Konferenzraum 3 (DBU ZUK)	Workshop 4 Raum: 2 (DBU Naturerbe)
3 ab 11.15 Uhr	Pressearbeit und CSR-Kommunikation	Nachhaltigkeitsreporting – Sind Standards der Garant für Qualität?	Social Media & CSR	Informieren und Verkaufen?! Nachhaltigkeitskommunikation mit Standards und Siegeln
Pause & Lunch, ab 12.45 Uhr				
4 ab 14 Uhr	Politik und Nachhaltigkeitskommunikation	CSR und Interne Kommunikation	Employer Branding & CSR	Konsumentendialog & CSR
Rückblick & Ausklang ab 15.30 Uhr, Foyer DBU ZUK				
Ende Kongress				

5 Workshop-Stream I

1.1 Nachhaltigkeitskommunikation im Mittelstand

„Tue Gutes und rede darüber“ ist eine Haltung, die viele Mittelständler aus Bescheidenheit nicht teilen. Insbesondere dann, wenn sich das Gute aber auf die sozialen und ökologischen Eigenschaften des hergestellten Produktes, des Produktionsprozesses oder der verwendeten Materialien beziehen, ist dies nicht nur für das eigene Unternehmen wirtschaftlich schädlich, sondern auch für die Entwicklung der Branche hin zu mehr Nachhaltigkeit sehr bedauerlich.

1.2 Nudges - Wie Konzerne strategische CSR-Themen anstoßen

Viele Konzerne engagieren sich in Projekten mit gesellschaftlichem Bezug. Oft handelt es sich um strategisch relevante Themenfelder, bei welchen Stakeholder aus unterschiedlichen Sektoren aktiv in die Projekte eingebunden werden. In dem Workshop werden konkrete Beispiele aus der Praxis vorgestellt, die zeigen, wie Konzerne Kommunikationsinitiativen entwickeln und durchführen können, die Stakeholder zur Zusammenarbeit bzw. zum Mitmachen motivieren.

1.3 Nachhaltigkeitskommunikation von start-ups und kleinen Unternehmen

Nirgendwo kann so deutlich werden, dass Nachhaltigkeit ein entscheidender Motor für Innovation, Begeisterung und Erfolg sein kann wie bei start-ups und kleinen Unternehmen. Die Integration von sozialen und ökologischen Zielen von Anbeginn in das Geschäftsmodell kann den entscheidenden USP ausmachen. Untrennbar damit verbunden ist die erfolgreiche Kommunikation mit den Stakeholdern, die im Idealfall nicht nur vom Business Case überzeugt, sondern an der Entwicklung des Unternehmens beteiligt werden sollen. Da die Deckung des Finanzbedarfs eine der großen Hürden von jungen Unternehmen ist, kommen wir in dem Workshop ins Gespräch sowohl mit Vertretern von start-ups wie als auch mit Repräsentanten aus dem Bereich der Finanzierung und loten aus, wie Nachhaltigkeitsthemen erfolgreich in die Kommunikation integriert werden können.

Workshop-Stream I

1.4 Nachhaltigkeitskommunikation im öffentlichen Sektor

Der öffentliche Sektor hat der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung entsprechend Vorbildcharakter für die Umsetzung der Agenda 2030 auf allen Ebenen der öffentlichen Verwaltung. Dies betrifft Bund, Länder und Kommunen gleichermaßen. Doch wie vermittelt man als Landesregierung oder als Kommune das Thema Nachhaltigkeit? Wie müssen die Kernbotschaften lauten, wer sind die Zielgruppen, wie kann Beteiligung gelingen, welche Formate eignen sich hierfür und welche weniger?

Der Workshop zeigt anhand der konkreten Beispiele der Nachhaltigkeitskommunikation des Landes NRW und der bundesweiten Projektreihe „Die Modernisierungsbündnisse“, die in einzelnen Landkreisen und Kommunen umgesetzt wird, welche Herausforderungen sich im Hinblick auf Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen hierbei für die Akteure ergeben.

6 Workshop-Stream II

2.1 Storytelling

Dieser Workshop soll zur originellen und authentischen (CSR)-Kommunikation ermutigen. Zum Beispiel, wie ein Storytelling-Ansatz intern und extern Interesse wecken kann für CSR und, somit letztlich auch Wertschöpfung durch CSR.

