

CSR für Vorreiter und Nachdenker – N-Kompass Magazin aus dem NWB Verlag ab sofort im Abo erhältlich

geschrieben von Hedinger Communications | 2. Juli 2015



Trends, Ideen und Fakten: N-Kompass Magazin zeigt, wie Nachhaltigkeit im Mittelstand gelingen kann

Herne, 2. Juli 2015. Lebendige Unternehmensporträts, Interviews und fundiertes Hintergrundwissen – das N-Kompass Magazin aus dem NWB Verlag bietet viermal im Jahr einen spannenden Blick hinter die Kulissen nachhaltiger Unternehmensführung. Bis dato war das Magazin exklusiv für die Kunden des N-Kompass reserviert. Mit dem Erscheinen der Juli-Ausgabe kann das Magazin nun separat abonniert werden.

„Das positive Feedback unserer Leser in den letzten Monaten hat uns zu diesem Schritt motiviert. Wir freuen uns, mit spannenden CSR-Geschichten und Best-Practice-Beispielen mehr Menschen zu erreichen“, erklärt Marie-Lucie Linde, neue verantwortliche Redakteurin des N-Kompass Magazins. In der aktuellen Ausgabe findet der Leser mit dem Titelthema

„Handverlesene Lieferanten“ ein spannendes Unternehmensporträt des Handelsunternehmens Tchibo. Der Konzern ließ die N-Kompass-Redaktion einen Blick hinter die Kulissen seiner Lieferkette werfen. Mit dem Beitrag „Erfolgsfaktor XX-Chromosom“ trifft das Magazin zudem den Kern aktueller Diskussionen und zeigt anschaulich, dass das Thema Gendergerechtigkeit einen Einfluss auf den Unternehmenserfolg hat. Ein weiterer Höhepunkt der Juli-Ausgabe: Das Interview mit Moderatorin und Autorin Nina Ruge. Sie stand der Redaktion Rede und Antwort und erklärt, was für sie Nachhaltigkeit bedeutet.

Mit einer Auflage von 2.000 Exemplaren wird das N-Kompass Magazin in die Abo-Phase starten. Das Jahresabonnement mit vier Ausgaben kostet 31,60 € (inkl. MwSt.) und kann ab sofort über den [NWB Shop](#) bestellt werden.

Für Frühbucher gibt es übrigens noch ein spezielles Angebot: Wer sich bis zum 30.09.2015 für ein Abonnement entscheidet, sichert sich zusätzlich einen Titel der neuen N-Kompass-Praxisreihe. Die folgenden drei Titel stehen den Frühbuchern in der Aktion zur Auswahl: „Vielfalt und Inklusion“, „Lieferkette“ oder „Umsatz mit nachhaltigen Produkten“. Bei Interesse genügt eine E-Mail an kontakt@n-kompass.de unter Angabe von „Sonderaktion N-Kompass Magazin“.

Mehr zur aktuellen Ausgabe des N-Kompass Magazins und ein Überblick zu den Dossiers gibt es unter: [Aktuelle Ausgabe](#) und [Dossier-Kurzfassungen](#)

Über den N-Kompass: Seit 2014 unterstützt der N-Kompass als Online-Tool vor allem kleine und mittelständische Unternehmen bei den ersten Schritten in Richtung Nachhaltigkeit. Die Online-Analyse des N-Kompass ermittelt den individuellen Handlungsbedarf des Unternehmens und schlägt erste Maßnahmen vor. Hinzu kommen zahlreiche Arbeitshilfen, Checklisten und Kennzahlen, die dem Unternehmer ganz konkret bei der Umsetzung helfen. Das vierteljährlich erscheinende N-Kompass-Magazin –

jetzt auch im Abo – hilft dabei, über den eigenen Tellerrand zu schauen, indem es spannende Geschichten nachhaltiger Unternehmensführung erzählt.

Der NWB Verlag, der Ansprechpartner für Steuerrecht, Wirtschaftsrecht und Rechnungswesen, wird immer digitaler: Unter anderem bietet das Medienunternehmen Zeitschriften fürs iPad an und der Zugang zur NWB Datenbank ist via PC, Smartphone und iPad immer und überall möglich. Mit der Marke N-Kompass fokussiert sich der NWB Verlag auf das Thema nachhaltige Unternehmensführung. Das Online-Tool hilft dabei, nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen möglich zu machen. Mehr Infos zum NWB Verlag und seinen Marken Kiehl und N-Kompass gibt es unter www.nwb.de, www.kiehl.de oder www.n-kompass.de – Neuigkeiten aus erster Hand gibt es auch bei Facebook: <http://www.facebook.com/nkompass>.

