



2010

Fortschrittsmitteilung

**COMMUNICATION ON
PROGRESS (COP)**

Für den United Nations Global Compact



ENERGY FOR YOUR BRAND

Inhalt:

Unterstützungserklärung der Geschäftsführung

Seite 3

Übersicht der erfolgten Umsetzungsmaßnahmen
der Prinzipien des UN Global Compact sowie Definition zukünftiger Aufgaben

Seite 4

Impressum



Unterstützungserklärung für den UN Global Compact

united communications ist dem UN Global Compact im Februar 2008 beigetreten. Wir bekennen uns damit innerhalb unseres Einflussbereichs zu den Grundwerten in allen vier Global-Compact-Bereichen – Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

Für uns gilt das Prinzip Nachhaltigkeit für das gesamte unternehmerische Handeln. Dies spiegelt sich auch im Engagement der Agentur für Gesellschaft und Ökologie wider. Die Agentur konzentriert sich dabei auf drei zentrale Bereiche: a) Förderung von Bildung & Jugendarbeit. Dies realisieren wir ganz konkret durch die fortlaufende Unterstützung von U18, der politischen Bildungsinitiative für Kinder und Jugendliche auch 2010, b) Förderung freier Kunst vor Ort durch Kommunikationsmaßnahmen sowie c) Entwicklung von klimafreundlichen Angeboten und Lösungen für Kunden und die Agentur selbst.

Die nachstehende Fortschrittsmitteilung dokumentiert, wie wir im letzten Jahr unsere Strategien zur nachhaltigen Implementierung der zehn Prinzipien in unserem unternehmerischen Handeln weiterentwickelt haben.

Der Bericht umfasst die Beschreibung der erfolgten Maßnahmen von united communications und fasst die zukünftigen Aufgaben zur Unterstützung der Entwicklungsziele der Vereinten Nationen zusammen.

Diese Fortschrittsmitteilung 2010 ist eine Zwischenbilanz unseres Engagements für mehr Nachhaltigkeit und bildet die Grundlage für unseren zweiten CSR-Bericht, den wir Mitte 2012 veröffentlichen werden.

Das Dokument ist im Internet veröffentlicht und abrufbar unter:

1. united communications GmbH: www.united.de
2. UN Global Compact: www.unglobalcompact.org

Wir freuen uns über Anregungen und Kritik zu diesem Bericht, mit dem wir ganz bewusst in einen offenen Dialog mit unseren Stakeholdern treten. Unser langfristiges Ziel ist es, im gegenseitigen Austausch miteinander Nachhaltigkeit noch besser in unserem Alltagsgeschäft zu verankern.

Manfred Grobert
Managing Director
united communications GmbH

Menschenrechte

UN Global Compact Prinzip 1:

Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten.

UN Global Compact Prinzip 2:

Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Maßnahmen und Ergebnisse 2010:

- Die ethische Grundlage für unser Handeln ist in dem 2009 zusammen mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verabschiedeten Leitbild dargestellt. Dieses beinhaltet auch die klare Respektierung der Grundsätze der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“, die auf der UN-Generalversammlung 1948 verabschiedet wurden.
- united communications verpflichtete sich 2009 zu den von nationalen und internationalen Branchenorganisationen entwickelten Codizes und Verhaltensweisen. 2010 wurde das gesamte Agenturteam mit den Einzelheiten dieser Richtlinien vertraut gemacht.
- Auf diesen Grundsätzen basierend hat das CSR-Team begonnen, gemeinsam mit der Geschäftsführung einen neuen, für alle geltenden Code of Conduct zu entwickeln.

