

## Corporate Social Responsibility: Vom Lippenbekenntnis zur Unternehmensstrategie

Corporate Social Responsibility (CSR) wird definiert als »Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren«.

Was verbirgt sich hinter dem Gedanken der »freiwilligen Verantwortung« und ist »Bier für den Regenwald« schon eine erfolgreiche CSR-Strategie?

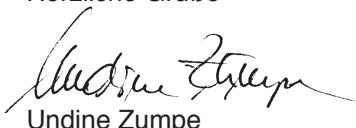
- Ehrbarer Kaufmann, Compliance ... CSR: Was ist so neu und anders an diesem Konzept?
- Werbung oder Unternehmensstrategie: Wo liegt der Unterschied zwischen werbeträchtigem Ablasshandel und einem glaubwürdigen CSR-Management?
- Human Resources, Umwelt, Soziales: Wie erwächst aus den Bedürfnissen der unterschiedlichen Bereiche eine Strategie?
- Praktizieren und kommunizieren: Wie gelangt das CSR-Konzept in Köpfe und Alltag von Markt und Mitarbeitern?
- Interdisziplinärer Netzwerker: Welche Kompetenzen hat ein guter CSR-Manager?

Diskutieren Sie mit Fachkollegen aus den Bereichen HR und Management, sowie mit den anwesenden Experten über deren Strategien, Ideen und Erfahrungen.

Dazu laden wir Sie am **Donnerstag, 26. Januar 2012, 18:00 Uhr** ins Verlagshaus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung herzlich ein.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

Herzliche Grüße



Undine Zumppe

für die Initiatoren der management meetings

Mit freundlicher Unterstützung der

**Frankfurter Allgemeine**  
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

**advalue**MEDIA  
Ihr Partner für Rekrutierung und Personalmarketing

BEITEN BURKHARDT

**DB Training**  
Learning & Consulting

**DIS AG**

# Corporate Social Responsibility: Vom Lippenbekenntnis zur Unternehmensstrategie

Am Donnerstag, 26. Januar 2012, 18:00 Uhr,  
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Hellerhofstraße 9, 60327 Frankfurt am Main.  
Im Anschluss findet ein »Get-together« statt.

## Ziel der Veranstaltung:

Sie als Unternehmensvertreter kommen zusammen, um über das Thema »Corporate Social Responsibility« in Kleingruppen und im Plenum zu diskutieren.

## Profitieren Sie von:

- dem unmittelbaren Austausch mit anderen Teilnehmern,
- dem Kennenlernen unterschiedlicher Sichtweisen und Ideen,
- den Impulsen der Experten.

Tauschen Sie Ideen und Erfahrungen aus und lassen Sie sich zusätzlich unterstützen durch unsere Referenten, die Ihnen Rede und Antwort stehen.



**Kathrin Kammer**  
Head of Global HR Marketing & Recruiting, Roland Berger Strategy Consultants

Kathrin Kammer studierte Romanistik und Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität in Bamberg und an der Universität in Rennes/Frankreich.

Nach Stationen bei der BMW Group und beim Recruiting-Dienstleister Hobsons (heute Staufenberg Institut) in den Bereichen Kommunikation, PR und Marketing wechselte sie 2005 zu Roland Berger Strategy Consultants. Dort verantwortet Kathrin Kammer heute als HR Manager die Leitung des Personalmarketing und Recruiting.

Für das Employer Branding von Roland Berger bindet Kathrin Kammer mit ihrem Team unter anderem auch CR-Maßnahmen ein.



**Maria Schaad**  
Manager Corporate Responsibility, Merck KGaA

Seit 1993 ist Maria Schaad in verschiedenen Funktionen bei der Merck KGaA tätig. Zuvor studierte sie Biotechnologie an der FH Gießen und machte zwischen 1999 und 2001 ihren MBA an der Ashridge Business School in Großbritannien.

In ihrer aktuellen Funktion als Manager Corporate Responsibility ist Maria Schaad zuständig für die Vermittlung der externen Anforderungen der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppierungen für das Unternehmen Merck. Sie fungiert als Schnittstelle zwischen dem internen CR Committee, das über die übergreifenden Themen der Corporate Responsibility entscheidet und den Fachabteilungen, Projektteams und Standorten, die diese Entscheidungen in ihrer täglichen Arbeit umsetzen.

Darüber hinaus ist sie für die Kommunikation des Themas Corporate Responsibility bei der Merck verantwortlich.