2.2. CSR-Tool & Software im Vergleich (Sponsored Pitch)

Das Management von IT-Prozesse wird immer komplexer und weitreichender, umso wichtiger sind deshalb praxisnahe Tool und IT-Services, die helfen Daten schneller zu erfassen, sinnvoll auszuwerten und für zeitnah Kommunikation und Management verfügbar zu machen. In diesem Sponsored Pitch stellen die führenden IT-und Software-Anbieter im Nachhaltigkeitsmanagement und Reporting in kurzen 10-15 Minuten-Pitches Ihre Lösungen vor und beantworten Fragen.

2.3 Unternehmensverantwortung in der Bürgerwahrnehmung

Ausmaß und Ausgestaltung unternehmerischer Verantwortung sind ein Dauerthema öffentlicher Debatten und werden in Deutschland mit großer Skepsis gegenüber Unternehmen verfolgt. Unter der Leitung von Prof. Dr. Ulrike Röttger untersucht das Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster in einem dreijährigen Projekt, wie Urteile über die Verantwortung von Unternehmen zu Stande kommen. Dabei stehen drei zentrale Akteure und Stakeholdergruppen im Fokus: Medien, Bürger und Unternehmen.

Auf dem CSR-Kommunikationskongress stellt Prof. Dr. Röttger die Ergebnisse der Bürgerbefragung im Rahmen dieses Projektes erstmals der PR-Fachöffentlichkeit vor. In der Befragung standen mit der Bekleidungsindustrie und Banken zwei Branchen im Fokus, die besonders kritisch beobachtet werden. Dabei wurde u.a. gefragt, wofür und wie Unternehmen Verantwortung übernehmen sollen.

7 Workshop-Stream III

3.1 Pressearbeit und CSR-Kommunikation

Leitthema ist CSR in der Wirtschaftsberichterstattung. Das Thema soll anhand einer moderierten Diskussionsrunde mit Zuschauerinteraktion ähnlich dem "ARD Presseclub" beleuchtet und ergründet werden.

3.2 Nachhaltigkeitsreporting – Sind Standards der Garant für Qualität?

GRI, DNK, IIRC... Möchten Unternehmen über ihre CSR-Aktivitäten berichten, können und müssen sie sich mit der Frage auseinandersetzen, welcher Standard den Rahmen ihres Reportings bildet. Doch ist der Reportingrahmen auch der Garant für gute Qualität im Reporting? Auf welche Faktoren kommt es an? Auf der Basis von kurzen Impulsvorträgen aus unterschiedlicher Perspektive lautet das Ziel des Workshops, eine Diskussion mit Podiumsgästen und Teilnehmern über die Qualitätsfaktoren von Nachhaltigkeitsberichten zu führen, relevante Qualitätskriterien zu identifizieren und das Verhältnis zwischen Berichtsstandards und Qualitätskriterien zu klären.

3.3 CSR und Social Media

Impuls: Mit gutem Content zum Erfolg – Learnings aus Utopia.de (ca. 15 min) Im Dialog: Status Quo, Learnings, Herausforderungen der Teilnehmer.

3.4 Informieren und Verkaufen?! Nachhaltigkeitskommunikation mit Standards und Siegeln

Nachhaltige Produkte sollen nicht nur „einfach gut“ sein – sie sollen sich auch verkaufen. Und dabei idealerweise besser abschneiden als Produkte, die mit weniger Umsicht in Punkto Nachhaltigkeit und CSR des Herstellers produziert wurden. Welche Rolle spielen dabei Nachhaltigkeits-Siegel. Was leisten die dahinterliegenden Standards? Das Ziel des Workshops ist es, dieser Fragestellung aus verschiedenen Perspektiven nachzugehen. Dabei soll die Kommunikation in Richtung Verbraucher, aber auch mit Blick auf andere Stakeholder diskutiert werden.

8 Workshop-Stream IV

4.1 Politik und Nachhaltigkeitskommunikation

Mit welchen Zielen, mit welchen Inhalten und welchen Kommunikationsmaßnahmen arbeiten Unternehmen und NGOs in Richtung Politik für mehr CSR/Nachhaltigkeit? Und welche Maßnahmen sind erfolgreich?

4.2 CSR und Interne Kommunikation

Es gibt keine erfolgreiche CSR-Strategie, die von den Mitarbeitern des Unternehmens als Botschafter und Umsetzer nicht getragen wird. Gelingt dies jedoch sind die positiven Effekte für die Mitarbeitermotivation und -bindung aber auch für externe Kommunikation und Reputation deutlich. Doch wie gewinnt man seine Kollegen für das Thema Nachhaltigkeit mitten im beruflichen Alltag und in Zeiten ökonomischen Drucks. Wie gestaltet und kommuniziert man den damit verbundenen Wandel. Wie vermittelt man den Sinn von CSR und schafft Räume für individuelle und kollektive Sinnstiftung? Diesen Fragen geht der Workshop auf mehreren Wegen nach.

