

„Standort und Unternehmensmarke stärken“

05.03.2009, 11:32 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *Laurich & Kollegen*

Presseagentur: *Laurich & Kollegen Communication Consultants*



Siemens Hanse über unternehmerische Verantwortung beim „Round Table CSR“ von Laurich & Kollegen

Hamburg, 4. März 2009 – Unternehmen erkennen unternehmerische Verantwortung zunehmend als Herausforderung für ihr Geschäftsmodell. Und dies sei ein langfristiger Prozess, der auch durch tagesaktuelle Probleme nicht grundsätzlich in Frage gestellt werden dürfe, so der Tenor eines Impulsreferates von Michael Westhagemann, Geschäftsleiter der Region Hanse sowie der Niederlassung Hamburg der Siemens AG anlässlich des „Round Table CSR“ der Kommunikationsberatung Laurich & Kollegen.

„Verantwortungsvoll, exzellent und innovativ – das sind die Basiswerte der Siemens AG. Sie bilden die Maxime unseres Handelns weltweit. Unternehmerische Verantwortung ist deshalb einer von vier Treibern unseres Unternehmensprogramms ‚Fit4_2010‘. Diese Werte durch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter innen wie außen spürbar werden zu lassen, sehe ich als eine unserer wichtigsten Aufgaben. Deshalb engagieren wir uns seit vielen Jahren in vielfältigen sozialen, sportlichen und kulturellen Projekten in der Region“, sagt Michael Westhagemann, CEO der Region Hanse der Siemens AG. „Wir sind kein anonymer Großkonzern, der zufällig irgendwo vor Ort ist. Wir sehen uns als integraler Bestandteil des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens, überall dort, wo wir sind – und das seit über 160 Jahren.“

Rund 20 Nachhaltigkeits- und Kommunikationsexperten folgten der Einladung der Hamburger Kommunikationsberatung in das Hotel InterContinental. „Im Mittelpunkt der Diskussionen beim ‚Round Table CSR‘ steht die Frage, wie Unternehmen die Voraussetzungen schaffen können, um CSR konsequent umzusetzen – also soziale, ökologische aber eben auch ökonomische Aufgaben entlang der Wertschöpfungskette des Unternehmens“, so Agenturinhaber Frank Laurich. Aktuelle Studien belegen das Potenzial gesellschaftlicher Verantwortung in der deutschen Wirtschaft, doch nur 15 Prozent der Unternehmen werten demnach CSR als Teil der Unternehmensstrategie. „Engagement braucht Verankerung im Management, gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten werden sich strategische und kommunikative CSR-Ziele auszahlen“, ergänzt Laurich.

Portrait

Fokus von Laurich & Kollegen ist die strategische Kommunikationsberatung sowohl mittelständischer Unternehmen als auch größerer Konzerneinheiten sowie städtischer und kommunaler Einrichtungen. Thematisch liegen die Schwerpunkte

der Beratung neben Wirtschaft & Dienstleistungen in den Bereichen Technologie & Healthcare, Regionalmarketing & Tourismus, Sport & Sponsoring sowie Corporate (Social) Responsibility.

News-ID: 288214 • Views: 1048 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/288214/Standort-und-Unternehmensmarke-staerken.html>