

Der CSR-Manager: Vertreter einer neuen Wirtschaftsweise

Das erfolgreiche Fachbuch zur professionellen Gestaltung von Unternehmensverantwortung geht in die 2. Auflage.

Karlsruhe, 10. Januar. „*Corporate Social Responsibility wird ein Megatrend*“ – davon war der bekannte Zukunftsforscher Matthias Horx bereits vor mehr als 5 Jahren überzeugt und traf mit seiner Prognose voll ins Schwarze.

Ob CSR, Nachhaltigkeit oder Sustainability – heute gibt es kaum noch ein Unternehmen, das nicht seine soziale und ökologische Verantwortung beteuert. Doch statt einem ganzheitlichen unternehmerischen Umdenken findet man hinter der Fassade der angeblichen Nachhaltigkeit viel zu häufig hohle Lippenbekenntnisse zu Kommunikations- und Imagezwecken.

„Bei CSR geht es nicht um die Gewinnverwendung – nach dem Motto, wir spenden einen kleinen Anteil unseres Überschusses an soziale Projekte – sondern um die Art und Weise der Gewinnerzielung, also die Frage, wie ich Verantwortung für mein Kerngeschäft übernehme“ so die Autoren Dennis Lotter und Jerome Braun. Bereits mit der ersten Auflage des Fachbuches „Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis“ konnten sie zahlreiche Unternehmen erfolgreich dabei unterstützen, Nachhaltigkeit als neue Denkhaltung und ganzheitlichen Managementansatz zu gestalten. Der hohe Praxisbezug, die anschaulichen Tipps und der kompakte Inhalt sind auf begeisterte Resonanz gestoßen und haben den „CSR-Manager“ in kurzer Zeit zu einem der meist gekauften Fachbücher in der CSR-Branche gemacht. *„Für Praktiker gibt es keinen besser Leitfaden.“* so ein begeisterter Leser.

Neben einer Vertiefung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und der strategischen Steuerung von CSR, wurden in der 2. Auflage des „CSR-Managers“ die beliebten Fallbeispiele vorbildlich nachhaltiger Unternehmen erneuert. Man erfährt wie die Zotter Schokoladen Manufaktur ihre Kakao-Bauern in Nicaragua schult und damit sogar Harvard-Studenten begeistert, warum Henkel ein weiser Riese ist und wie der Träger des Deutschen Umweltpreises 2011, Jürgen Schmidt von der memo AG, Nachhaltigkeit mit System und Leidenschaft betreibt.

Fritz Lietsch, Herausgeber des Fachbuches und Chefredakteur des Entscheidermagazins „Forum Nachhaltig Wirtschaften“, freut sich über den Erfolg des „CSR-Managers“, der für ihn weit mehr ist, als nur ein Buch: *„Der „CSR-Manager“ repräsentiert eine neue Wirtschaftsweise: Ein verantwortungsbewusstes, innovatives und zukunftsgerichtetes Handeln, das auf soziale, ökonomische und ökologische Rahmenbedingungen achtet und für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen unabdingbar ist.“*

Pressekontakt

Benefit Identity GmbH
Jana Hepperle
Tel. 0721-9431925
Mail: jhepperle@benefitidentity.com
www.benefitidentity.com



Abdruck des Buchcovers **honorarfrei** möglich.

Bestellung:

ISBN 978-3-925646-53-9

oder: www.benefitidentity.com

Kurztext:

„Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis“ geht in die 2. Auflage. Das erfolgreiche Fachbuch unterstützt Unternehmen mit konkreten Handlungsanweisungen, anschaulichen Praxisfällen und wirkungsvollen Methoden bei der professionellen Planung, Steuerung und Umsetzung von Corporate Social Responsibility.

Zu den Autoren:

Dennis Lotter: Als selbstständiger Trainer in den Bereichen CSR, Business Development und Innovation begleitet Dennis Lotter Unternehmen bei ihrer nachhaltigen Entwicklung. Seine Promotion schließt er auf dem Themengebiet Corporate Social Responsibility in Familienunternehmen ab. Er wirkt an der Entwicklung diverser Weiterbildungsangebote und Masterstudiengänge mit und engagiert sich als Dozent an mehreren Hochschulen.

Jerome Braun: Gesellschaftliche Verantwortung ist das Tagesgeschäft von Jerome Braun. Der diplomierte Betriebswirt und PR-Berater übernimmt seit vielen Jahren das ganzheitliche Management mehrerer Stiftungen. Er berät Unternehmen sowie soziale Institutionen in der strategischen Entwicklung und professionellen Umsetzung von Nachhaltigkeitsprogrammen.

Mit der kreativen CSR-Beratungsagentur **Benefit Identity GmbH** schaffen sie messbare Mehrwerte für ihre Kunden. Von der Strategieentwicklung bis zur professionellen und glaubwürdigen Umsetzung von CSR-Programmen begleiten die Autoren ihre Kunden als leidenschaftliche „Sparringspartner“ bei der Gestaltung ihrer Zukunftsfähigkeit.

Zum Verlag:

Seit 25 Jahren gehört der Münchner ALTOP Verlag mit seinem Nachschlagewerk "ECOWorld - Das alternative Branchenbuch" sowie dem Portal www.eco-world.de zu den führenden Informationsanbietern rund um Ökologie und Ökonomie und transportiert damit die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens. Das gemeinsam mit B.A.U.M. e.V. herausgegebene Magazin **forum Nachhaltig Wirtschaften** und das Nachhaltigkeitsportal www.forum-csr.net zeigt Lösungen für ein nachhaltiges Wirtschaften und für eine gesellschaftliche Verantwortungsübernahme von Entscheidern aus Wirtschaft und Politik.