

Share

Nr.16, Oktober 2009

Ein exklusiver Informationsdienst
der Kindernothilfe für Unternehmen

Unternehmen in sozialer Verantwortung

„Ich verändere die Welt“ – 50 Jahre Kindernothilfe!

Gegründet 1959 von engagierten Christen, erreicht die Kindernothilfe heute mehr als 568.000 Mädchen und Jungen in 28 Ländern und ist damit eines der größten Kinderhilfswerke in Europa. Dass die Kindernothilfe viel Gutes für benachteiligte Kinder tun kann, verdankt sie auch der Unterstützung zahlreicher Unternehmen, die Patenschaften übernehmen und spenden.

„Ich verändere die Welt,“ heißt das Jubiläums-Motto der Kindernothilfe und es gilt sowohl für das Kind, das durch die Unterstützung etwas aus seinem Leben und dem seiner Nächsten machen kann, als auch für den Paten, der ihm diese Möglichkeit erst gibt. Als Pate bei der Kindernothilfe können Sie mit Ihrem Unternehmen viel bewirken und Kindern eine lebenswerte Kindheit und Zukunft sichern.

Bundeskanzlerin Angela Merkel würdigte beim Festakt zum 50-jährigen Bestehen die

Arbeit der Kindernothilfe. „Jede Patenschaft trägt zur Verbesserung der Lebensumstände bei,“ so die Kanzlerin in Duisburg vor über 1.700 Gästen aus aller Welt, darunter Christina Rau, Norbert Blüm sowie Nikolaus Schneider, Präses der Evangelischen Kirche im Rheinland.

Merkel betonte in ihrer Festrede, die Kindernothilfe sei ihrer Ansicht nach eine gute Adresse, um etwas zu bewegen. Die Kanzlerin, die selbst schon ein Projekt der Kindernothilfe in Äthiopien besucht hat, lobte die hohe Qualität und die Erfolge der Arbeit, die auch durch viele Preise und Auszeichnungen belegt sind. Doch angesichts der aktuellen Situation von Straßenkindern, Aidswaisen oder Flüchtlingskindern ist die Unterstützung engagierter „Weltveränderer“ auch zukünftig nötig. „Die Welt ist leider noch nicht so, dass sie die Kindernothilfe nicht braucht,“ so Merkel.

Angela Merkel mit Patenkindern der Kindernothilfe auf der Jubiläumsveranstaltung.



Herzlich Willkommen
verehrte Leserinnen und Leser,

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat nicht nur das Versagen unzureichend regulierter Finanzmärkte gezeigt, sondern auch, wie dringend erforderlich eine stärkere Orientierung der Wirtschaft an ethischen Werten ist. Weite Teile unserer Gesellschaft nehmen es sehr positiv wahr, wenn sich Unternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind und entsprechend handeln. Der Begriff des „ehrbaren Kaufmanns“ gewinnt eine ganz neue Aktualität und Bedeutung. Unternehmen, die soziales Engagement zeigen, übernehmen eine wichtige Vorbildfunktion.

Kindernothilfe kennt zahlreiche Unternehmen, die eine solche Vorbildfunktion bereits übernommen haben: Sie unterstützen die Arbeit von Kindernothilfe, weil ihnen das Wohl benachteiligter Kinder am Herzen liegt. Mit ihrem vorbildlichen sozialen Engagement tragen kleine, große und mittelständische Unternehmen wesentlich dazu bei, dass Kindernothilfe seit 50 Jahren extrem benachteiligten Mädchen und Jungen in Armutsländern eine bessere Zukunft ermöglichen kann. Dafür möchten wir uns mit dieser Ausgabe von Share ausdrücklich bedanken und haben, stellvertretend für viele, fünf unserer Unternehmenspartner porträtiert.

Sie geben gute – und nachahmenswerte – Beispiele für eine nachhaltige Werteorientierung.

