



Purpose *Heroes* Report:

Lernen Sie von den Top-
Kampagnen des Jahres 2022

Purpose Heroes Report:

Wie Top-Unternehmen 2022 ihren Purpose genutzt haben, um Gutes zu tun

Die Bedeutung der sozialen Verantwortung von Unternehmen nimmt weiter zu. Mitarbeitende stellen neue Anforderungen an ihre Arbeitgeber, Purpose am Arbeitsplatz wird immer wichtiger und es gibt neue gesetzliche Regularien und Vorschriften. Als Reaktion darauf haben Unternehmen gelernt, **einen Schwerpunkt auf soziales Engagement zu legen, um motivierte Arbeitskräfte zu gewinnen** und zu halten.

Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social & Governance (ESG) Programme gibt es zwar schon seit Jahrzehnten, Unternehmen versuchen aber erst seit Kurzem ihre Initiativen auf die nächste Stufe zu heben und den Purpose hinter ihrer Arbeit zu verwirklichen. **Von Corporate Volunteering bis hin zu Spenden-Matching und der Durchführung von Mikro-Aktionen** - Unternehmen denken jetzt in größeren Dimensionen und arbeiten daran, Gutes von innen heraus zu verbreiten.

Aber was macht eine erfolgreiche CSR-Kampagne aus? Und wie können diese Prinzipien auf kommende Programme angewandt werden, um noch erfolgreicher zu werden?

In diesem Bericht stellen wir Ihnen die harte Arbeit unserer Purpose Heroes vor - **Top-Unternehmen, die ihren Purpose als Instrument nutzen**, um positive Veränderungen zu unterstützen, Mitarbeitende für lohnende Anliegen zu gewinnen und letztendlich etwas zu bewirken.

Erwecken Sie den *Purpose* *Ihres Unternehmens* zum Leben

Der Purpose eines Unternehmens wirkt sich nicht nur positiv auf die öffentliche Wahrnehmung aus, Mitarbeitende können sich dadurch auch stärker mit den Grundwerten des Arbeitgebers identifizieren. Sie sind außerdem eher bereit, sich für die Werte des Unternehmens einzusetzen und sich am Arbeitsplatz zu engagieren.

Das wird besonders nach der Pandemie deutlich, denn seither denken **sieben von zehn Mitarbeitenden** über ihren eigenen Purpose nach. Außerdem berichten Arbeitnehmer, die ihren Purpose bei der Arbeit leben, dass sie **belastbarer sind** und sich stärker für den Erfolg des Unternehmens einsetzen.

Es kommt also darauf an, der Unternehmenskultur einen Purpose zu geben und den Mitarbeitenden das Gefühl zu vermitteln, dass ihre Arbeit dazu beiträgt, etwas Gutes zu tun.

Die Erfahrungen der folgenden Unternehmen aus dem Jahr 2022 können uns dabei helfen, die **effektivsten Wege zum Aufbau erfolgreicher CSR-Programme für das Jahr 2023 zu identifizieren:**

Cognizant

SAP

Arm

Sodexo

Auto Trader

Medallia

Duck Creek Technologies

NatWest Group

Criteo

Avast

Lesen Sie weiter, um zu erfahren, wie diese Unternehmen ihren Purpose nutzen, um wirkungsvolle CSR-Kampagnen zu entwickeln.

Cognizant Outreach



Mit 400.000 Mitarbeitenden in 41 Ländern hat es sich Cognizant zum Ziel gesetzt, das Wohlergehen der Mitarbeitenden und Geschäftspartner sowie das tägliche Leben in den Communities, in denen sie leben und arbeiten, durch die von ihnen entwickelten Produkte zu verbessern. Und genau dafür wurde das Freiwilligenprogramm Outreach ins Leben gerufen, das sich auf zwei Schwerpunkte fokussiert: Inklusion in der Technologie und positive Auswirkungen auf die Gesellschaft.

