



Gutes Gewissen – Gutes Geschäft

www.makingsense.de



Corporate Responsibility

Strategie. Programm. Kommunikation.

Wir stellen uns vor

Seit Februar 2006 beraten wir im Bereich Corporate Responsibility (CR) sowie Nachhaltigkeit und implementieren Strategien und Maßnahmen für deutsche als auch internationale Unternehmen.

MAKING SENSE steht für klares strategisches Denken und praxisorientierte Lösungen.

Wir unterstützen unsere Kunden – mit ihren CR- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen – gesellschaftlichen Wert zu schaffen und gleichzeitig wirtschaftliche Chancen zu nutzen.

Zu unseren Kunden zählen Unternehmen wie Fressnapf, GEHE Pharma Handel, Parker, Panasonic, Microsoft, Plan International uvm.



Gründerinnen: Claudia Seehusen und Barbara Schreiber

Wandel als Ihre Chance

Gesellschaft und Wirtschaft stehen global vor großen Herausforderungen: Klimawandel, Verlust der Artenvielfalt und die rasante Verknappung unserer Ressourcen führen zu einer ernsthaften Gefährdung unserer Existenzgrundlage.

Dieser Paradigmenwechsel prägt und verändert grundlegend die Art und Weise des Wirtschaftens und die der unternehmerischen Kommunikation.

Wenn Sie als Unternehmen die Chancen von Corporate Responsibility nutzen, diese in Ihre Unternehmensprozesse strategisch verankern und am Ende authentisch und glaubwürdig kommunizieren, werden Sie sich das wichtigste Gut am Markt sichern:

Das Vertrauen Ihrer Kunden.

Dabei unterstützen wir Sie gerne.



Corporate Responsibility

Gutes Gewissen – Gutes Geschäft

68% der Unternehmen weltweit nutzen Corporate Responsibility (CR) als Business-Chance und Wachstumsplattform.*

Glaubwürdige Corporate Responsibility-Politik, integriert in das Kerngeschäft, eröffnet zahlreiche Chancen:

Sie erreichen eine positive Differenzierung zum Wettbewerb, steigern Ihren Unternehmens- bzw. Markenwert sowie Marken- und Kundenloyalität und können neue Marktsegmente erschließen.

* »Attaining sustainable growth through CR«, IBM Institute for Business Value, 2008

STRATEGIE-ENTWICKLUNG

Status-Analyse:
Unternehmen & Stakeholder

Leitbildentwicklung

Vision | Ziele

Innovationspotentiale

CR-Themenfindung

Strategie-Masterplan

Design Erfolgsfaktoren KPIs

PROGRAMM-ENTWICKLUNG

Programm- und Projektdesign

Partnersuche und -moderation

Umsetzung | Projektsteuerung

EVALUATION | SUPPORT

CR-Bestandsevaluierung | Optimierung

CR-Interimsmanagement



Corporate Volunteering

Positives Image als Arbeitgeber

Über 70% der Arbeitnehmer würden sich gern in gemeinnützige Projekte von Unternehmen einbringen, ein Großteil sogar davon in ihrer Freizeit.*

Durch Corporate Volunteering profitiert Ihr Unternehmen vielfach:

Ihre Mitarbeiter sind motivierter und leistungsbereiter, entwickeln eine starke Loyalität zum Unternehmen und empfinden ein »Wir«-Gefühl.

Das Unternehmen profiliert sich als attraktiver Arbeitgeber, insbesondere für Fach- und Führungskräfte.

* »Hand in Hand: Corporate Volunteering als Instrument der Organisationsentwicklung in Deutschland«, brands & values, September 2007

PROJEKT-ENTWICKLUNG

Analyse relevanter Aktionsfelder

Partnerselektion aus dem gemeinnützigen Sektor

Erstellung eines Aktionsplans

Projektmanagement

KOMMUNIKATION

Konzeption von Kommunikationsmaßnahmen (intern | extern)

Umsetzung | Begleitung



Nachhaltigkeit

Zukunftsfähig durch Nachhaltigkeit

Unternehmen, die in den letzten drei Jahren in Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility investiert haben, konnten steigende Gewinne von Ø 16% sowie eine Erhöhung des Börsenwerts um Ø 45% verzeichnen.*

Nachhaltigkeit als Managementprinzip fokussiert das gesamte System »Unternehmen« auf die Schaffung und Erhaltung von Werten für alle Stakeholder.

