



Philip Kotler, David Hessekiel, Nancy R. Lee

GOOD WORKS! Wie Sie mit dem richtigen Marketing die Welt – und Ihre Bilanzen verbessern

Aus dem Amerikanischen von Nikolas Bertheau

350 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-471-1
€ 34,90 (D) / € 35,90 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2013

Wie genau funktioniert Corporate Social Responsibility? Und vor allem: Wie kann mein Unternehmen davon profitieren? Genau diesen Fragen widmet sich der Marketing-Papst Philip Kotler zusammen mit den Marketing-Experten David Hessekiel und Nancy R. Lee in *Good Works!*. Das Buch ist ein praktischer Leitfaden für Führungskräfte, deren Aufgabe es ist, mit beschränkten Ressourcen Strategien und Programme zu entwerfen, von denen am Ende Unternehmen und Allgemeinheit gleichermaßen profitieren.

Wenn sich Unternehmen heutzutage dem gesellschaftlichen Engagement verschreiben, ist dies noch lange kein Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Dennoch widmen sich immer mehr Firmen der sogenannten Corporate Social Responsibility. Die Erfahrung zeigt: Unternehmerische Sozialverantwortung erfordert ein hohes Maß an Fingerspitzengefühl, denn das Zusammenspiel von gesellschaftlichem Engagement und Unternehmenserfolg ist ein nicht zu unterschätzender Balanceakt. *Good Works!* richtet sich an all diejenigen, die beides wollen: finanziellen Gewinn und etwas Gutes für die Allgemeinheit tun.

Kotler beschreibt sechs verschiedene Formen der praktischen Umsetzung für unternehmerische Sozialverantwortung: die sogenannten „Social Initiatives“. Unterteilt werden diese Initiativen in solche, die den Kunden einbinden und jene, bei denen keine Kunden involviert sind. Von Beginn an werden die sechs Konzepte erläutert und im weiteren Verlauf des Buches anhand zahlreicher praxisorientierter Beispiele einzeln beschrieben. Ein großer Vorteil des Buches ist es eben, nicht theoretisch daherzukommen. So auch die beiden letzten Kapitel: Hier werden konkrete Schritt-für-Schritt-Anleitungen geboten, wie Unternehmen und gemeinnützige Organisationen geeignete Kampagnen entwickeln und implementieren können, um größtmöglichen Nutzen sowohl für das Unternehmen als auch den guten Zweck zu erzielen. Eben diese Praxisorientierung macht *Good Works!* zu einem Muss für all diejenigen, die soziales Engagement mit unternehmerischen Zielen verbinden wollen.

Philip Kotler, Wirtschaftswissenschaftler und Professor für internationales Marketing an der Kellogg School of Management in Chicago, gilt als Begründer des modernen Marketings. Er ist einer der führenden Marketing-Experten weltweit und prägt mit seinen Bestseller-Werken die Marketing-Branche maßgeblich mit.

David Hessekiel leitet das Cause Marketing Forum, ein international führendes Forum für nachhaltiges Wirtschaften und ist Experte für Corporate Social Responsibility.

Nancy R. Lee, ist Präsidentin von Social Marketing Services, Inc. und hat jahrzehntelange Erfahrung im privaten, öffentlichen und Non-Profit-Bereich als Marketing-Expertin. Sie lehrt Marketing, Social Marketing und Marketing für Non-Profit-Organisationen an der University of Washington und an der Seattle University.