

Mit freundlicher Unterstützung von

Deutsche Post  World Net

Titelseite
Deutschland
Ausland
Wirtschaft
Unternehmen
Wirtschafts-politik
Börse
Ratgeber
Vermischtes
Sport
Entertainment
Internet
Feuilleton
Wissenschaft
Auto & Technik
Arbeit & Beruf
Medien
Wetter
Reise

Tu Gutes und sprich online drüber

18. Jan 08:37

Charity Label 'We care'
Foto: Charity Label GmbH

Ob Geldsammeln für krebskranke Kinder, für den Regenwald oder Schulen in Lateinamerika: Auf einer Website können Bürger, Schulen, aber

auch Unternehmen ihre sozialen Projekte vorstellen – gute Werbung inklusive.



Von *Matthias Breitingner*

Sie könnten unterschiedlicher nicht sein: IBM, Ritter Sport, Rossmann, O2 und die Sparkasse Köln-Bonn. Eines eint sie dennoch. Sie sind sozial aktiv – und wollen das die Öffentlichkeit auch wissen lassen. «We care» gibt ihnen die Chance dazu: eine Website, auf denen Unternehmen, aber auch Schulen, Vereine und Bürgergruppen ihr ehrenamtliches Engagement dokumentieren und damit kundtun können.

«Wir haben festgestellt, dass Unternehmen sich zwar vielfach sozial engagieren, das aber nur zurückhaltend kommunizieren», erläutert Gründer und Geschäftsführer von Charity Label, dem Unternehmen hinter «We care», im Gespräch mit Netzeitung.de die Idee: Ziel ist es, die Wahrnehmbarkeit des Engagements zu verbessern.

Schokolade für den guten Zweck

Beispiel Ritter Sport: Der Schokoladenhersteller startete im Juli 2005 eine Spendenkampagne für ein Schulprojekt in Afrika. In der zweiten Jahreshälfte 2005 spendete das Unternehmen pro verkaufter Minipackung und pro 100-Gramm-

 Artikel drucken
 Artikel versenden

NZ-SUCHE

» Mehr Suchoptionen

SCHNELL-NAVIGATION

Mehr im Ressort

Putin verspricht Berlin stabile Energielieferungen

Mercosur bleibt uneins

Polen wollen mehr Geld für Gasdurchleitung

Sony Ericsson will indisches Geschäft stärken

Die zwei Gesichter Russlands

Meistgelesen

Dutzende «Borats» im eisigen Bodensee

Gott war ein DJ

16-Jährige nach Blackout im OP im Koma

Skispringer weiter im künstlichen Koma

Glos wirbelt Strombranche auf

» Weitere Top 10

Bilderschaun

Weg der Zerstörung
Bilderschau: Orkan in Deutschland

Rückblende
Die besten politischen Fotos und Cartoons

V.I.P.-Show
Promis der Woche

Alle Bilderschaun



NZ-Services

- Executive Jobs

- Podcast

- RSS-Feed

- Vorlagen/ Downloads

- News per SMS

- Leser Top 10

- 24 Stunden

- Stellenmarkt

- Suche

- Archiv

weitere Services

Verlagsbeilagen

- Irland

- Elitepartner

» Verlagsbeilagen

Über uns
Spezial
Bilderschau
NZ-Audio
Bücher
Stellenangebote
Leserbriefe
Mediadaten

Tafel «Ritter Sport Quadrage» je 1,4 Cent für das Projekt, das den Angaben zufolge Teil einer Unicef-Hilfsaktion ist.

Wie diese ungerade Summe zustande kam? Mit fünf Euro kann Unicef einem Kind in Angola, Malawi und Ruanda ein Jahr lang dringend benötigtes Schulmaterial zur Verfügung stellen – bei 365 Tagen im Jahr sind das rund 1,4 Cent pro Tag. Zudem garantierte Ritter Sport eine Spende von 222.000 Euro für das Schulprojekt.

Dokumentiert ist auch das Engagement des Schokoladenherstellers für Kakaobauern in Nicaragua.

Verkauf von Schulkalendern

Mehr im Internet

- [Website 'We care - Charity-Label.com'](#)

Die Website von «We care», www.charity-label.com, dokumentiert aber auch weniger

bekanntere Aktionen, etwa der Hotelkette Marriott, die in ihrem Hamburger Hotel ein Sommerfest zugunsten einer Patientenstiftung veranstaltete. Der Schulbuchverlag Ernst Klett in Stuttgart feierte das zehnjährige Jubiläum einer Lernhilfenreihe mit einer Jubiläumsausgabe – der Erlös daraus ging an ein Bildungsprojekt auf den Philippinen, wo vier Grundschulen mit Möbeln und Büchern ausgestattet wurden.