Purpose Hero



Padmasini Dayananda

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

400.000

Hintergrund zum Programm

Die Mitarbeitenden von Cognizant haben sich schon immer stark für ihre lokalen Communities eingesetzt. Mit der Zeit erkannte das Team von Cognizant, dass es an der Zeit war, diese Bemühungen zu unterstützen und eine Plattform zu schaffen, um das Engagement des Unternehmens zu verstärken - so entstand Outreach. Laut Padmasini Dayananda, Global Head of ESG Outreach bei Cognizant, ist es die Verbindung von Marktanforderungen, Geschäftsbedürfnissen und Purpose, die ein Unternehmen zum Aufbau eines erfolgreichen CSR-Programms führt.



Ergebnisse

Dank ihres bodenständigen Starts hatten die Führungskräfte von Cognizant von Anfang an ein gutes Gespür dafür, was die Leidenschaft der Mitarbeitenden auslöst, und sie wussten, welche Art von Unterstützung benötigt wurde. Durch die Nutzung einer CSR Plattform wird das Programm immer größer, sodass die soziale Verantwortung des Unternehmens dadurch auch für andere Bereiche relevant wird, wie beispielsweise zur Bindung von Talenten oder zur Aufklärung über Diversität.

11%

höhere Bindung
der Freiwilligen

41

Länder
auf der ganzen Welt

4,2 Mio.

Stunden
Freiwilligenarbeit
bisher geleistet

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)



SAP

Spring Into Service

Die übergreifende CSR-Strategie von SAP konzentriert sich auf drei Bereiche: den Aufbau digitaler Kompetenzen, die Beschleunigung von Social Business und die Zusammenarbeit für Nachhaltigkeit. Die Einbindung der Mitarbeitenden in zielgerichtete, wirkungsvolle Aktivitäten ist der Schlüssel und die Grundlage für die Umsetzung dieser Strategie. Das Ziel bei SAP war es schon immer, den Mitarbeitenden ein breites Spektrum an Möglichkeiten zu bieten, welches ein Gleichgewicht zwischen der Unterstützung der charakteristischen CSR-Programme und Partnerschaften sowie den strategischen Investitionen der SAP schafft.

Purpose Hero



Erin LaBarge

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

100.000 +

Hintergrund zum Programm

Das CSR-Team von SAP hat die Initiative "Spring Into Service" ins Leben gerufen, um es den Mitarbeitenden zu ermöglichen, sich in ihren lokalen Communities zu engagieren. Die Initiative signalisiert den Mitarbeitenden, dass sie sich auf die Unterstützung von SAP verlassen können, um sich ehrenamtlich für die Projekte und gemeinnützigen Organisationen zu engagieren, die ihnen am Herzen liegen.



Ergebnisse



Die Initiative hat sich als großer Erfolg erwiesen, denn sie ermöglichte bereits 270.000 Lernstunden für Mitarbeitende. Die Initiative hat auch gezeigt, dass Sensibilisierung ein starker Motivator sein kann, wenn es darum geht, Mitarbeitende einzubeziehen und miteinander zu verbinden. Inzwischen hat SAP diese Initiative zu einer ganzjährigen Kampagne weiterentwickelt, die nun als "Moments of Service" bekannt ist.

270.000

Lernstunden
für Mitarbeitenden

100.000

Mitarbeitende,
die sich engagiert
haben

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)



Arm

Team Arm

arm

Mit über 6.000 Mitarbeitenden ist Arm ein Technologieunternehmen mit Sitz in Cambridge, England, das weltweit tätig ist. Die Mission des Programms Team Arm steht im Einklang mit dem Unternehmensziel, "positive Veränderungen für die Mitarbeitenden und den Planeten voranzutreiben", indem sie "die Architekten der Technologie von morgen" sind. Das Programm stützt sich auf die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) und beruht auf drei Säulen: Überwindung der digitalen Kluft, Dekarbonisierung der Datenverarbeitung und Einbindung der Mitarbeitenden.