Herzlichst Ihr

Frank Peterschroder

Vorstandsvorsitzender



Unternehmen in sozialer Verantwortung

Auch in der Krise stehen viele Unternehmen zu ihrer sozialen Verantwortung. Das zeigte sich beim 5. „Deutschen CSR-Forum“ im April in Stuttgart. Unter dem Motto „Verantwortung tragen – Verantwortlichkeit managen“ diskutierten Manager mit Vertretern von Hilfsorganisationen, Medien und Politikern über das Führen mit Werten und die Bedeutung der Mitarbeiter für eine nachhaltige Unternehmens-Entwicklung. Unter den 330 Teilnehmern waren Vertreter von Konzernen wie Bayer, Bosch und Lufthansa. Aber auch beim Mittelstand findet Corporate Social Responsibility immer mehr Interesse. „CSR ist kein Exotenthema mehr,“ sagt Veranstalter Wolfgang Scheunemann. Im Gegenteil, es fülle die Titelseiten der Magazine und Zeitungen. Das nächste CSR-Forum findet am 13. und 14. April 2010 statt.

Infos unter: www.envicomm.org

Kindernothilfe wieder Spitze beim Transparenzpreis

Nach dem ersten Platz im Vorjahr hat die Kindernothilfe beim Transparenz-Preis 2008 von PriceWaterhouseCoopers wieder das beste Ergebnis erreicht. Der Preis bewertet die Kommunikation von Spendenorganisationen mit ihren Spendern. Nach dem Sieg im Jahr 2007 war die Kindernothilfe diesmal außer Konkurrenz angetreten und hat sich mit der Höchstpunktzahl von 96,6 gegen 54 andere deutsche Spendenorganisationen durchgesetzt. Die Jury lobte den Jahresbericht der Kindernothilfe, der den Spendern „Überblick und Durchblick erster Güte“ biete. Den kompletten Jahresbericht 2008 kann man von der Kindernothilfe-Internetseite herunterladen oder per Mail bestellen:

info@KNH.de.

Konsumenten wollen Gutes tun trotz Krise

Trotz der aktuellen Wirtschaftskrise ist das Bedürfnis, Gutes zu tun rund um den Globus weiterhin groß. Zu diesem Ergebnis kommt eine weltweite Konsumentenstudie der internationalen Hamburger PR-Agentur Edelman, die Marken-Artikler dabei unterstützt, gesellschaftliches Engagement zu zeigen. Die Studien-Ergebnisse zeigen, dass sieben von zehn Konsumenten einer Marke auch in schwierigen Zeiten treu bleiben, wenn diese einen guten Zweck unterstützt. Für Deutschland geben 61 % der Befragten an, dass sie trotz des wirtschaftlichen

Helfen auf vielfältige Weise

Seit 50 Jahren hilft die Kindernothilfe Kindern in den ärmsten Ländern der Welt. Um diese Hilfe zu ermöglichen, waren und sind Unternehmen bedeutende und starke Partner, ohne die die Kindernothilfe wichtige Projekte für benachteiligte Kinder weltweit nicht realisieren könnte. Dabei lassen sich Firmenchefs und Mitarbeiter immer wieder etwas Neues einfallen, wie man mit Engagement die Arbeit der Kindernothilfe unterstützen kann.



Foto: Pascal Amos Rest

Spenden statt Weihnachtsgeschenke

The Document Group ist der Marktführer in den Bereichen Dokumententechnologien, Druckgeräte und Dokumentservices. Innerhalb weniger Jahre hat sich das Unternehmen, das Druck- und Kopiertechnik von Xerox anbietet, die führende Position erarbeitet und möchte etwas von diesem Erfolg weitergeben.

„Unser Engagement ist sinnvoll, denn vielen anderen geht es nicht so gut wie uns,“ bringt es Bernd Rekirisch, Geschäftsführer des in Stuttgart angesiedelten Unternehmens, auf den Punkt.

Im vergangenen Jahr gab es für die Arbeit der Kindernothilfe eine Spende von 25.000 Euro. Anstelle von Weihnachtsgeschenken für Kunden und Geschäftspartner legte die Firma ihren eigenen Weihnachtskarten attraktive Einleger der Kindernothilfe bei und wies so auf die großzügige Spende hin.

