



Thomas/ 48/ Corporate Citizenship Manager  
„Mein Ziel ist es, eine gewisse Wahrnehmung dafür herzustellen was wir als Unternehmen in Sachen gesellschaftlicher Verantwortung tun und Organisationen mittels Kompetenzen und Know-How

## Profil

- Thomas arbeitet seit nun mehr 5 Jahren als Corporate Citizenship Manager bei einem international agierenden Technologiekonzern
- Abgeschlossenes Studium der Wirtschaftswissenschaften
- Sehr guter Kommunikator und besitzt die Fähigkeit die Bedürfnisse seiner Partner zu verstehen und zu bedienen

## Kerntätigkeiten

- Projektmanagementtätigkeiten wie die Abstimmung mit Partnern zur Planung & Durchführung von Projekten und Veranstaltungen
- Forschung und Recherche zu aktuellen Trends und Informationen im Bereich Corporate Citizenship
- Verbesserung der Reputation von Corporate Citizenship: intern und extern
- Beziehungspflege mit gemeinnützigen Partnern

## Herausforderungen

### aktuelle

- Planung & Steuerung von Projekten
- Messung und fundierte Berichterstattung über die Projekte und die dafür eingesetzten Mittel
- Recherche von Informationen, Trends und Ansprechpartnern
- Auswahl geeigneter nationaler & internationaler Partner
- Konformität zu den Unternehmenszielen
- Reputation & Wahrnehmung von Corporate Citizenship

### zukünftige

- Nachhaltigkeit gewährleisten
- Umdenken bewirken, um die Chancen von Leistungsspenden vs. Geldspenden aufzuzeigen.

## Online-Affinität

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 +



**Markenattribute DRK** *Eigene Kultur* *Fokussiert* *Potenzial* *Unbekannt* *Notwendig*

## Relevanz der aktuellen DRK-Wohlfahrt.de

Thomas nutzt bzw. besucht die Website der DRK-Wohlfahrt nur sehr partiell. Die Website betritt er wenn über die Google-Suche.

## Gründe für den Besuch der DRK-Wohlfahrt.de

- Recherche von Ansprechpartnern
- Recherche von bisherigen Projekten, um eine erste Idee für mögliche Kooperationen zu bekommen

## Zufriedenheit mit der DRK-Wohlfahrt.de

- unverständliche, komplizierte Texte und Inhalte
- Navigation & Orientierung speziell zu relevanten Partner, Inhalten und Ansprechpartner ist sehr kompliziert

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 +

## Relevanz von Social Media

- Twitter als wichtige Quelle für Input (News, eigenes Netzwerk, Wirtschaft – Bereich Citizenship, Bildungsausschuss, bewusst themenfremder Input)

## Vision für eine zukünftige DRK-Wohlfahrt.de

- Verbesserte Navigation & Orientierung: Auf den ersten Blick erkennen „Worum geht es hier“
- Optimierte Suchfunktion
- Prominenter Bereich für Partner mit entsprechender Kommunikation von aktuellen Projekten