Purpose Hero



Anna Malan

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

6.000 +

Hintergrund zum Programm

Nachdem das Interesse an sozialen Initiativen immer größer wurde, investierte das Unternehmen 2016 erheblich in den Ausbau von *Team Arm*. Das Unternehmen dehnte das Programm auf alle 50 Niederlassungen aus, um die Mitarbeitenden besser zu erreichen und die SDGs zu unterstützen. Um die Chancen für eine breite Akzeptanz des Programms zu erhöhen, wurde ein zweigleisiger Ansatz verfolgt, der sowohl unternehmensweite als auch individuelle Möglichkeiten bot, um etwas zurückzugeben.



Ergebnisse

arm

Während strategische Initiativen Arm dabei helfen, Fortschritte auf dem Weg zu den SDGs zu erreichen und branchenweite Probleme zu lösen, die sich direkt auf das Unternehmen auswirken, trägt der Fokus auf die Mitarbeitenden dazu bei, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Das Unternehmen hat ein Netzwerk von Champions eingerichtet, um das Programm weltweit einzuführen und um sicherzustellen, dass ihre Initiativen auf Resonanz stoßen.

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)

88%

der Freiwilligen

ssagen, dass sie ein stärkeres Gefühl des Stolzes auf das Unternehmen empfinden

1.250

Mikro-Aktionen

in zwei Wochen durchgeführt

500+

Mitarbeitende

engagieren sich für UNICEF



Sodexo

Stop Hunger Stiftung



Sodexo wurde 1966 gegründet und hat heute mehr als 400.000 Mitarbeitende auf der ganzen Welt. Zu Beginn lag das Hauptaugenmerk des Unternehmens auf der Verbesserung der Lebensqualität, inzwischen hat sich der Purpose dahingehend ausgeweitet, jeden Tag besser zu gestalten, damit jeder ein besseres Leben führen kann - während gleichzeitig ein größerer sozioökonomischen und ökologischen Impact erreicht wird. Als Lebensmitteldienstleister setzt sich Sodexo mit der Stiftung Stop Hunger für die Bekämpfung des weltweiten Hungers ein.

Purpose Hero



Angela Halliday

Branche

Lebensmittel

Angestelltenzahl

400.000

Hintergrund zum Programm

Das Unternehmen ist sich des Potenzials von Sodexo, Gutes zu tun, bewusst und hat eine erfolgreiche Strategie für das Engagement der Mitarbeitenden entwickelt. Sodexo hat eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, die die Mitarbeitenden dabei unterstützen, ihre Werte in ihrem Arbeitsalltag zu leben und sich für ihre lokale Community einzusetzen. Dazu gehört, dass alle Mitarbeitenden jährlich drei Tage freigestellt werden, um Freiwilligenarbeit zu leisten.



Ergebnisse



Angela Halliday, Sodexos Director Social Impact, ist stolz darauf, wie ihre Kolleg:innen weiterhin effektive Freiwilligen- und Spendenprogramme entwickeln und aufbauen, um nicht nur ihre Communities zu unterstützen, sondern auch die Werte des Unternehmens zu wahren. Mit Unterstützung der Belegschaft kämpft Sodexo seit 1996 gegen die Nahrungsmittelarmut, außerdem wurden mehr als 34,5 Millionen \$ für die Bekämpfung des Hungers bei Kindern gesammelt.

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)

53

Länder in denen gegen Nahrungs-
mittelarmut gekämpft
wird

34,5 Mio. \$

gesammelt
zur Bekämpfung des
Hungers bei Kindern

3 Tage

**bezahlte
Freistellung** um
Freiwilligenarbeit zu
leisten



Auto Trader

“Make a Difference” Gilde



Mit rund 1.000 Mitarbeitenden hat Auto Trader seinen Hauptsitz in Manchester, England, mit kleineren Büros in London und Dublin und Außendienstmitarbeitern, die über ganz Großbritannien verteilt sind. Der Purpose von Auto Trader lautet: "Gemeinsam und verantwortungsbewusst den Wandel vorantreiben", die ESG-Strategie des Unternehmens basiert auf drei Säulen: Vielfalt und Eingliederung (Diversity and Inclusion – D&I), Gemeinwesenarbeit und Wohltätigkeit (Make a Difference) sowie Umwelt und Nachhaltigkeit.