Es verbindet betriebswirtschaftliche mit sozialen und ökologischen Zielen (P3: People - Planet - Profit) und sichert so den dauerhaften Erfolg Ihres Unternehmens.

* »Doing Good: Business and the Sustainability Challenge«,
British Economist Intelligence Unit (EIU) des British Economist, Februar 2008

BASISWISSEN

Seminar | Vortrag | Workshop

STRATEGIE-ENTWICKLUNG

Zukunftswerkstatt

Workshop Innovationsdynamik

Masterplan Nachhaltigkeit

IMPLEMENTIERUNG

Know-How Aufbau
und Einbindung der Mitarbeiter

Change Management Sustainable Culture

Pilot- und Leuchtturmprojekte

KOMMUNIKATION

Stakeholder Engagement-Programm

Nachhaltigkeitsmarketing



Cause related Marketing

Marken emotional profilieren

59,1% der Konsumenten sind bereit ein Produkt zu kaufen, welches mit einer Cause related Marketing*-Kampagne beworben wird.**

Die erfolgreichsten Cause related Marketing (CrM)-Kampagnen zeichnen sich durch eine hohe Glaubwürdigkeit und Authentizität aus. Dies wird erreicht durch einen perfekten Fit von Marke, gemeinnützigem Partner und Projekt.

Bei einer strategischen Integration von Cause related Marketing in eine auf Werten basierte Markenführung wird das gesellschaftliche Engagement dann als eine »natürliche« Dimension der Marke wahrgenommen.

* Verkaufsförderungskampagne zugunsten eines guten Zwecks

** »Cause related Marketing – Der Status Quo in Deutschland«, Shamsey Oloko, Universität Potsdam in Kooperation mit MAKING SENSE, Juli 2008

KONZEPT-ENTWICKLUNG

Analyse passender Themenfelder

Selektion passender Partner

Selektion oder Neuentwicklung eines Charity-Projektes

Spenden-Mechanik

CrM-KOMMUNIKATION

Beratung | Entwicklung Kampagne

Konzeption BtL-Maßnahmen

Unterstützende Medienkooperationen



Werte-volle Kommunikation

70% der Konsumenten ist es wichtig, über den Erfolg von Corporate Responsibility-Maßnahmen der Unternehmen informiert zu werden.*

Der stattfindende Wertewandel in unserer Gesellschaft führt zu einem bewussten Konsum.

Werte-basierte Unternehmens- und Markenführung verankert Ihr Unternehmen mit einem guten Gefühl in den Herzen Ihrer Kunden.

Eine glaubwürdige, transparente und kontinuierliche Kommunikation von CR- und Nachhaltigkeitsaktivitäten prägt ein zeitgemäßes und zukunftsorientiertes Unternehmens- und Markenbild.

* »Der CSR-Informationsbedarf von Verbrauchern« – Online Befragung
(im Auftrag von 2hm Associates), imug Institut, 2009

BERATUNG | KONZEPTION | UMSETZUNG

CR & Nachhaltigkeits-
Imagekampagnen

Wertekommunikation

360° - Marketingkonzepte

Stakeholder-Dialog

CR- & Nachhaltigkeitsberichte

PR & Medienkooperationen

Social Media Web 2.0

CR-Imagefilme

Unsere Kunden

CT Arzneimittel GmbH | Catania GmbH | debitel AG | Das macht Schule e.V. |
Empire (emp entertainment medien Partner GmbH & Co. KG) |
Fressnapf Tiernahrungs GmbH | GEHE Pharma Handel GmbH |
Genossenschaft Deutscher Brunnen | Microsoft Deutschland GmbH |
Panasonic Deutschland (Panasonic Marketing Europe GmbH) |
Panasonic Europe Ltd. | Panasonic Österreich (Panasonic Marketing Europe GmbH) |
Parker Schreibgeräte (Sanford GmbH) | Plan International Deutschland e.V. |
Rotring Schreibgeräte (Sanford GmbH) | Simba Toys GmbH & Co. KG |
Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG

Wir freuen uns auf Sie!

MAKING SENSE

Geschäftsführung Claudia Seehusen

Mittelweg 177
20148 Hamburg

Telefon: 040 | 38 08 73 72

Fax: 040 | 24 82 25 58

Email: seehusen@makingsense.de

Internet: www.makingsense.de