

#GivingTuesday für Unternehmen: Kreative Beteiligungsmöglichkeiten und Ideen

Datum des #GivingTuesday: **01.12.2026**

1. Warum sollten Unternehmen am Giving Tuesday teilnehmen?

- Nutzen Sie den Kommunikationsanlass zu Stärkung ihrer CSR-Strategie
- Nutzen Sie den #GivingTuesdayDE als Chance, um Kundenbindung und Mitarbeiterengagement zu fördern.

2. Unternehmenskommunikation

- Interne Kommunikation: Informieren Sie Ihre Mitarbeiter*innen über den #GivingTuesdayDE und motivieren Sie sie zur Teilnahme an Aktionen.
- Externe Kommunikation: Nutzen Sie verschiedene Kanäle, wie Ihre Website, Newsletter und soziale Medien, um über Ihre #GivingTuesdayDE-Aktionen zu informieren und Kund*innen einzubeziehen.
- Nutzen Sie das offizielle Logo des #GivingTuesday, um Ihre Beteiligung zu kennzeichnen.
- Teilen Sie die offizielle URL (www.givingtuesday.de) und/oder eine Unternehmenseigene Themenseite in Ihren Kommunikationsmaterialien, um Kunden*innen zur Teilnahme einzuladen.
- Verwenden Sie die Hashtags **#GivingTuesdayDE** und **#GivingTuesdayDeutschland** in Ihren Social-Media-Beiträgen für eine größere Sichtbarkeit.

3. Kundenbindung

- Produktbezogene Aktionen: Verbinden Sie den Kauf bestimmter Produkte mit einer Spende an eine gemeinnützige Organisation.
- Kundenvorteile: Bieten Sie besondere Angebote, Rabatte oder exklusive Zugänge an, bei denen ein Teil des Erlöses gespendet wird.
- Kundenaktionen: Ermutigen Sie Kund*innen, selbst Spendenaktionen zu starten und unterstützen Sie sie dabei.
- Danken Sie ihren Kunden*innen und ihrem Netzwerk

4. Mitarbeiterengagement

- Freiwilligenarbeit: Organisieren Sie gemeinsame Freiwilligenaktionen für Ihre Mitarbeiter*innen am #GivingTuesday.
- Spendenmatching: Motivieren Sie Mitarbeiter*innen, Spenden zu tätigen, indem Sie das gesammelte Spendenvolumen matchen.
- Teamwettbewerbe: Veranstalten Sie Wettbewerbe zwischen den Abteilungen oder Teams, um das Engagement Ihrer Mitarbeiter*innen zu steigern.

5. Nach dem Giving Tuesday

- **Transparenz und Berichterstattung:** Kommunizieren Sie den gesammelten Spendenbetrag und den Beitrag zur unterstützten Organisation.
- **Mitarbeiterdank:** Bedanken Sie sich bei ihren Mitarbeiter*innen für ihr Engagement und ihre Teilnahme am #GivingTuesday.
- **Kundenkommunikation:** Teilen Sie den Erfolg Ihrer Aktionen mit Ihren Kunden*innen und zeigen Sie, wie ihr Beitrag geholfen hat. Nutzen Sie den Dank als besonderen Kommunikationsanlass.
- **Verwenden Sie das offizielle Logo, die URL und die Hashtags des #GivingTuesdayDE in Ihrer Kommunikation, um Ihre Teilnahme hervorzuheben.**

Machen Sie mit am #GivingTuesday und werden sie Teil einer internationalen Bewegung.

Toolkit, Infos und mehr:

Weiterführende Informationen, ein Toolkit und Anregungen zum #GivingTuesday finden Sie hier:

<https://givingtuesday.de/toolkit/>

