Kolumnist
Christoph Moss

## CSR wird Standard

Dass Unternehmen aktiv Verantwortung gegenüber der Gesellschaft übernehmen, ist inzwischen gang und gäbe. Dass große Anbieter jedoch auch verpflichtet sind, über diese Aktivitäten umfassend zu berichten, ist seit Anfang dieses Jahres neu. Ist das ein Problem? Nein, im Gegenteil. Corporate Social Responsibility, kurz CSR, ist mehr als esoterische Träumerei. Gesellschaftliches Engagement bietet neue Marketingchancen – für große und kleine Unternehmen. Kommunikationsideen gibt es dazu reichlich. Beispielsweise können sich Unternehmen mit ökologischen Themen wie Energieverbrauch, Abfallmanagement und Biodiversität beschäftigen. Hinzu kommen Sozialstandards, Aus- und Weiterbildung, Ressourceneffizienz oder gerechte Vergütung. All dies lässt sich in spannenden Formaten kommunizieren. Nicht nur in Berichten, sondern auch in Magazinen oder Videos, online oder auf Veranstaltungen. Wichtig ist dabei, dass dieses Engagement wirklich gelebt und dann professionell kommuniziert wird. CSR wird schon in wenigen Jahren Standard sein. Kunden und Stakeholder werden in Zukunft noch genauer hinsehen, mit wem sie es zu tun haben. Und wem sie ihr Geld anvertrauen.

Prof. Dr. Christoph Moss unterrichtet Marketing und Kommunikation an der ISM in Dortmund und Köln. Er ist Herausgeber des Buchs „Der Newsroom in der Unternehmenskommunikation". Kontakt:
**christoph.moss@mediamoss.com**

# Marketingsause entert das Oktoberfest 2017

Auf der Theresienwiese wurde mal wieder zünftig das 184. Oktoberfest gefeiert. Und daneben fand das dreitägige Festival Bits & Pretzels statt. Hier traf Kevin Spacey auf rockige Start-ups und Stefan Raab erzählte gestandenen Unternehmen von seinem Erfolgsrezept. Mit 5 000 Teilnehmern, 3 000 Start-ups und Gründer und 600 Unternehmen verzeichnete das Event, welches seit 2014 immer am Oktoberfest stattfindet, einen neuen Rekord.

Auch sonst ist das Oktoberfest für das Land Bayern perfektes Marketing: Schließlich gibt es mittlerweile in so gut wie jedem Land ein Oktoberfest mit Dirndl und Lederhosen. Ingesamt kamen 6,2 Millionen Besucher. 2016 waren es 5,6 Millionen. Und auch die Maß schmeckte dieses Jahr besonders gut. Trotz des stolzen Preises von 10,60 Euro bis 10,95 Euro wurden 7,5 Millionen verkauft. Witzige Fakten teilten die Verantwortlichen auch mit: So verhinderten die rund 8 000 festangestellten Verkäufer in den Bierzelten 120 000 Mal, dass der Maßkrug geklaut wurde.

Top-10-Marken

## Wettstreit der Discounter

Nach den sparsamen Sommermonaten starteten die Unternehmen im September mit ihren Werbespendings voll durch. Der heimliche Gewinner des Monats heißt Adidas. Die Herzogenauracher, im August noch so gut wie werbeabstinent, katapultierten sich mit nur 2,2 Millionen Euro auf den fünften Rang. Was eine begehrte Marke Wert ist, demonstriert Apple. Vor der Einführung der neuen Iphone-Generation reicht ein schmales Budget schon für eine hohe Wahrnehmung bei den Befragten und Platz drei. Bei der Wahrnehmung der Marken nach Kanälen erreicht das Medium TV seinen diesjährigen Tiefpunkt. Im September fielen nur noch 53,2 Prozent der Befragten die Marken im TV auf. Im Januar lag der Höchstwert bei 65,5 Prozent.

| Marke | | Wahrnehmung in Prozent | | Werbebudget in 1 000 Euro | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Veränderung | Sep 17 | Aug 17 | Sep 17 | Aug 17 |
| VW | ↑ | 3,2 | 2,5 | 25 846 | 8 734 |
| Samsung | ↑ | 2,7 | 1,6 | 10 028 | 5 035 |
| Apple | ↑ | 1,7 | 1,6 | 718 | 3 496 |
| Lidl | ↑ | 1,6 | 1,0 | 26 900 | 12 470 |
| Adidas | ↑ | 1,5 | 0,4 | 2 193 | 20 |
| Vodafone | ↓ | 1,4 | 1,5 | 6 408 | 11 138 |
| Deutsche Telekom | → | 1,3 | 1,3 | 22 698 | 9 626 |
| Aldi | ↑ | 1,3 | 0,7 | 26 132 | 7 947 |
| Coca-Cola | ↓ | 1,2 | 1,4 | 7 083 | 7 519 |
| Opel | ↓ | 1,1 | 1,4 | 13 075 | 4 420 |

Quelle: Das Marktforschungsinstitut Innofact erfragt im Auftrag von absatzwirtschaft die ungestützte Wahrnehmung von Markenwerbung (September: 2 120 Befragte; August: 2 083). Ebiquity und die Marktforschung Research Tools berechnen die Werbevolumen in den Medien, TV, Print und Radio (Stand der Erfassung: 04.10.2017).