

# EXECUTIVE TRENDONE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TRENDREPORT

Ausgabe 1/ 2010



**MIT SOLARSTROM ZU  
GÜNSTIGER  
SPORTBEKLEIDUNG**



**BÜRGERKARTE ZEICHNET  
BESONDERE VERDIENSTE AUS**



**FASHION FÜR BLUT**

EDITORIAL



**Maren Riebe**  
Trend Analyst



**Norbert Hillinger**  
Director TrendONE Berlin

Lieber Leserinnen und Leser,

Das Interesse daran diese Welt zu einer besseren zu machen ist nicht nur bei NGO´s, sondern zunehmend auch bei sozial verantwortlichen Unternehmen vorhanden, denn Corporate Social Responsibility (CSR) ist zu einem anerkannten und wichtigen Handlungsprinzip geworden. Der neue CSR-Trendreport soll Ihnen zeigen, welche Innovationen und Trends für Sie, Ihr Unternehmen oder Ihre NGO relevant sein können.

Ob es nun darum geht großartige Projekte zu unterstützen oder die Entwicklungen im Bereich Social Web, Fair Mobile und vor allem Fundraising zu verfolgen, um sie für die richtigen Personen einzusetzen. Weiterhin zeigen die folgenden 40 Micro-Trends aus acht Kategorien interessante Wege entsprechende Maßnahmen zu kommunizieren und den Konsumenten oder auch potentiellen Spender auf Aktivitäten aufmerksam zu machen.

Der CSR-Trendreport ist ein Ideenpool, der Ihnen zeigt, welche Möglichkeiten sich in diesem Bereich für Sie bieten und wie Sie die Menschen von Ihrer Sache überzeugen können.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Erkunden einer sozialen und nachhaltigen Welt.

Maren Riebe und Norbert Hillinger

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>4</b>	BEST PRACTICE
<b>9</b>	BRANDED CSR
<b>14</b>	PROMOTION
<b>19</b>	SOCIAL WEB
<b>24</b>	FAIR MOBILE
<b>29</b>	FUNDRAISING
<b>34</b>	RESEARCH & DEVELOPMENT
<b>39</b>	GOOD POTENTIAL PROJECTS

## FASHION FÜR BLUT



Die exklusive und limitierte Kleidung der niederländische Marke "The Red Rail", die von der Nobel-Stiftung initiiert wurde, ist nur über ein sehr spezielles Gewinnspiel erhältlich: Teilnehmen können lediglich Personen, die Blut gespendet haben. Diese dürfen aus 21 Kleidungsstücken, die von 18 Designern entworfen wurden, online eins auswählen. Nachdem die individuelle Blutspende-Identifikationsnummer per E-Mail an das Unternehmen geschickt wurde, nimmt der Spender an der Verlosung der Kleidung teil. Bei dieser Art von Vermarktung geht es darum, eine neue Generation junger Menschen an das Blutspenden heranzuführen.



## MIT SOLARSTROM ZU GÜNSTIGER SPORTBEKLEIDUNG



Das aus einer Kooperation von Puma und Sagem entstandene "Pumaphone" bringt seinen Besitzer auf ganz besondere Weise dazu, sich umweltbewusst zu verhalten: Das Telefon verfügt über ein Solarpanel, mit dem der Akku direkt aufgeladen werden kann. Je mehr Solarstrom zum Laden verwendet wird, umso höher steigt ein digitales Punktekonto, das wiederum eingesetzt werden kann, um im Puma-Store vergünstigt einzukaufen. Zudem verfügt das Telefon über alle wichtigen Funktionen für Sportbegeisterte: Es bietet einen Tacho für Biker, ein Aufzeichnungsprogramm für Joggingtouren und sogar einen Segelkompass.