Für mehr Nachhaltigkeit erfolgreich quergedacht

geschrieben von Hedinger Communications | 2. Juli 2015



N-Kompass zeichnet nach Crowdinnovention-Kampagne mit

Querdenker.de neue Ansätze und innovative Ideen aus.

Herne, 11. Juni 2015. Von der Energie der Crowd, den unterschiedlichen Denkweisen einer kreativen Gemeinschaft profitieren und den Blick über den Tellerrand wagen. Crowdinnovation-Kampagnen, die kreative Querdenker und Produktentwickler gezielt für einen gemeinsamen Innovationsprozess zusammenführen, haben gerade Konjunktur. Der N-Kompass, das Online-Tool für Nachhaltigkeitsmanagement aus dem NWB Verlag, hat in den letzten Monaten gemeinsam mit dem Crowdinnovation-Netzwerk Querdenker.de zusammengearbeitet und die besten Ideen zur Weiterentwicklung seines Produktes gesucht. Die Fragestellung lautete: „Wie müsste ein Kompass für nachhaltige Unternehmensführung für dich aussehen?“ Fast 250 Teilnehmer folgten dieser Aufforderung und reichten ihre Ideen und Ansätze rund um das Thema nachhaltige Unternehmensführung und den N-Kompass ein.

Eine Frage – unzählige Antworten

Ob spielerisch oder mit ernstem Ansatz – alle Ideen zeigen, dass über das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen bis ins Detail nachgedacht wurde. Diesen Antrieb konnte auch Otmar Ehrl, Geschäftsführer von Querdenker.de, feststellen: „Die Resonanz auf die iChallenge von N-Kompass war unheimlich groß, da in allen Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit und entsprechende Werkzeuge hierfür derzeit eklatant wichtig sind. Der N-Kompass ist hierfür ein ideales Tool.“

Die drei Hauptpreisträger wurden nun von Querdenker und dem N-Kompass-Team gemeinsam ausgewählt. „Ziel der Challenge war es, sich zum einen interessante neue Impulse aus der Community zu holen, zum anderen aber auch zu überprüfen, ob verschiedene bereits existierende Entwicklungsideen sich in den zahlreichen Vorschlägen wiederfinden und einer kritischen Bewertung der Crowd auch tatsächlich standhalten“, erklärt Arno Kunert, Leiter des Programmbereiches „Unternehmen“ beim NWB Verlag.

Online-Game, Deutschlandkarte und Coaching-Room

So sieht Hauptgewinner Steffen Roth ein Nachhaltigkeitstool wie ein „Serious Game“, bei dem es darum geht, Awards zu sammeln und mit nachhaltigem Handeln das nächste Level zu erreichen und sich so vor dem „Game Over“ zu bewahren. Die Zweitplatzierte Romana Schaile hingegen hat eine räumlich größere Zukunftsvision, in der man auf einer virtuellen Karte Unternehmen, Shops und Dienstleister mit allen Nachhaltigkeitsfaktoren für die Konsumenten sichtbar machen kann. Auf Platz drei landet der Ansatz von Peter Dietsch. Er konzentriert sich in seiner Empfehlung auf die Idee des Austausches und schlägt eine virtuelle Unternehmensberatung in sogenannten Coaching-Rooms vor. Für Dietsch stehen dabei der Gedanke des Austausches und das voneinander Lernen im Vordergrund. Ein Ansatz, den das N-Kompass-Team bereits in seine weitere Produktplanung in Form von Webinaren einbezogen hatte. Alle Ideengeber wurden mit Sachpreisen belohnt, die drei Hauptgewinner können sich zusätzlich über Geldpreise freuen.

Die Ideen der Gewinner und die komplette Challenge findet man ausführlich unter http://www.querdenker.de/boxen/innovationchallenge-nwb_2053. Einen ausführlichen Bericht finden Sie in der kommenden Ausgabe des N-Kompass Magazins.

