

Geschäftsstelle Marketing-Club Göttingen e.V.  
c/o Maren Lochte Werbeagentur  
Am Leinekanal 4, 37073 Göttingen  
www.marketingclub-goe.de

**Fax-Anmeldung 0551 - 8207822**  
bitte bis 10.9.2007

Ja, ich komme verbindlich zu der Veranstaltung im  
Freizeit In am 17. September 2007 um 18.30 Uhr

Ich bringe noch mit

<Anrede><Titel><Vorname><Name>

<Firma1>

<Firma2>

<Anschrift>

<PLZ><Ort>

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

\_\_\_\_\_  
Unternehmen

© Maren Lochte Werbeagentur, www.lochte-werbeagentur.de

**Einladung** 17.9.2007

# CSR Corporate Social Responsibility

Chancen für das Marketing  
durch freiwillige Übernahme  
gesellschaftlicher  
Verantwortung



MARKETING-CLUB  GÖTTINGEN e.V.

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband  
Berufsverband des Marketing-Managements

in Kooperation mit:

# REGJO

Das Regional-Journal für Südniedersachsen

# Corporate Social Responsibility

Wenn Ihnen dieser Begriff noch nicht flüssig über die Lippen kommt, sollten Sie es üben, denn mit CSR ist ein tiefgreifender Megatrend verbunden mit entscheidenden Einflüssen auf zukünftige Unternehmenserfolge

Im Kern geht es bei **CSR** um die freiwillige Übernahme gesellschaftlich-sozialer Verantwortung aller Unternehmen.

CSR wird aus ökonomischer Perspektive *“die Bedingung für den künftigen nachhaltigen Unternehmenserfolg”* (Prof. Meffert)

Die **absatzwirtschaft**, die Zeitschrift des Deutschen Marketing-Verbandes, kündigt in ihrem Leitartikel 8/2007 an:

*“...dass erfolgreiche Marktpositionierung zur Gewinnmaximierung ohne ein adäquates **CSR-Management** immer schwerer wird.”* - Ein Freixemplar liegt für Sie bereit.

**Machen Sie sich früh Ihr eigenes Bild über die auf uns zukommenden Veränderungen und bereiten Sie Ihr Unternehmen rechtzeitig darauf vor.**

**Am 17. September 2007 um 18.30 Uhr im Hotel Freizeit In** (rückseitige Fax-Anmeldung bitte bis 10. September 2007)

# Referenten



## **Dr. Gerhard Prätorius**

Volkswagen AG, Leiter Koordination **CSR** und Nachhaltigkeit

*CSR aus der Unternehmensperspektive:  
Mit welchen **CSR**-Maßnahmen und damit einhergehender sozial-ökologischer Verantwortung lassen sich Unternehmenserfolge nachhaltig unterstützen?  
Wie wirkt **CSR** über die Unternehmens-PR und Marketing?*

## **Mark C. Schneider** (Co-Referent)

Wirtschaftsjournalist beim Handelsblatt

*Die Bedeutung von **CSR** und Geschäftsmoral aus Perspektive der Medien*

## **Ursula Kloyer-Heß** (Co-Referentin)

Chefredaktion **REGJO** und PR-Beraterin

*Bedeutung eines regionalen Marketingmagazins für **CSR** am Beispiel **REGJO***

**Nach den Vorträgen sind Sie von **REGJO** eingeladen zum kommunikativen Flying-Bufferet und großer Getränkeauswahl.**