Das kam gut an und so wird die Aktion auch zu diesem Weihnachtsfest wiederholt – trotz der Wirtschafts- und Finanzkrise, sagt Rekirisch. Und nicht nur bei den Kunden hat man mit der Aktion gepunktet. „Unsere Mitarbeiter fanden das auch gut, schließlich haben viele von ihnen selbst Kinder,“ so der Geschäftsführer.



Foto: The Document Group

Geschäftsführer
Bernd Rekirisch

THE
DOCUMENT
GROUP
www.xeroxTDG.com

Die besondere Aktion, um Kindern zu helfen



Eine öffentlichkeitswirksame Aktion, Spaß haben und dabei auch noch Gutes tun – das alles ist machbar mit einer Sonderaktion zugunsten der Kindernothilfe. Die Münchner Derag Hotel and Living Gruppe hat gezeigt, wie es funktioniert: Bei einem Benefiz-Bowling in Nürnberg zugunsten von Kindern in Südamerika kamen 6.500 Euro zusammen – gespendet von den Teilnehmern der Endrunde und der sechs vorhergehenden Vorrunden in den Derag-Häusern Bonn,

Weimar, Berlin, Frankfurt, Nürnberg und Wien.

„Die Bowling-Veranstaltung ist sowohl bei unseren Kunden, als auch bei unseren Mitarbeitern sehr beliebt. Wir freuen uns, dass die Anmeldungen in diesem Jahr weiter gestiegen sind und wir das wichtige Projekt der Kindernothilfe unterstützen können“, so Frank Voss, Leiter des operativen Geschäfts bei Derag.

Mitarbeiter, Kunden und Kindernothilfe-Mitarbeiter traten gegeneinander an. Für Strikes, also das Abräumen aller zehn Pins, aber auch für Würfe ins Leere mussten die Teilnehmer kleine Beträge zahlen. Diese flossen dann in den Spendentopf.

Das Geld kommt Straßenjungen in Ecuador zugute, dem Land aus dem Lorenz ter Veen, Leiter des Hotels in Nürnberg, stammt. In der Stadt Guayaquil unterstützt die Kindernothilfe ein Projekt, in dem rund 400 Jungen gefördert werden.



Von Amerika lernen – „Cause Related Marketing“



Familie Egbers

Gutes tun und damit gleichzeitig auch das eigene Image pflegen. In der modernen Marketing-Sprache nennt man das „Cause Related Marketing“ (CRM) und in den USA hat diese Zielgruppenstrategie längst Tradition. Beim Cause Related Marketing wird der Verkauf eines Produktes an eine Spende für eine gute Sache gekoppelt. Appelle an das soziale Gewissen setzen Kaufimpulse.

Diesen Weg ging auch Klaus Egbers mit seinen Unternehmen „HKM Textil“ und „HKM Sports Equipment GmbH.“ Zum Jahresende 2008 koppelten die Firmen den

Verkauf eines jeden Artikels an eine Spende für die Kindernothilfe. Die Kunden konnten so in der Vorweihnachtszeit ihren Liebsten oder sich selbst eine Freude machen und gleichzeitig für Kinder in Not spenden.

„Die Zusammenarbeit mit der Kindernothilfe ist prima gelaufen,“ berichtet Hans-Joachim Leysing, zuständig für das Marketing. Er denkt auch schon weiter: HKM plant nicht nur mit der Unterstützung für die Kindernothilfe weiterzumachen. Auch bei Messeauftritten oder auf der eigenen Website möchte man das Firmen-Engagement für die Not leidenden Kinder stärker darstellen.



Pate für eine lebenswerte Kindheit und Zukunft



Peter Nowatzki mit seinem Team.

Mit einer Patenschaft für monatlich 31 Euro kann man für ein Kind viel bewirken: Eine ausreichende Ernährung, sauberes Trinkwasser, medizinische Versorgung und eine Schul- und Berufsausbildung werden so gesichert.