4.3 Employer Branding

Der Workshop verschreibt sich einerseits der Frage, ob CSR-Image und -Kultur als Teil der Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber tragen? Andererseits, welche Komponenten von CSR besonders einflussreich sind, um die Unternehmenskultur und -wahrnehmung zu beeinflussen und ändern.

4.4 Konsumentendialog

Kaum ein Unternehmen, das sich der Nachhaltigkeit verschrieben hat, kann heute auf einen Stakeholder-Dialog verzichten, um seine Geschäftspolitik auf die Bedürfnisse der Umwelt abzustimmen. Im Konsumgüterbereich gilt die Kommunikation mit den Verbrauchern als eine besondere Herausforderung. Am Beispiel der Textil- und Bekleidungsindustrie wollen wir dies intensiv diskutieren.

9 Fazit

Insgesamt war der 2. Deutsche CSR-Kommunikationskongress ein echter Erfolg. Es konnten deutlich mehr Sponsoren und Partner gewonnen werden. Hochkarätige Gäste und Experten nahmen als Vortragende und Moderatoren daran teil. Unter ihnen dm-Gründer Götz Werner. Mit deutlich mehr als 200 Teilnehmern war der Kongress voll ausgebucht und ausgelastet. Das Feedback der Teilnehmer war sehr positiv.

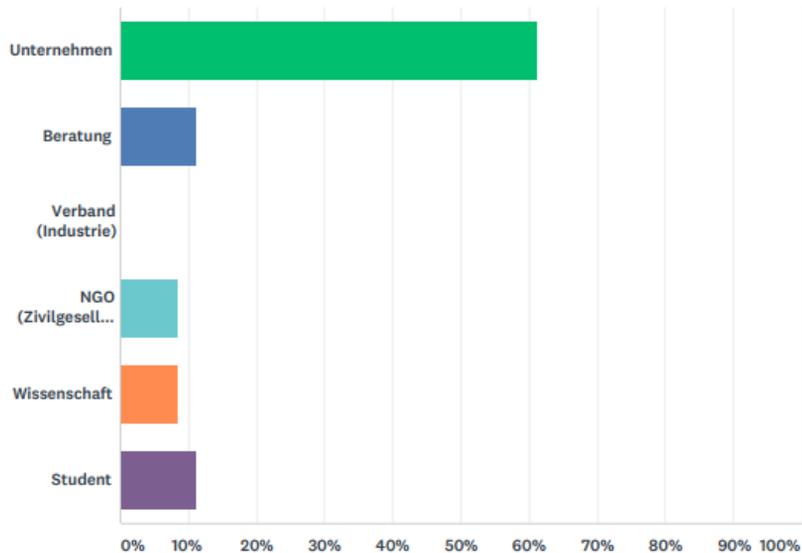
Der Kongress wurde fast ausschließlich von ehrenamtlichen Kräften organisiert und umgesetzt. Die dabei hin und wieder unausweichlichen organisatorischen Probleme konnten aber vor Ort auch durch das großartige Engagement der DBU-Mitarbeiter ausgeglichen werden.

Der Kongress stellt an die Ablauf- und Raumplanung große Anforderungen, was Flexibilität und Abläufe angeht. Nicht immer konnten diese während des zweiten, programmlich ausgeweiteten Kongresses optimal gelöst werden. Dennoch bleibt aus Sicht der Veranstalter und Partner sowie des Organisationsteams ein insgesamt sehr positives Bild. Aus Sicht der Planer soll der 2. CSR Kommunikationskongress nicht der letzte gewesen sein.

Im Hinblick auf die mögliche Fortsetzung des Veranstaltungskonzepts müssen daher schon heute Überlegungen hinsichtlich weiterer Partner und Unterstützer angestellt werden.

Q1 In welchem Bereich sind Sie tätig?

Answered: 36 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Unternehmen	61.11%	22
Beratung	11.11%	4
Verband (Industrie)	0.00%	0
NGO (Zivilgesellschaft)	8.33%	3
Wissenschaft	8.33%	3
Student	11.11%	4
TOTAL		36

10 Empfang im Friedenssaal des Rathauses der Stadt Osnabrück

Keynote Götz Werner, Gründer der Drogeriemarktkette dm und
CSR-Vorreiter in Deutschland



11 Medienpartner und Unterstützer

Zahlreiche Medienpartner haben die Kongresse I und II unterstützt. Für den zweiten Kongress konnten diese noch ausgeweitet werden. Damit war ein Großteil der relevanten Fachöffentlichkeit Partner der Veranstaltungen.