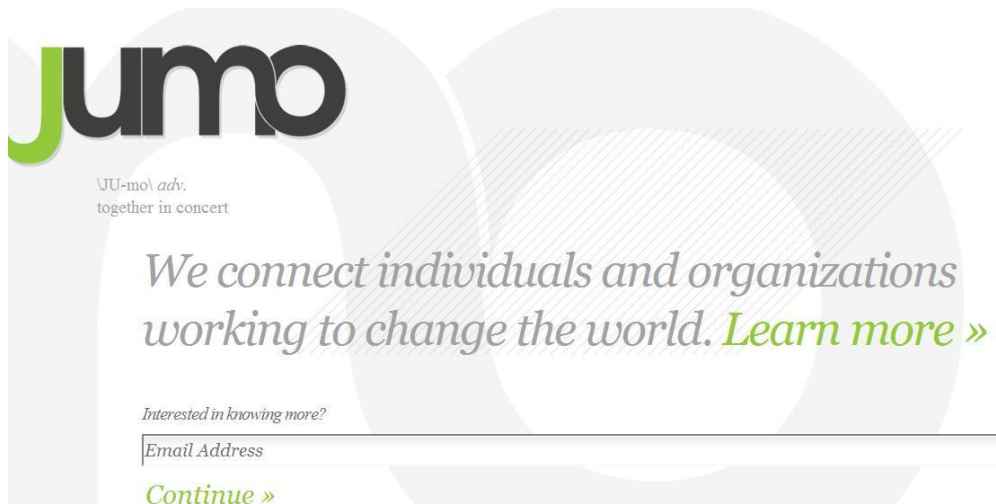
## INTERAKTIVE SPENDENAKTION PER BEAMER



Pathways to Housing ist eine New Yorker NGO, die Obdachlose dabei unterstützt, wieder ein eigenes Zuhause zu finden. Die Agentur Sarkissian Mason hat dazu eine interaktive Outdoor-Kampagne entworfen: Mit Hilfe eines Beamers wurde auf New Yorker Straßen eine schlafende und zitternde Person auf Wände projiziert; daneben fanden Passanten den Aufruf, der Person durch eine SMS zu helfen. Sendeten diese "Home" an die angegebene Nummer, erschien eine Haustür in der Projektion, der Obdachlose wachte auf und ging durch die Tür. Danach erhielten die Teilnehmer die Möglichkeit, via Handy an Pathways to Housing zu spenden.



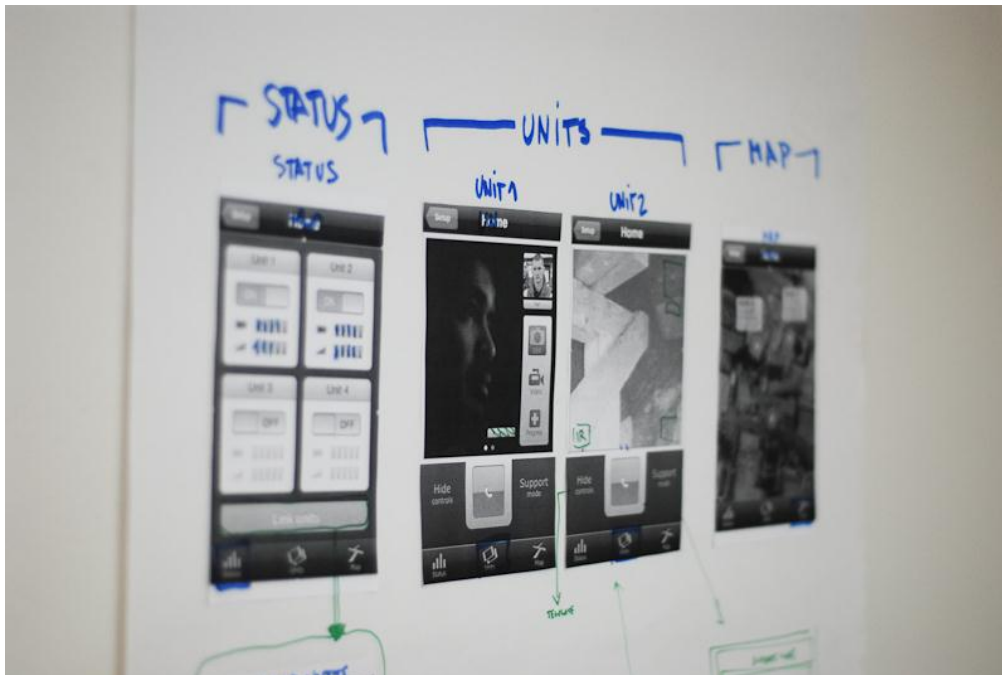
## DAS SOZIALE SOZIALE NETZWERK



Chris Huges, verantwortlich für die Social Media-Kampagne von Präsident Barack Obama, hat das soziale Netzwerk "Jumo" ins Leben gerufen. Sinn und Zweck dieses Netzwerkes ist es, seine Mitglieder anhand ihrer Kompetenzen und Fähigkeiten miteinander bekannt zu machen, um sie dann verschiedensten Aufgaben, Gruppen, Inhalten und Organisationen zuzuweisen, um Probleme der Welt effektiver und gezielter zu bekämpfen. "Jumo" kann somit als der Knotenpunkt zwischen sozialem Engagement, sozialem Netzwerk und persönlichen Charakteristiken bezeichnet werden.



## KOMMUNIKATIONSNETZWERK FÜR KRISENGEBIETE



LSSE ist ein Konzept, das in Krisengebieten die Kommunikation verbessern und die Koordination von Rettungsmaßnahmen erleichtern soll. Der Name steht für "Locate, Support, Survive and Endure", das System nutzt mobile Geräte und das Internet und besteht aus vier Elementen: Das LSSE Kit wird schnell an zu Rettende ausgegeben und ermöglicht die Kommunikation sowie die Überwachung ihres Gesundheitszustandes. Das S&R Field-Tool erlaubt Rettern den schnellen Zugriff auf die Daten sowie die Unterstützung durch direkte Kommunikation. Das Dashboard koordiniert sämtliche Aktivitäten und das Volunteer Network erleichtert die Einbindung Freiwilliger.