Das hat auch die Speditionsfirma Nowatzki Logistik GmbH überzeugt. Das Hildesheimer Unternehmen gibt es seit 1981 und genauso lange engagiert es sich auch schon für die Kindernothilfe. Aktuell unterstützt Nowatzki Logistik fünf Kinderpatenschaften und gibt so fünf Kindern in Armutsländern eine Chance für die Zukunft.

„Wir haben selbst drei gesunde Kinder und haben daher schon vor Jahren gedacht, dass es auch anderen Kindern in der Dritten

Welt gut gehen soll,“ sagt Gründer und Geschäftsführer Peter Nowatzki. Dieses solidarische Prinzip gilt auch im eigenen Unternehmen. Laufen die Geschäfte, dann haben die 120 Mitarbeiter am Erfolg teil. Und die wiederum ziehen am gleichen Strang mit ihrem Chef und tragen zu weiteren namhaften Spenden für die Kindernothilfe bei. Bleibt im Getränkeautomaten der Firma z. B. ein Gewinn übrig, dann geht der an die gute Sache – aufgerundet vom Chef.

Die Mitarbeiter hat Nowatzki auf seiner Seite, findet aber auch die Außenwirkung des sozialen Engagements wichtig. „Das Erscheinungsbild einer Unternehmens muss heutzutage besonders gut sein, sonst fällt man durchs Sieb,“ weiß er.

Abschwungs genauso viel oder mehr Zeit und Geld für gute Zwecke investieren werden. Waren es 2007 nur etwas mehr als die Hälfte, so wollten 2008 sogar 76 % der Konsumenten eher Marken kaufen, die mit einer guten Sache verbunden sind. Knapp die Hälfte der deutschen Befragten erklärte, dass sie sogar dann bereit sind, ein Produkt zu kaufen, das einen guten Zweck unterstützt, wenn dieses teurer ist als andere Marken.

Zukunft schenken zu Weihnachten

Weihnachten ist das Fest der Geschenke. Wie wäre es mit einem nachhaltigen Firmenpräsent für Ihre Kunden und Geschäftspartner in diesem Jahr? „Zukunft schenken“ für benachteiligte Kinder weltweit heißt das Motto und die Kindernothilfe bietet dabei professionelle Unterstützung. Firmen können einen Weihnachtsgruß verschicken, in dem sie auf ihre Spende für ein bestimmtes Projekt der Kindernothilfe hinweisen. Das ist nicht nur ein Beleg für soziales Engagement, das gerade in der Weihnachtszeit gut ankommt, sondern sieht auch noch gut aus: Mit ansprechenden Motiven, darunter ausdrucksstarken Zeichnungen von Waisenkindern in Uganda, kann man die Grüße zum Fest auf den Weg schicken und dabei Gutes tun.

Kontakt: Stefanie Schöttelndreyer,
Tel.: 0203.7789-241,
Mail: Stefanie.Schoettelndreyer@knh.de




Für Sie gelesen

Ohne einen moralisch korrekten Auftritt in der Unternehmenskommunikation handeln sich Unternehmen heute ökonomische Nachteile ein. Die Autoren stellen die Frage, ob der enorme Anstieg der Kommunikation zum Thema Corporate Social Responsibility für Unternehmen lediglich ein strategisches Manöver ist, um den Absatz zu steigern oder ob es sich um die glaubwürdige Mitteilung verwirklichter Werte der Unternehmenskultur handelt. Eine These des Buches lautet, dass es sich dabei gar nicht um eine Alternative handelt, sondern dass das Zusammengehen von Moral und Business notwendig ist, um erfolgreich am Markt zu sein.

Die Moral der Unternehmenskommunikation – Lohnt es sich, gut zu sein? Siegfried J. Schmidt und Jörg Tropp, EUR 28,00

Hand in Hand für die gute Tat



Kuhn Edelstahl 

Schafft Vertrauen. Rundum.

Andre Kuhn und Frank Lessing, Geschäftsführer bei Kuhn Edelstahl.