Unsere Medienpartner waren:

- PR-Report
- PR-Journal
- Forum Nachhaltig Wirtschaften
- Enorm
- Umweltdialog
- Nachhaltige Jobs
- Life Verde
- Utopia.de
- GreenUp-Magazin
- Absolut Research
- Netzpiloten

Die Kooperation mit der Hochschule Osnabrück in der Onlinekommunikation trug sehr zum Erfolg bei. Die Studentinnen und Studenten sorgten für eine aktive Vorberichterstattung, besonders in den sozialen Medien, und unterstützten auch bei der Nachberichterstattung.

Die Stadt Osnabrück, die IHK und die Wirtschaftsförderung der Stadt waren als weitere Partner mit ab Bord. Hinzu kamen das studentische Netzwerk Sneep und die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR). Alle Partner haben den Kongress auch im Vorfeld mitbeworben.

Abschlussbericht CSR Kommunikationskongress 2015 & 2017 - Medien/Partner

DPRG

Deutsche
Public Relations
Gesellschaft e.V.

DPRG Journal

2. CSR-KOMMUNIKATIONSKONGRESS OSNABRÜCK

„Ein Format für aktuelles Know-how und eine wirkungsvolle CSR-Kommunikation“

Der zweite CSR-Kommunikationskongress von DPRG und dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) brachte an zwei Tagen rund 270 interessierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Osnabrück zusammen. Ein Highlight war der Empfang der Teilnehmer im Friedenssaal der Stadt Osnabrück mit einer Festrede von Götz Werner, dem Gründer der Drogeriemarktkette dm. Er betonte, wie wichtig Wertschätzung ist und wie entscheidend die Frage, ob der Mensch als Mittel oder Zweck gesehen wird.

In 15 Workshops standen aktuelle CSR-Themen auf der Agenda, wobei vor allem der Nutzwert und das hohe Niveau der Beiträge überzeugten, wie Stimmen der Teilnehmer zeigen. Thorsten Rolles von C&A sieht die

Bedeutung der Nachhaltigkeitskommunikation insgesamt gestärkt: „Der CSR Kommunikationskongress hat einmal mehr gezeigt, welche hohe Bedeutung und welche großen Herausforderungen Nachhaltigkeitskommunikation hat, insbesondere wenn es um die praxisorientierte Anwendung von theoretischem Wissen geht.“ Peter Heinrich, Agentur für Kommunikation, lobt den Austausch und die Wissensvermittlung: „Sie haben mit dem CSR-Kommunikationskongress ein Format geschaffen, wo CSR-Verantwortliche aktuelles Know-how für eine wirkungsvolle CSR-Kommunikation finden.“ Klara Marquardt vom Bauverein der Elbgemeinden eG konnte Motivation und Anregung gewinnen: „Positive Praxisbeispiele und unter-

schiedliche Perspektiven der Fachleute sind inspirierend und motivierend für das eigene Nachhaltigkeitsmanagement.“ Claudia Brueck von Fairtrade Deutschland fasst ihre Eindrücke so zusammen: „Ein großer Bienenschwarm der Vernetzung und Kreativität.“ Der 2. CSR-Kongress konnte mit großer Unterstützung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt und zahlreiche Sponsoren stattfinden. Auf Seiten der DPRG zeichneten Riccardo Wagner und Nicole Susann Roschker, Leiter des Arbeitskreises CSR-Kommunikation, verantwortlich. In der Umsetzung wurden sie von 17 Studierenden des Bachelor-Studiengangs Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück aktiv unterstützt.

KOMM
CSR²
KONGRESS
Kommunikation
DER VERANTWORTUNG

2. Deutscher CSR Kommunikationskongress am
9. und 10. November 2017 in Osnabrück

Veranstaltet durch die Deutsche Public Relations
Gesellschaft (DPRG) in Kooperation mit dem
Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE)

csr-kongress.de dprg.de



Rund 270 CSR-Expertinnen und -Experten nahmen an der Eröffnung im Foyer



Ein Team aus 17 Studierenden der Hochschule Osnabrück organisierte, twitterte und streamte für den Kongress.



In Workshops und Diskussionen gab es lebendigen Austausch.



