

NEWS Politik Wirtschaft Sport Panorama Lifestyle Moderatoren

SUCHE >>
Sat.1 von A-Z TV-Programm

- SUCHTIPPS**
- Online-Banking
 - GreenCard
 - DSL-Anschluss
 - Lotto
 - Chat



Glücksritter sucht Glückskoffer
Guido Cantz im Interview zu Deal or No Deal: Bei Geld bin ich ein "konservativer Sack!"
> [Zum Interview](#)



Sat.1 Family & Friends
Wir starten durch - mit dem neuen Zuschauerclub!
> [Alle Vorteile, alle Infos](#)



IIEU: Der Tag in Bildern
Die Schlagzeilen in Bildern ständig aktualisiert.
> [Zur Bilder-Show](#)



Charity Label 'We care'

18. Januar 2007

Tu Gutes und sprich online drüber

Von Matthias Breiting

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-Tafel "Ritter Sport Quadrado" 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

Die Website von "We care", www.charity-label.com, dokumentiert aber auch weniger bekannte 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. Dadurch entsteht 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 krebskranker 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 subsumieren 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."

(N24.de, Netzeitung)

- > [Artikel versenden](#)
- > [Artikel drucken](#)

- SPORT
- SPIELE
- COMEDY & SHOW
- AUTO
- FAMILY & FRIENDS
- RATGEBER & MAGAZINE
- FILME & SERIEN
- LIFESTYLE & TELENOVELAS



COMMUNITY CLUB DATING

Hallo
1488571 Community-Mitglieder
155 User online
> [zur Community](#)
> [Checkbox](#)
> [Logout](#)

FOREN

NEWSLETTER

SPONSOREN - SURFTIPPS

- Darlehen für privat ab 4,5 % von der RBS
> [www.RBSKredit.de](#)
- Privat Darlehen ohne Schufa
> [www.danaro-sofortkredi](#)
- Privatkredite ohne Schufa bei Delta-Credit
> [www.delta-credit.de](#)
- EasyCredit - Sensationell günstige Sofort-Kredite
> [www.easycredit.de](#)
- Alles zum Thema private Darlehen
> [www.search2save.de](#)