Am schönsten ist es, sich gemeinsam für die gute Sache zu engagieren. Das schweißt zusammen und die Ergebnisse sind noch beeindruckender, als wenn man die Dinge im Alleingang angeht. Firmenleitung und Mitarbeiter zusammen können so einiges in Bewegung bringen für Kinder in Not.

Bildung für benachteiligte Kinder in Indien.



Das hat man auch bei der Firma Kuhn Edelstahl in Radevormwald erkannt. Seit 2005 gibt es hier eine Gemeinschaftsaktion von Geschäftsführung und Belegschaft zugunsten der Kindernothilfe. Initiiert wurde die Aktion von einer Mitarbeiterin. Christiane Anischevski war gerade eben von ihrem Zwei-Wochen-Urlaub auf Sri Lanka zurück, als der Tsunami zuschlug und dort sowie in den anderen betroffenen Ländern in Südostasien Zehntausende in den Tod riss. Da musste man doch etwas tun, dachte sich Frau Anischevski und schlug der Unternehmensführung vor, die Hilfs- und Wiederaufbauprojekte der Kindernothilfe zu unterstützen.

„Die Chefs fanden es prima und haben die bei den Mitarbeitern eingesammelten Spenden verdoppelt,“ so Anischevski. Bei Kuhn Edelstahl misst man Werten eine große Bedeutung zu: Respekt, Menschlichkeit und Toleranz heißen einige davon und sie sind auch schriftlich fixiert und verbindlich für alle.

Mittlerweile läuft die Zusammenarbeit mit der Kindernothilfe seit einem halben Jahrzehnt. „Rund 25 Mitarbeiter spenden regelmäßig,“ so Anischevski. Die vom Anfang bleiben dabei, Neue kommen hinzu. Zwischen 2 und 25 Euro geben die Kollegen, so dass ein hübsches Sümmchen zusammen kommt, im Moment für ein Projekt in Indien.



Soziales Engagement auch in der Krise

„Es gibt Menschen, die von jedem Ding den Preis kennen, aber von keinem den Wert,“ sagte einst der irische Schriftsteller Oscar Wilde. Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat nicht nur das Versagen unzureichend überwachter Finanzmärkte deutlich gemacht, sondern auch gezeigt, wie wichtig gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist.

Weit mehr als die Hälfte der Konsumenten findet es sehr gut, dass Firmen Engagement zeigen – und damit auch Geld verdienen. Die Verbindung von wirtschaftlichem Interesse und gutem Zweck kommt an – gerade auch in Zeiten der Wirtschaftskrise. Tue Gutes und rede darüber! Diese altbekannte Devise hat nach wie vor ihre Gültigkeit. Wer für Kinder in Not spendet, findet positive Resonanz bei seinen Kunden und Mitarbeitern. Viele Studien beweisen, dass ein positives Image den Geschäftserfolg beflügelt. Und nicht zuletzt gewinnen natürlich auch diejenigen, denen die Spenden zugute kommen.

Auch Ihr Unternehmen kann etwas tun. Dafür gibt es zahlreiche Wege, von denen einige in dieser Ausgabe von Share dargestellt werden. Über ein für Ihre Firma maßgeschneidertes Konzept sprechen Sie ganz einfach mit Susanne Kehr, die Sie als kompetente Ansprechpartnerin gerne ausführlich informiert.

Kontakt: Susanne Kehr
Telefon: 0203/7789-155
E-Mail: susanne.kehr@knh.de

Impressum

Share: Ein exklusiver Informationsdienst der Kindernothilfe für Unternehmen

*Herausgeber: Kindernothilfe e.V.
Redaktion: Holger Elfes, Stefanie Schöttelndreyer
Susanne Kehr (verantwortlich)
Gestaltung: Angela Richter*

*Anschrift: Kindernothilfe e.V.
Düsseldorfer Landstraße 180
47249 Duisburg
Telefon: 0203 / 77 89 – 0
Telefax: 0203 / 77 89 – 118
e-mail: info@kindernothilfe.de*

www.kindernothilfe.de