Purpose Hero



Helen Robinson

Branche

Automotive

Angestelltenzahl

1.000

Hintergrund zum Programm

Die mitarbeitergeführten Netzwerke oder Gilden von Auto Trader sind ein Raum, in dem jeder Mitarbeitende eine treibende Kraft für Veränderungen sein kann. Von "D&I" bis hin zur "Make a Difference"-Gilde - die Bottom-up-Strategie gibt allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich einzubringen und Gutes zu tun. Oberste Priorität beim Aufbau des Programms zur sozialen Verantwortung des Unternehmens war es, allen Mitarbeitenden die gleichen Möglichkeiten zu bieten, die Projekte zu unterstützen, die ihnen am Herzen liegen.



Ergebnisse

Auto Trader bringt Mitarbeitende mit Organisationen in ihren Regionen zusammen und stellt so sicher, dass die verstreuten Teams je nach Standort, bevorzugten Anliegen und Fähigkeiten an Freiwilligeneinsätzen teilnehmen können. Mit dem Start des Freiwilligenprogramms nahmen letztes Jahr 19 % der Mitarbeitenden an mindestens einem Freiwilligentag teil - dieses Jahr ist Auto Trader zuversichtlich, ihr Ziel von 50 % Beteiligung zu erreichen.

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)

3

Büros

in Manchester,
London und Dublin

19%

der Mitarbeitenden

leisteten im ersten
Jahr Freiwilligenarbeit

50%

der Mitarbeitenden

nehmen
voraussichtlich im 2.
Jahr teil



Medallia

Medallia.org

Medallia

Medallia hat es sich zur Aufgabe gemacht, jeden Menschen und jede Erfahrung wertzuschätzen. Im Rahmen der sozialen Initiative des Unternehmens, Medallia.org, geht Medallia noch einen Schritt weiter und konzentriert sich besonders auf die Unterstützung marginalisierter Gemeinschaften, indem es Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen eingeht. Das globale Programm von Medallia unterstützt so unterrepräsentierte Gemeinschaften, die beispielsweise am stärksten vom Klimawandel oder psychischen Krankheiten betroffen sind.

Purpose Hero



Heather Jin

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

2.500+

Hintergrund zum Programm

Das Programm von Medallia wurde ursprünglich von einer kleinen Gruppe engagierter Medallianer ins Leben gerufen. Mit dem Ziel, das Gute, das im Unternehmen entsteht, zu verstärken, beschloss Medallia, diese Bemühungen in ein unternehmensweites Programm zu überführen - in der Hoffnung, das Herz und die Leidenschaft zu bewahren, die die von den Mitarbeitenden geleitete Initiative ursprünglich antrieb.



Ergebnisse

Medallia

Im Rahmen des 2022 Global Impact Report stellte Medallia fest, dass sich die Zahlen bei allen Fragen in eine positive Richtung entwickelten - einschließlich eines statistisch signifikanten Anstiegs der Zugehörigkeit um 10%. Sie fanden auch heraus, dass Freiwilligenarbeit positiv mit höherem Engagement und einer höheren Bindung an Medallia verbunden ist, unabhängig von Standort, Geschlecht, Rasse und Managementebene, und dass Benevity-User Medallia seltener verlassen.