Das Foyer bot mit Ausstellungen der Sponsoren Gelegenheit zum Netzwerken.



Teilnehmer diskutierten angeregt.

DPRG Journal

Abschlussbericht CSR Kommunikationskongress 2015 & 2017 - Resonanz



Deutsche
Public Relations
Gesellschaft e.V.

CSR KOMMUNIKATION: VERSO AUF DEM 2. DEUTSCHEN CSR-KOMMUNIKATIONSKONGRESS

27.10.2017 in Blog

CSR Kommunikation wurde am 09. und 10. November 2017 groß geschrieben: Der 2. Deutsche CSR-Kommunikationskongress: Offene seine Tore für CSR Manager, Nachhaltigkeitsbeauftragte und Experten. Wir haben uns sehr gefreut über das tolle Feedback zu Verso Möglichkeiten für die CSR Kommunikation und ebenso über die vielen spannenden Begegnungen auf dem CSR-Kommunikationskongress.

IDEEN FÜR NACHHALTIGKEIT UND CSR KOMMUNIKATION

Neben dem Umweltschutz ist die CSR-Berichterstattung auch die Nachhaltigkeitskommunikation von Mitarbeitern, Konzern und kleinen Unternehmen im Fokus des CSR-Kommunikationskongresses. Daran wird diskutiert, wie verschiedene Stakeholder insbesondere Bürger die Unternehmensverantwortung beurteilen. Über Ideen für die Kommunikation von Nachhaltigkeit im öffentlichen Sektor und darüber, wie konkrete strategische CSR-Themen an beiden anbinden.

Zwischen CSR-Beitrag, Praxis und Fallbeispielen aus dem Nachhaltigkeitsmanagement sowie der Austausch zwischen den Teilnehmer*innen des CSR-Event als

VERSO ALS SOFTWARE FÜR NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

In unserer Keynote und vielen persönlichen Gesprächen dürfen wir zeigen, wie Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele mit Verso ganz einfach kommunizieren, sammeln und managen können.

Verso Lösungen vorstellen.
Ein persönliches Highlight für das Verso-Team war die Begegnung mit dem CSR-Vorstand, Unternehmen und Gründer von DM-Prof. Gode-Werner.

Das Fazit von Verso: Zwei runderum gelungene Tage auf einem Nachhaltigkeitskongress, das noch viele spannende Fortbildungen erwarten lässt.

10 Dinge, die du tun kannst, um den Bienen zu helfen

Minimalismus mit Capelle
Wardrobe: 10 Kleidungsstücke

Diese Lebensmittel sind nicht so

HNE Eberswalde
Hochschule für nachhaltige Entwicklung
Fachbereich Landschaftsplanung und Naturschutz

Berufsbegleitendes Weiterbildungsangebot Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement

2. CSR Kommunikationskongress
9. November 2017 @ 14:00 - 10. November 2017 @ 16:00

Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit stehen immer mehr im Fokus der öffentlichen Diskussion. Doch auch innerhalb von Unternehmen wird das CSR-Management mehr und mehr zu einem erfolgskritischen Faktor. Die gelungene Kommunikation von Verantwortung, aber auch Verantwortung innerhalb der Kommunikation sind deshalb ebenfalls unabdingbar für den Unternehmenserfolg. Grund genug diesem Thema einen eigenen, spezialisierten Kurs zu widmen.

Alle Veranstaltungen
Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden

FOLGER:
ÜBERSICHT
Über uns
Stützungsseite auf free.de
Teilnehmer
Kooperationspartner*innen

KURSE FÜR DAS WINTERSEMESTER 2016/17
Bereitstellung für das Wintersemester 2016/17 ist der 31. August 2016.
Wir gestalten einen Frühbucherkurs mit 10% auf die Zertifikatskurse bis zum 30. Juni 2016.
Anmeldefristen

ONLINE BEWERBUNG MASTERSTUDIUM
Online bewerben

„Tue Gutes und rede darüber“: 2. CSR-Kommunikationskongress

19. Oktober 2017 von UTOPIA.de
Kategorie: Umweltthemen

Kommunikation
Konsumenten wünschen sich vermehrt nachhaltige Produktalternativen, dabei gewinnt das „CSR-Management“ (Corporate Social Responsibility, etwa „Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung“) an Wichtigkeit. Der zweite deutsche CSR-Kongress widmet sich erneut der Kommunikation dieses schwierigen Themas.

