

„Gute Idee“: Roggenkamp Organics AG, Herzebrock-Clarholz

Preisträgerinformation^(*)

Zur Kategorie „**Gute Idee**“ zählen alle längerfristig orientierten Unternehmensengagements zu Gunsten einer gemeinnützigen Organisation sowie gemeinschaftliche Engagementprojekte von Wirtschaftsunternehmen und Gemeinnützigen, in die beide Seiten je eigene Kompetenzen und Ressourcen einbringen, auch wenn sie erst in naher Zukunft realisiert werden sollen.

Die Jury hat dies weiter gefasst und auch Beiträge gewürdigt, die mit dem Engagement schon begonnen haben. Deren praktische Wirkung ist jedoch noch nicht hinreichend erkennbar, Ansatz und Idee sind aber besonders hervorzuheben.

Insgesamt werden drei Unternehmen in dieser Kategorie ausgezeichnet.

Die **Roggenkamp Organics AG**, Herzebrock-Clarholz wurde als Social Entrepreneur für die Gründung der Deutschen Demenz Stiftung - Vergissmeinnicht und für ihr - durch die enge Verzahnung mit dem Unternehmen -neuartiges Fundraisingkonzept prämiert.

Das Unternehmen

Die Roggenkamp Organics AG arbeitet als Kleinunternehmen im Bereich Chilled Convenience Food aus frischen Bio-Lebensmitteln.

Roggenkamp Organics AG

Ansprechpartnerin: Sandra Janotta-Roggenkamp, Vorstand

Telefon: 05245- / 92979-10, Telefax: 05245 / 92979-29, E-Mail: sandra@roggenkamp-organics.com

Daimlerstrasse 6-8

33422 Herzebrock-Clarholz

www.roggenkamp-organics.com

Das Engagement

Die Roggenkamp Organics AG hat im Februar 2007 die Deutsche Demenz Stiftung - Vergissmeinnicht als erste bundesweit tätige Demenzstiftung errichtet. Gemäß der Satzung der Roggenkamp Organics AG werden Teile der vom Unternehmen erzielten Gewinne an die Deutsche Demenz Stiftung - Vergissmeinnicht als Zuwendung abgeführt. Der holistische Ansatz von Unternehmen und Stiftung bildet den Kern eines innovativen Fundraisingkonzepts.

Als Social Entrepreneur macht das Unternehmen auf die Stiftung aufmerksam – die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens weist explizit auf die Stiftung hin und das Bewerben der Produkte bewirbt auch die Stiftung - und verschafft ihr finanzielle Mittel. Damit geht das Stiftungsprojekt Vergiss-

(*) Die Informationen basieren auf dem eingereichten Wettbewerbsbeitrag sowie ggf. weiteren Eigenveröffentlichungen des Unternehmens.

meinnicht neue Wege in Deutschland, das Unternehmen Roggenkamp Organics AG ist hierzulande einer der ersten Social Entrepreneure.

Ziele

Die Deutsche Demenz Stiftung - Vergissmeinnicht hat gemäß ihrer Satzung die Ziele, Aufmerksamkeit für das Krankheitsbild schwere Demenz zu erzeugen, Familien in ihrer schwierigen Situation zu unterstützen und zu begleiten sowie geeignete Pflegeeinrichtungen für demenzerkrankte Menschen zu errichten. Auslöser für die Gründung der Stiftung war eine schwere Demenzerkrankung in der eigenen Familie des Investmentbankers Stefan Roggenkamp. Als Teil des gesamten Stiftungsprojekts ist das Engagement der Roggenkamp Organics AG dauerhaft ausgelegt.

Partner

Die Deutsche Demenz Stiftung - Vergissmeinnicht schafft nach angelsächsischem Vorbild den Rahmen zur Verwirklichung von „Corporate Citizenship“. Hier kommen engagierte Menschen, Organisationen und Unternehmen zusammen, um sich mit professionellem Elan und finanziellem Engagement einem für unsere Gesellschaft zunehmend wichtigen Thema zu widmen: der Demenz.

Durch die Teilnahme am Wettbewerb "start social" wurden bereits erste Partnerschaften mit einem Teil der den Wettbewerb unterstützenden Unternehmen eingegangen. Mittelfristig ist eine Art "Project Red" geplant, in dem sich Unternehmen in England direkt einem sozialen Projekt verpflichten.

In Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank AG und der GLS Bank wurde ein Stiftungsfonds entwickelt, der es Angehörigen möglich macht, Wohngemeinschaftsprojekte dezentral zu realisieren.

Beteiligte aus dem Unternehmen

Da das Unternehmen von Beginn an mit seinem sozialen Auftrag geplant wurde, sind alle Mitarbeiter/-innen über das Engagement informiert. Sie sind stolz darauf, für eine gute Sache zu arbeiten. Die Motivation und die Identifikation der Belegschaft mit ihrem Arbeitgeber steigen entsprechend.

Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Sowohl nach innen als auch nach außen wird das Social Entrepreneurship - das soziale Unternehmertum - aktiv kommuniziert. Der Bezug zur Stiftung fördert die öffentliche Aufmerksamkeit für das Unternehmen.

Im Gegenzug wird das Unternehmen aber auch kritisch betrachtet. Eine unglaubliche Außenwirkung des Unternehmens gefährdet sowohl das Unternehmen als auch die Stiftung. In der Folge ist die Roggenkamp Organics AG an einer sehr klar definierten Corporate Social Responsibility (CSR)-Strategie ausgerichtet worden.

Wirkung

Schon jetzt konnte die noch junge Stiftung auf die Lücke in der Versorgung dementer Menschen und die fehlende Unterstützung für deren Familien aufmerksam machen. Welche Kraft das Engagement für Stiftung und Unternehmen noch entfaltet, wird sich mit der Markteinführung der ersten Produkte der Roggenkamp Organics AG zeigen.

Weitere Informationen zum Engagement

www.deutsche-demenz-stiftung.de

www.roggenkamp-organics.com