60%

Steigerung des
freiwilligen
Engagements

111%

Steigerung der
Spendensummen

10%

Stigerung
der Zugehörigkeit

32%

Rückgang
an Mitarbeitenden,
die das Unternehmen
verlassen



Duck Creek Technologies

Duck Creek Gives Back



Mit fast 1.800 Mitarbeitenden auf der ganzen Welt ist Duck Creek Technologies ein Unternehmen, das sich als "One Duck Creek" für Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration einsetzt. Der Purpose des Unternehmens ist es, das Leben der Stakeholder zu verbessern und zu erleichtern. Als führendes Unternehmen in den Bereichen Technologie und Versicherung ist dieser übergreifende Purpose stets mit den Initiativen zur sozialen Verantwortung verknüpft, zu denen Programme in den Bereichen MINT, Bildung, Gleichstellung und Katastrophenhilfe gehören.

Purpose Hero



Sage Milton

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

1.800

Hintergrund zum Programm

Vor der COVID-19-Pandemie war das Programm "Duck Creek Gives Back" ein persönlicher Weg, um Mitarbeitende durch teambildende Maßnahmen und gute Taten zusammenzubringen. Doch als die Pandemie ausbrach, erkannte man die Notwendigkeit, das Programm zu ändern. Da es für die Mitarbeitenden keinen physischen Raum gab, in dem sie ihre Zeit und Ressourcen für wohltätige Zwecke einsetzen konnten, wollte Duck Creek einen virtuellen Raum schaffen, der ihr neues Arbeitsumfeld widerspiegeln und alle Mitarbeitenden zur Teilnahme ermutigen sollte.



Ergebnisse

Dank der CSR-Plattform von Benevity ist Duck Creek in der Lage, den internationalen Teams personalisierte Aktivitäten anzubieten, die auf den verschiedenen Standorten und persönlichen Vorlieben basieren. Darüber bietet Duck Creek allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich auch aus der Ferne in Form von online Freiwilligenarbeit zu engagieren, um sie durch geringe Hürden zu ermutigen, ihre Zeit für Dinge einzusetzen, die ihnen am Herzen liegen.

855 h

Freiwilligenarbeit
in 7 Monaten

30.000 \$

Spendengelder
für Nonprofits, die die
Ukraine unterstützen

50

**dauerhafte
Unterkünfte**
für ehemalige
Obdachlose
bereitgestellt

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)



NatWest Group

Übergang zu NetZero

Die NatWest Group ist eine britische Bank- und Versicherungsgesellschaft. NatWest hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Mitarbeitenden zu helfen, Nachhaltigkeit in ihr Privat- und Arbeitsleben zu integrieren. Das Unternehmen unterstützt dieses Vorhaben auf verschiedene Arten, u.a. durch die Mitgliedschaft im Sustainable Futures Global Network, einem Netzwerk von rund 3.000 Personen, die in ihren eigenen Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit vorantreiben wollen.

Purpose Hero



Daniel Gibbs

Branche

Finanzwesen

Angestelltenzahl

60.000

Hintergrund zum Programm

Das Team der NatWest Group setzt eine Reihe von Strategien ein, um das Ziel zu erreichen, Nachhaltigkeit im Leben der Mitarbeitenden zu verankern. Dazu hat das Unternehmen beispielsweise eine Bottom-up-Strategie für Nachhaltigkeit eingeführt und eine persönliche Beziehung zu den Mitarbeitenden hergestellt, damit sie sich inspiriert fühlen, ihren täglichen CO₂-Fußabdruck zu berechnen und die Ergebnisse mit Freunden und Familie zu teilen.



Ergebnisse

Dank der 60.000 Mitarbeitenden von NatWest ist das Unternehmen in der Lage, eine enorme Wirkung zu erzielen, wenn die Mitarbeitenden kleine Veränderungen in ihr tägliches Leben integrieren. Was das Team der NatWest Group besonders interessiert, sind die indirekten Auswirkungen, die diese Art von Maßnahmen mit sich bringt. Das Team war sehr erfreut zu sehen, wie die verschiedenen Bemühungen dazu beigetragen haben, das Privat- und Berufsleben ihrer Mitarbeitenden auf positive Weise zu beeinflussen.