„Tue Gutes und rede darüber“ gilt als Leitsatz aller Kommunikationsarbeit und im Bereich der Nachhaltigkeit gilt dies erst recht. Im Sprichwort steckt schon das ganze Problem, denn

PR Journal
#Puffers PR-Portal - die Nr.1 der PR-Branche im Internet

Nachrichten - Meinungen - Service - Sponsored Content - PRJ Angebote

JOBVORDE.DE
Wirtschaftsjobber

Jobsuche in Berlin Region:
Berlin | Hamburg | Köln | München | Nürnberg | Leipzig | Stuttgart | Dresden | Mainz | Düsseldorf | Köln | Erfurt
Karlsruhe | Bremen | Regensburg | Potsdam | Saarbrücken | Dortmund | Bonn | Essen

JOBS FINDER | MAGAZIN | GUTNE ABSTUFUNG | KARRIERE GUIDE

News - News & Ticker - 2. Deutscher CSR Kommunikationskongress: Plattform für Zukunftsthemen

2. Deutscher CSR Kommunikationskongress: Plattform für Zukunftsthemen
Am 9. und 10. November findet in Osnabrück der 2. Deutsche CSR Kommunikationskongress statt. Auch in diesem Jahr verspricht er wieder ein voller Erfolg zu werden.

2. CSR-Kommunikationskongress: Ehrlichkeit, Transparenz und aus Fehlern lernen

Beschrieben von Alina Frank, Osnabrück | Veröffentlicht: 14. November 2017 | Zuletzt aktualisiert: 21. November 2017 | Zugriffe: 1307 |

Podiumsdiskussion zum Thema Greenwashing mit Moderator Tobias Bienenstein (links), Peter Soelle (2. v. v. r.), Volker Gaisner (2. v. l.), Greenpeace, Jens Marquardt (M), Leiter Unternehmenskommunikation Holcim, und Riccardo Wagner (r.).

Zwei Tage spannende Workshops, anregende Diskussionen, neue Kontakte und Erfahrungsaustausch – der zweite CSR-Kommunikationskongress am 9. und 10. November in der Deutschen Bundesstiftung Umwelt in Osnabrück war

UmweltDialog
Wirtschaft · Verantwortung · Nachhaltigkeit

Management | Wirtschaft | Verbraucher | Umwelt | Politik | Über uns

Home - Management - Messen & Konferenzen - Erster Deutscher CSR-Kommunikations-Kongress

03.08.2015
Messen & Konferenzen
Erster Deutscher CSR-Kommunikations-Kongress

Am 13.11.2015 findet im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) der 1. Deutsche CSR-Kommunikationskongress statt. Veranstalter ist die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE). Ab sofort können Tickets für den spannenden Kongress gebucht werden, den UmweltDialog.de als Medienpartner unterstützt.

CSR² KOMMUNIKATIONSKONGRESS

15.10.2017
15. OKT 2017 REDUKTION
Die Netzpilote sind Partner des CSR Kommunikationskongresses 2017

Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit sind Schlagwörter unserer Zeit - nicht nur in der öffentlichen Diskussion, sondern auch innerhalb von Unternehmen. Doch wie wird das CSR-Management zu einem entscheidenden Faktor für den Unternehmenserfolg? Die gelungene Kommunikation von Verantwortung und die Verantwortung innerhalb der Kommunikation sind für den Unternehmenserfolg unabdingbar - deswegen ist der 2. Deutsche CSR Kommunikationskongress am 9. und 10. November in Osnabrück diesem Thema gewidmet.

<https://utopia.de/deutscher-csr-kommunikationskongress-66068/>

<https://versoglobe.com/de/2017/11/27/csr-kommunikation-kommunikationskongress/>

<http://snm-hnee.de/event/2-csr-kommunikationskongress/>

<https://nachhaltigkeitsblog-hda.de/2017/10/15/nachhaltigkeit-verantwortung-2-deutsche-csr-kommunikationskongress/>

<https://www.jobverde.de/magazin/news-tipps/2-deutscher-csr-kommunikationskongress-plattform-fuer-zukunftsthemen>

<http://www.umweltdialog.de/de/management/Messen-Konferenzen/2018/1.-Deutscher-CSR-Kommunikationskongress.php>

<https://www.netzpiloten.de/partner-csr-kommunikationskongress-2017/>

<https://pr-journal.de/lese-tipps/termine-tagungen/19633-zweiter-csr-kommunikationskongress-in-osnabrueck.html>

<https://pr-journal.de/nachrichten/branche/19740-2-csr-kommunikationskongress-ehrlichkeit-transparenz-und-aus-fehlern-lernen.html>