



PERFORMANCE

Kurvenkratzer

Corporate Social Responsibility

Heute schon mit einem Tabu aufgeräumt?
Wie gelebte Unternehmenskultur die Welt verändern kann.



Es gibt sie, die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung, ein freiwilliger Beitrag der Wirtschaft zu sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekten, die weit über die gesetzlichen Forderungen hinausgehen — auch bekannt als CSR (Corporate Social Responsibility).

Vielerorts ist die CSR in Verruf geraten, denn sie wird inzwischen oftmals als diplomatische Kompromiss- bzw. Konsensformel verwendet, um vorherrschende Zielkonflikte zwischen ökologischen Gesichtspunkten und dem Wirtschaftswachstum des Unternehmens in Einklang zu bringen. Leider geraten dadurch die sozialen Komponenten und Chancen der CSR oftmals in den Hintergrund. Genau dort aber könnte gesellschaftlicher Wandel und ein Umdenken in so vielen Themen erfolgreich unterstützt werden.

Ein gutes Beispiel dafür kommt von den Estée Lauder Companies, deren CSR Projekt „Pink Ribbon“ nicht nur eine eigenständige, höchst erfolgreiche und wertvolle Marke geworden ist. Das Thema Brustkrebs ist durch die Aktion schon bald salonfähig geworden und konnte in vielen Ländern einen großen Beitrag zur verbesserten Gesundheitskompetenz und sozialen Integration von Krebspatientinnen beitragen.



Martina Hagspiel, Gründerin Plattform „Kurvenkratzer-InfluCancer“

Viele sind betroffen

In Österreich erkranken rund 40.000 Personen jährlich an Krebs, rund 350.000 Menschen leben mit dieser Krankheit. Pro Jahr erhalten in Österreich rund 21.000 Männer und ca. 19.000 Frauen eine Krebsdiagnose, mehr als die Hälfte machen Lungen-, Darm-, Brust- und Prostatakrebs aus. Speziell große Unternehmen und Konzerne sind zwangsläufig mit unzähligen Langzeitkrankenständen konfrontiert, ca. die Hälfte davon sind in der Regel Krebserkrankungen. Ein

unternehmerisches Risiko sagen die einen, eine zwischenmenschliche Herausforderung wissen die anderen. Der Ausfall, die Rückkehr an den Arbeitsplatz, Berührungängste, Tabus, Wiedereingliederung, Vereinsamung und oftmals auch Neuorientierung sind Themen, die den Betrieb und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrem Arbeitsalltag massiv beschäftigen. Ungeschulte Kolleginnen und Kollegen und Führungskräfte sind mit der neuen Situation gefordert und die Angst vor einer falschen Reaktion lässt sie nicht selten den Rückzug antreten.

Kommunikation für das positive Erscheinungsbild

CSR ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dienen kann, um soziale Belange in ihre Tätigkeit und in die Wechselbeziehung mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu integrieren. Die damit verbundenen Aktionen wirken in der Kommunikation nach innen, aber natürlich auch nach außen. Genau hier ist es möglich, dass ein Arbeitgeber sich einen guten Namen macht, Charakter bekommt und die Marke mit sozialem Engagement positiv auflädt. Die Förderung der eigenen Gesundheitskompetenz, das Aufbrechen von Tabus, ein wissender Umgang mit dem Thema Krebs und eine furchtlose Herangehensweise an die Krankheit Krebs wären hierfür die perfekten Inhalte. Denn ob Sie es wissen oder nicht: Viele Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind direkt oder indirekt als Angehörige betroffen und müssen sich mit dieser Erkrankung auseinandersetzen. Daher nutzen Sie Ihre Chance und machen Sie mit Ihrem Unternehmen unsere Welt ein bisschen besser! Denn: Egal, wie Du über Krebs sprichst, Hauptsache, Du tust es. **P**



www.influCancer.com
www.kurvenkratzer.at