128.000

Kilogramm

CO2 eingespart

4 Mio

Liter Wasser eingespart

mit dem Ziel, weitere 15 Mio. Liter einzusparen

20.000

Stücke aus Plastik

die nicht genutzt wurden



Criteo

Impact Week



Mit 3.000 Mitarbeitenden weltweit ist Criteo ein Technologieunternehmen, das Publisher und Werbetreibende durch eine fortschrittliche Lösung für künstliche Intelligenz miteinander verbindet. "Criteo engagiert sich für alles, was wir tun", ist das Motto, das dem Programm für Employee Engagement von Criteo zugrunde liegt. Es vereint alle internen Interessengruppen des Unternehmens und spiegelt sich auch in den Beziehungen von Criteo zu seinen Kunden, Investoren und Partnern wider - immer mit dem Wunsch, das Richtige zu tun.

Purpose Hero



Justine Tabarin

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

3.000

Hintergrund zur Kampagne

Die CSR-Strategie von Criteo Cares basiert auf drei Säulen: Umwelt, Gleichberechtigung & Integration sowie Bildung. Diese Säulen sind in sieben Ressourcengruppen (ERGs) verankert, die sich aus Mitarbeitenden zusammensetzen, die sich dazu entschieden haben, diese Themen in den Fokus ihrer Arbeit zu stellen. Im Jahr 2022 veranstaltete Criteo seine erste internationale Impact Week, bei der die Mitarbeitenden mit lokalen Verbänden und ihrer internen Green Community zusammenarbeiteten.



Ergebnisse



Criteo mobilisierte fast 500 Mitarbeitende zur Teilnahme an der ersten Impact Week, bei der unter anderem große Müllsammelaktionen am Strand und in verschiedenen Städten durchgeführt wurden. Parallel dazu organisierte Criteo mehrere Sensibilisierungs- und Schulungsveranstaltungen zu Themen wie Recycling und Fast Fashion, um das Engagement für das Thema Klimawandel zu fördern. Sie freuten sich, dass in den ersten zwei Monaten nach der Initiative über 150 Mitarbeitende ihrer Green Community ERG beitraten.

500

Mitarbeitende
teilgenommen

8

Aufräumkampagnen in großen Städten, in denen Criteo Büros hat

18.000

Zigarettenstummel
und mehrere hundert Kilo gesammelte Abfälle

[Lesen Sie die gesamte Geschichte](#)



Avast

Be safe online

Avast, das heute fast 2.000 Mitarbeitende beschäftigt, wurde als kleines Familienunternehmen gegründet, hat sich aber schnell zu einem globalen Konzern entwickelt. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, die digitale Freiheit und das gesellschaftliche Engagement zu fördern, was auf verschiedene Arten umgesetzt wird. Als Unternehmensstiftung unterstützt Avast seine Partner, indem es Organisationen ausfindig macht, die in ihren lokalen Communities verankert sind. Im Anschluss wird gemeinschaftlich überlegt, wie die Organisationen unterstützt werden können.

Purpose Hero



Julia Szymańska

Branche

Technologie

Angestelltenzahl

2.000

Hintergrund zum Programm

Das Engagement von Avast für diese Initiative entstand aus dem Wunsch, Kinder über sicheres Online-Verhalten aufzuklären, und wurde erstmals durch das Projekt "Be Safe Online" von Julia Szymańska ins Leben gerufen. Nach dem Erfolg dieser Initiative beschloss das Unternehmen, mehr Zeit und Ressourcen für ein Programm zur Einbindung von Mitarbeitenden aufzuwenden, das den Corporate Purpose der Verbreitung von digitaler Freiheit und gesellschaftlichem Engagement auf der ganzen Welt erfüllen würde.