Doch es sind nicht allein Unternehmen, die dank der Website auf ihr engagiertes Handeln aufmerksam machen können. Das Bonner Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium unterstützt seit 1990 eine Schule in Peru – etwa mit dem Verkauf eines Kunstkalenders der Schule oder mit den Einnahmen aus Schulkonzerten. Das Gymnasium ist bei weitem nicht die einzige Schule auf der Website. «Sie ist eine Referenz für Schulen», sagt Geschäftsführer Ehring.

Aushängeschild für die Region

Über eine Standortsuche können Interessierte auch feststellen, welches Engagement in ihrer Stadt und ihrer Region existiert.



Patrick Ehring
Foto: Charity Label GmbH



Dadurch entstehe ein regionales Netzwerk aktiver Bürger, Unternehmen, Gruppen und Vereine. «Das ist eine gute Aussage für eine Region und spricht für die Lebensqualität dort», betont Ehring.

Denn auch einzelne Bürger stellen ihre Projekte vor, etwa Shakil Awan. Er organisierte im Dezember bereits zum zehnten Mal in Bonn seine Charity-Party, deren Reinerlös an die Organisation CARE International geht, die sich weltweit für Menschen in Not einsetzt. «Ein Ehepaar, das in Sri Lanka den Tsunami überlebt hat, engagiert sich jetzt in der Region und hat ein Kinderheim für Waisen gegründet», berichtet der Charity-Chef. Eine Gruppe von Hobbykünstlern wiederum sammelt Geld für eine Elterninitiative krebserkrankter Kinder; eine Stiftung hilft Patienten, die nach Behandlungsfehlern Hilfe brauchen.

Alles unter einem Label

Die werbefreie Website, seit Februar 2006 online, finanziert sich ausschließlich über Einnahmen für die Dokumentation von Hilfsprojekten der Unternehmen, wie der Geschäftsführer, Patrick Ehring, betont. Für Schulen, Bürger und Hilfsorganisationen ist die Veröffentlichung ihrer Projekte hingegen kostenlos.

Unternehmen können das «We care»-Label zudem auf ihrer Website integrieren und mit der Vorstellung ihrer Projekte auf der Charity-Website verlinken. So macht es etwa die Drogeriekette Rossmann, deren Stiftung sich für obdachlose Straßenkinder in der äthiopischen Hauptstadt Addis Abeba engagiert. «Mit 'We care' existiert ein Label, unter das ein Unternehmen alle seine womöglich sehr verschiedenen sozialen Aktivitäten subsummieren kann», so Ehring.

Auf eine Kontrolle der beschriebenen Projekte legt Ehring dabei großen Wert. «Wir

veröffentlichen nur Texte zu Projekten, die gemeinnützig, sozial und wohltätig sowie überparteilich und überkonfessionell sind», betont Ehring. Die Initiatoren müssten das Projekt durch Fotos, Presseartikel, Spendenquittungen, Dankschreiben oder ähnliches belegen und so transparent machen. Zudem recherchiere die eigene Redaktion von Charity Label die Projekte gegen. «Wir haben auch schon vorgelegte Texte abgelehnt.»

[« Mehr aktuelle Nachrichten aus dem Spezial](#)

[Global Village](#)

[Titelseite](#) | [Deutschland](#) | [Ausland](#) | [Wirtschaft](#) | [Vermischtes](#) | [Sport](#) | [Entertainment](#) | [Internet](#)
[Feuilleton](#) | [Wissenschaft](#) | [Auto & Technik](#) | [Arbeit & Beruf](#) | [Medien](#) | [Wetter](#) | [Reise](#) | [Spezial](#) | [Suche](#)
[Podcast](#) | [RSS-Feed](#) | [NZ-Mobil](#) | [Die letzten 24h](#) | [Desktop-Schlagzeilen](#) | [Newsletter](#)
[Leserbriefe](#) | [Leser Top 10](#) | [Über uns](#)

Chefredakteure: Michael Angele und Matthias Ehlert | [Impressum](#) | [Mitarbeiter](#) | [Kontakt](#) | [Mediadaten](#) | [Audio-News](#)

NZ Netzeitung GmbH · Albrechtstr. 10 · 10117 Berlin · Tel.: 030 240 888-0 · Fax: 030 240 888 801
Alle Rechte © 2007 NZ Netzeitung GmbH

IT & Security by Procado

[ai:ti]-Quotes&Charts: IT Future AG

Quellen der Börsendaten: IT Future AG, Standard&Poor's Comstock Inc. und weitere.

Partner:

[Ratenkredit](#) | [Kredit](#) | [Test und Preisvergleich](#) | [Price comparison](#) | [Horoskop – GoAstro](#) | [Girokonten im Vergleich](#)
| [Versicherungen im Vergleich](#) | [Testberichte und Preisvergleich](#) | [Aktien](#)