INHALT

FUNDRAISING

# EIGENE TALENTE FÜR KINDERDÖRFER EINSETZEN



Die soziale Plattform "SOSR", die vom Konzeptbüro DPPLR kreiert wurde, nutzt das Web 2.0 zum Spendensammeln für SOS-Kinderdörfer. Auf der Webseite kann jeder Nutzer einen Service oder eine Gefälligkeit zum Preis von fünf Euro anbieten; sei es ein Rezept, eine handwerkliche Tätigkeit, ein individualisiertes Lied, Video oder Graffiti. Erwirbt jemand einen Service, werden zwischen zehn und hundert Prozent des investierten Geldes gespendet. So lassen sich individuelle Talente zur Spendenakquise nutzen. Um die Plattform bekannter zu machen, werden auch prominente Niederländer eine Gefälligkeit anbieten.



Trendexplorer Send A Trend PPT Export Video

QUELLE: <http://www.sosr.nl>  
 INITIATOR: DPPLR, Niederlande

## TEEBEUTEL REINIGT WASSER



Im Rahmen des Hope Project haben Wissenschaftler der Universität Stellenbosch ein effektives und kostengünstiges System zur Trinkwasseraufbereitung entwickelt. In den Verschluss einer speziellen Trinkflasche wird eine Art Teebeutel gelegt. Läuft das Wasser durch dieses spezielle Kissen, werden Schadstoffe herausgefiltert und Bakterien durch Kohlenstoffgranulate getötet. Ein Filter-Beutel kann bis zu ein Liter Wasser reinigen. Ein Beutel kostet weniger als einen halben Cent, wodurch das System für Menschen in Entwicklungsländern erschwinglich wird.



## PITCH:AFRICA VERBINDET SPORT MIT NACHHALTIGKEIT



"Pitch:Africa" ist eine von dem US-Unternehmen Atopia Research entwickelte Sportanlage, die vielfältige Möglichkeiten bietet. Auf den ersten Blick wirkt sie wie ein mobiles Straßenfußball-Stadion mit Tribünen und einer Leinwand zur Übertragung von Events. Doch unter der Oberfläche befindet sich eine Regenwassersammelanlage. Das aufbereitete, saubere Wasser steht den Anwohnern zur Verfügung. Weiterhin lässt sich "Pitch:Africa" als Klassenzimmer oder zur medizinischen Versorgung vieler Patienten nutzen. Finanziert wurde das Projekt für die Bevölkerung armer Länder von der Annenberg Foundation.



BESTELLSCHEIN CSR TRENDREPORT

FAX-NO.: (0049) 40 – 238 038 36

EXECUTIVE TRENDONE  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TRENDREPORT



**INHALT DES CSR TRENDREPORTS:**

- Best Practice
- Branded CSR
- Promotion
- Social Web
- Fair Mobile
- Fundraising
- Research & Development
- Good Potential Projects

**EXECUTIVE CSR TRENDREPORT**

40 Micro-Trends  
8 Kategorien  
2 Ausgaben pro Jahr

**Executive CSR Trendreport 980€**

**VERTRAGSPARTNER**

Firma: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Die Nutzungsrechte gelten für die firmeninternen Mitarbeiter. Die Nutzung erfolgt lediglich unternehmensintern oder im Rahmen von Kundenprojekten. Die Studie darf nicht systematisch extern weiterverbreitet werden. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

Ort, Datum, Unterschrift

Den Bestellschein bitte an die oben angegebene Bestellfax-Nr. schicken.

# KONTAKT



**TREND ONE**  
HAMBURG / GERMANY

**KLOPSTOCKSTRASSE 27**  
**22765 HAMBURG**

TEL +49 (0)40 – 238038 – 33  
FAX +49 (0)40 – 238038 – 36

[INFO@TRENDONE.DE](mailto:INFO@TRENDONE.DE)  
[WWW.TRENDONE.DE](http://WWW.TRENDONE.DE)



**TREND ONE**  
BERLIN / GERMANY

**BRUNNENSTRASSE 37**  
**10115 BERLIN**

TEL +49 (0)30 – 509148 – 56  
FAX +49 (0)30 – 509148 – 60

[INFO@TRENDONE.DE](mailto:INFO@TRENDONE.DE)  
[WWW.TRENDONE.DE](http://WWW.TRENDONE.DE)

[WWW.TRENDONE.DE](http://WWW.TRENDONE.DE)  
[WWW.TRENDEXPLORER.DE](http://WWW.TRENDEXPLORER.DE)  
[BLOG.TRENDONE.DE](http://BLOG.TRENDONE.DE)

DISCLAIMER COPYRIGHT 2010 ALLE RECHTE VORBEHALTEN. DIE IN DIESER PRÄSENTATION DOKUMENTIERTEN TRENDS UND THESEN SIND GEISTIGES EIGENTUM VON TRENDONE UND UNTERLIEGEN DEN GELTENDEN URHEBERGESETZEN. DIE VERWENDETEN BILDER DIENEN LEDIGLICH RESEARCH- UND ILLUSTRATIONSZWECKEN. SIE STEHEN NICHT ZUR PUBLIKATION FREI.