1. Deutscher CSR Kommunikationskongress in Kooperation mit der DPRG



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 Kongress zu widmen.

Der Kongress wurde am 13.11.2015 von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt veranstaltet. Mehr Informationen finden Sie hier. Und schauen Sie sich die Keynote von Marc Winkelmann, Chefredakteur der Zeitschrift enorm sowie die Podiumsdiskussion an.

Mehr als 200 Teilnehmer kamen zum 1. Deutschen CSR-Kommunikationskongress in die Räume der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, die den Kongress auch förderte. Der Kongress wurde vom Arbeitskreis (AK) CSR-Kommunikation (DPRG/DNWE) inhaltlich vorbereitet und organisiert. ?Wir wollten mit dem Kongress ein Zeichen setzen?, sagt Riccardo Wagner, Leiter des AK CSR-Kommunikation. ?Zum einen, dass CSR-Kommunikation ein Fachthema ist, das eine eigene Tagung braucht, und zum anderen, dass CSR-Kommunikation mehr ist, als bunte Berichte zu fabrizieren, wenn der CSR-Manager seine Arbeit getan hat, und beides ist uns denke ich auch gelungen.?

Breites Themenspektrum

Entsprechend breitgefächert waren auch die Schwerpunktthemen der Veranstaltung, durch die Nachhaltigkeitsjournalistin Susanne Bergius als Moderatorin führte: interne Kommunikation, Social & Mobile Media, Media Relations, Stakeholder-Dialog, Wertemanagement und CSR-Reporting. Diese und weitere Themen konnten die Teilnehmer in Workshops diskutieren, in denen jeweils auch renommierte Vertreter der Praxis aus Unternehmen und Agenturen vertreten waren.

Die Keynote von Marc Winkelmann, Chefredakteur der Zeitschrift enorm, gab der Diskussion im weiteren Verlauf der Veranstaltung wichtige Impulse: Er forderte mehr Ehrlichkeit, Dialog und Demut von den Unternehmen sowie mehr Mut, größere

Fragen zu stellen und ungewöhnliche Wege zu gehen.

?Glaubwürdigkeit statt Greenwashing?

Diese Forderungen griffen die Unternehmensvertreter beim zentralen Mittagspodium auf, und betrachteten sie für sich als teilweise umgesetzt. An der Podiumsdiskussion zum Thema ?Glaubwürdigkeit statt Greenwashing? waren Prof. Dr. Ulrike Röttger, Universität Münster, Dr. Andreas Novak, Vorstand Transparency International Deutschland e.V., Achim Lohrie, Tchibo GmbH und Frederik Lippert, Vaillant Group, beteiligt. Sowohl Lohrie als auch Lippert bekräftigten die Forderungen von Winkelmann und bescheinigten für die eigene Praxis dafür auch positive Reaktionen. Mehr Mut zur Ehrlichkeit war hier das zentrale Motto. So könne kein Unternehmen ernsthaft immer nur Erfolgsmeldungen im CSR-Bereich produzieren, so Lippert. Das sei weder intern noch extern glaubwürdig.

Ausblick

Der Erfolg des Kongresses spornt die DPRG und den AK CSR-Kommunikation, der in Kooperation mit dem DNWE] betrieben wird, an: ?Wir werden 2017 den 2. Deutschen CSR-Kommunikationskongress veranstalten, das ist bereits beschlossen. Wir freuen uns deshalb auf Feedback und Anregungen, die wir gern in die Planung einfließen lassen?, so AK-Leiter Wagner.

Für alle, die nicht bis dahin warten möchten, bietet der AK bis dahin einen Anlaufpunkt, denn auch im Jahr 2016 wird es hier einzelne Themenveranstaltungen im gesamten Bundesgebiet geben. Interessenten wenden sich bitte an die DPRG.

Studenten/Innen der Hochschule Osnabrück haben ein Videobericht über den CSR-Kongress erstellt. Herzlichen Dank!
Hier können Sie ihn sich anschauen.