„We care" – verbürgtes Engagement von Unternehmen

„Tue Gutes und rede darüber", lautet ein alter Leitsatz der Öffentlichkeitsarbeit. Viele Unternehmen engagieren sich für die Gesellschaft. Doch nicht immer wird ihr Einsatz auch sichtbar. Gerade kleine und mittelständische Betriebe tun sich häufig schwer damit, ihre gemeinnützigen Aktivitäten in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Das Charity Label „We care" schafft da Abhilfe: Die Engagementplattform verleiht ein Etikett für Engagement und dokumentiert vorbildliche Projekte.

Gegründet wurde das Charity Label mit der Absicht, bürgerschaftliches Engagement bekannter und wirksamer zu machen. „Charity Label zeigt Menschen, die Verantwortung übernehmen", beschreiben die Initiatoren ihre Idee. Auf ihrer Webseite stellen sie nicht nur Unternehmensengagement, sondern auch zivilgesellschaftliche Projekte von Bürgerinnen und Bürgern, Hilfsorganisationen, Städten und Schulen vor. Für diese ist eine Veröffentlichung kostenlos. Unternehmen zahlen – je nach ihrer Größe – einen kleinen Betrag, um das Charity Label zu erwerben und auf der Webseite zu erscheinen. Über diese Einnahmen finanziert sich das Portal.

Charity Label recherchiert und prüft vor der Veröffentlichung jedes Projekt auf Plausibilität und Seriosität. Nur gemeinnützige Projekte, für die keine Gegenleistung erbracht und erwartet wird, werden bei Charity Label aufgenommen. Unternehmen müssen Nachweise erbringen, die die Gemeinnützigkeit des Engagements belegen.

Neben der Veröffentlichung auf der Webseite können Unternehmen mit dem Charity Label ihre wohltätigen Aktivitäten auch unter einem einzelnen Zeichen bündeln: dem „We care"-Etikett für alle gemeinnützigen Projekte des Unternehmens. Für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat das Label den Vorteil, einen einheitlichen Markenauftritt und einen markanten Wiedererkennungswert zu gewährleisten. So wird nicht nur Gutes getan, sondern auch gezielt nach außen transportiert.

Weitere Informationen:
>>> We Care – Charity Label

© lagfa 2007-2009