Ergebnisse



Julia und ihr Team arbeiteten mit den ERGs von Avast zusammen, um Kampagnen zu entwickeln, die für die verschiedenen Regionen relevant waren. Sie führten regelmäßig Umfragen durch und forderten die Mitarbeitenden auf, ihr Feedback zu teilen. Außerdem baten sie die Teammitglieder, Organisationen zur Unterstützung vorzuschlagen, was dem Unternehmen half, eine Datenbank mit relevanten Aktivitäten und Organisationen auf der ganzen Welt zu erstellen. Dies war besonders hilfreich, als die gesamte Arbeit mit der Einführung der CSR-Plattform zusammengeführt wurde.

[Lesen Sie die gesamte Geschichte.](#)

500

Anmeldungen

innerhalb der ersten Woche

40%

der Mitarbeitenden

haben sich innerhalb von 2 Monaten nach Start registriert

400

Stunden

Freiwilligenarbeit

in den ersten 4 Monaten der Kampagne



Verbreiten Sie Ihren **Purpose**

Diese Top-Kampagnen zeigen, dass die Bemühungen der Unternehmen nicht nur wirksam, sondern auch realisierbar sind.

Um Ihnen den Einstieg zu erleichtern, haben wir hier die wichtigsten Erkenntnisse aus der Arbeit unserer Purpose Heroes zusammengefasst:

- **Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden in Ihre Arbeit ein** - Geben Sie Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich für die Themen einzusetzen, die ihnen am Herzen liegen. Auf diese Weise können sie sich mit Leidenschaft in die Bemühungen Ihres Unternehmens einbringen.
- **Vernetzen Sie sich mit Ressourcengruppen für Mitarbeitende (ERGs)** - Bauen Sie eine Kultur auf, die sich für Vielfalt, Gleichberechtigung, Integration und Zugehörigkeit einsetzt. Die Unterstützung von ERGs zeigt den Einsatz eines Arbeitgebers für die Schaffung und Aufrechterhaltung eines positiven Wandels.
- **Ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden durch Aktionstage das ganze Jahr über zum Spenden** - Unternehmen können und sollten bewusst Daten wie den Internationalen Frauentag, Pride, Movember oder andere Aktionstage als Gelegenheit nutzen, um Mitarbeitende dazu zu bewegen, sich zu engagieren und zu spenden.
- **Kommunizieren Sie alle Schritte Ihrer Kampagne** - Interne Kommunikation ist der Schlüssel, wenn es darum geht, Teilnahmezahlen zu steigern. Machen Sie es Ihren Mitarbeitenden leicht, sich zu beteiligen, indem Sie von Beginn an eine klare Kommunikationsstrategie verfolgen, damit alle Ihre Bemühungen ernst nehmen.
- **Messen und feiern Sie den Erfolg** - Machen Sie sich ein genaues Bild davon, wie gut Ihre Kampagnen funktionieren, indem Sie den Erfolg genau verfolgen und darüber berichten - dies kann mit Hilfe einer CSR-Plattform geschehen. Feiern Sie dann, was Sie gemeinsam erreicht haben!
- **Bessere Organisation, Kommunikation und Berichterstattung mit einer CSR-Plattform** - Der Aufbau einer effektiven CSR-Kampagne ist eine Menge Arbeit. Sparen Sie Zeit, indem Sie eine CSR-Plattform nutzen, um Ihre Kampagnen zu verwalten, die Mitarbeitenden über ihre Bemühungen zu informieren und Ihren Erfolg zu verfolgen, genau wie unsere Purpose Heroes.

Sind Sie bereit, diese Erkenntnisse auf Ihre CSR-Strategien anzuwenden? Je mehr Zeit Sie sich für die Planung nehmen, desto besser werden Ihre Kampagnen laufen. Wir möchten Sie daher ermutigen, noch heute mit der Planung Ihrer Kampagnen zu beginnen!



Sind Sie bereit, *Ihr
eigenes Purpose-
Programm* zu starten?

Wir sind da, wenn Sie
Fragen haben.

[Demo anfordern](#)

benevity.com