Über den N-Kompass: Seit 2014 unterstützt der N-Kompass als Online-Tool vor allem kleine und mittelständische Unternehmen bei den ersten Schritten in Richtung Nachhaltigkeit. Die Online-Analyse des N-Kompass ermittelt den individuellen Handlungsbedarf des Unternehmens und schlägt erste Maßnahmen vor. Hinzu kommen zahlreiche Arbeitshilfen, Checklisten und Kennzahlen, die dem Unternehmer ganz konkret bei der Umsetzung helfen. Das vierteljährlich erscheinende N-Kompass-Magazin (ab Juli 2015 im Abo erhältlich) hilft Nutzern über den eigenen Tellerrand zu schauen, indem es spannende Geschichten nachhaltiger Unternehmensführung erzählt.

Der NWB Verlag, der Ansprechpartner für Steuerrecht, Wirtschaftsrecht und Rechnungswesen, wird immer digitaler: Unter anderem bietet das Medienunternehmen Zeitschriften fürs iPad an und der Zugang zur NWB Datenbank ist via PC, Smartphone und iPad immer und überall möglich. Mit der Marke N-Kompass fokussiert sich der NWB Verlag auf das Thema nachhaltige Unternehmensführung. Das Online-Tool hilft dabei, nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen möglich zu machen. Mehr Infos zum NWB Verlag und seinen Marken Kiehl und N-Kompass gibt es unter www.nwb.de, www.kiehl.de oder www.n-kompass.de – Neuigkeiten aus erster Hand gibt es auch bei Facebook: <http://www.facebook.com/nkompass>.

Deutsches CSR-Forum 2015: Ohne Reputation kein Absatz – Ohne Nachhaltigkeit und CSR kein Geschäft?

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2015

Stuttgart, den 28.01.2015 – Konsumenten fragen nach: Woraus besteht das Produkt, das ich erwerbe? Woher stammen seine Zutaten? Wie wurde es hergestellt? Werden Arbeiter gerecht entlohnt? War gar Kinderarbeit im Spiel? Nachhaltigkeit des Wirtschaftens und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility / CSR) beschäftigen die Menschen – kaum eine Institution, die sich diesem Anspruch entziehen kann. Absatz basiert auf Reputation. Der Kunde, auch der Geschäftspartner, will im Geschäftsalltag

vertrauen können.

Und doch: Kritiker beklagen eine Scheinwelt, sprechen von „Greenwashing“. Und der Konsument lässt beim Kauf doch gerne den Preis entscheiden. Wie essentiell ist nachhaltige Unternehmensführung und CSR daher wirklich für den geschäftlichen Erfolg? Worauf müssen Unternehmensführer achten? Wohin geht die Entwicklung?

Diese und weitere Fragen diskutieren auf dem Deutschen CSR-Forum 2015 u.a.:

- Christian Beers, Geschäftsführer von DuPont de Nemours Deutschland
- Martina Koederitz, Vorsitzende der Geschäftsführung IBM Deutschland
- Dr. Axel Stepken, Vorstandsvorsitzender des TÜV SÜD
- Regine Sixt, Vorstandsvorsitzende der Regine Sixt Kinderhilfe
- Marc Sommer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Hess Natur-Textilien
- Wolfgang Schmalz, geschäftsführender Gesellschafter von J. Schmalz
- Gottfried Härle, Geschäftsführer der Brauerei Clemens Härle
- Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern
- Robert Haßler, Vorstandsvorsitzender von oekom research
- Prof. Dr. Hubert Weiger, Vorstandsvorsitzender des BUND
- Aletta Gräfin von Hardenberg, Geschäftsführerin der Charta der Vielfalt

Es moderiert Markus Gürne, Ressortleiter der ARD-Börsenredaktion

Pressekontakt:

Wolfgang Scheunemann, Tel.: 0711 633 9698-0, E-Mail: wir@csrforum.eu

[Diese Pressinformation als PDF](#)

Viele weitere Informationen siehe: www.csrforum.eu

1) Alle zugesagten Forumsredner siehe:
www.csrforum.eu/kongress/2015/forum/

2) Alle Sektionen und Podien:
www.csrforum.eu/kongress/2015/sektionen/

3) Ludwigsburger Erklärung: Erklärung und Unterzeichner:
www.csrforum.eu/site_media/uploads/PRI-und-LuBu-Erklaerung.pdf

4) Abriss der Geschichte des Deutschen CSR-Forums:
www.dokeo.de/d/10-jahre-dcsrf.pdf

5) Mitglieder des Kuratoriums siehe:
www.csrforum.eu/kongress/2015/kuratorium/

6) Mitglieder der Jury siehe:
www.csrforum.eu/deutschercsrpreis/2015/jury/

7) Wochen der Nachhaltigkeit siehe:
www.nachhaltigkeitswoche.de/