Zukünftige Aufgaben:

- Es ist uns im vergangenen Jahr gelungen, die Zusammenarbeit mit Kunden zu intensivieren, die sich klar und öffentlich zu unternehmerisch verantwortungsvollem Handeln und dem Schutz der Menschenrechte bekennen. In den folgenden Jahren sollen weitere Aufträge dieser Art akquiriert werden.
- Der neue Code of Conduct soll Anfang 2012 finalisiert und dann dem Team in einer außerordentlichen Versammlung vorgestellt werden. Dabei werden auch die Konsequenzen bei Nichtbeachtung der genannten Prinzipien ausführlich begründet und erläutert. Alle Leiterinnen und Leiter der Kompetenzteams PR, Text, Kreation und Management müssen dann im täglichen Business auf die Einhaltung dieser Grundsätze achten und eventuelle Verstöße umgehend der Geschäftsführung melden. Der Code of Conduct muss von allen Beschäftigten unterschrieben werden und wird Teil des Arbeitsvertrags.

Einordnung laut GRI-Index:

HR1 - HR7, LA13, LA14

Arbeitsnormen/Arbeitspraktiken

UN Global Compact Prinzip 3:

Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.

Maßnahmen, Ergebnisse 2010:

- Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. Deshalb hat der faire, respektvolle Umgang miteinander in der alltäglichen Arbeit oberste Priorität.
- Faire Bezahlung, auch von Praktikantinnen und Praktikanten, ist selbstverständlich. Dies bekennen wir durch die Unterstützung der Initiative Fair Company. Ferner bekennen wir uns zu Meinungs- und Versammlungsfreiheit sowie den demokratischen Grundsätzen gemäß der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte.
- Mitarbeitenden steht es frei, Verbänden und Organisationen ihrer Wahl beizutreten.
- Es sind keine gesonderten Kollektivverträge zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite geschlossen worden, denn die allgemeinen Arbeitsbedingungen inklusive der Konditionen zum Umfang der Arbeitszeit, Überstunden, Sonderzahlungen sowie Kündigungsfristen und -termine sind klar und deutlich in den einzelnen Arbeitsverträgen genannt. Darüber hinaus bekennt sich united communications zur Zahlung von branchenüblichen Löhnen und Gehältern – für feste wie für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Praktikanten.
- Grundsätzlich herrscht in der Agentur ein von gegenseitigem Vertrauen geprägtes Klima. Anregungen zur Optimierung des Workflows und der Arbeitssituation des Einzelnen sowie Vertragsangelegenheiten können jederzeit direkt mit der Geschäftsführung und/oder der neu beauftragten externen Ansprechpartnerin für Personalentwicklung, Mediation und Konfliktberatung besprochen werden. Das Recht auf Kollektivverhandlungen zur gemeinsamen Verbesserung der Bedingungen in den Arbeitsverträgen bleibt davon unberührt, wird aber in dieser Form derzeit von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als nicht relevant erachtet.

Einordnung laut GRI-Index:

A4, LA5, HR5

UN Global Compact Prinzip 4:

Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit eintreten.

Maßnahmen und Ergebnisse 2010:

- Alle Beschäftigten bei united communications haben Arbeitsverträge, die im Sinne der Vertragsfreiheit die Freiwilligkeit der Beschäftigung voraussetzen und Regelungen zu deren Beendigung enthalten.
- united communications beschäftigt selbst keine Kinder. Die Beschäftigung von Schülerpraktikanten ab einem Alter von 15 Jahren erfolgt gemäß Gesetz zum Schutz der arbeitenden Jugend, Bundesministerium der Justiz. Demnach ist die Wochenarbeitszeit von Jugendlichen auf 40 Stunden bei einer Fünf-Tage-Woche zwischen 6 und 18 Uhr beschränkt. Wird die Arbeitszeit an einzelnen Werktagen verkürzt, kann die Arbeitszeit an anderen Tagen auf maximal 8,5 Stunden verlängert werden (§ 8). Bei einer Arbeitszeit von 4,5 bis 6 Stunden stehen dem Jugendlichen 30 Minuten, bei mehr als 6 Stunden täglicher Arbeitszeit 60 Minuten Ruhepause zu.
- united communications arbeitet, wenn möglich, mit lokalen Dienstleistern zusammen. Wir lehnen eine Zusammenarbeit mit Dienstleistern ab, die Kinder- und Zwangsarbeit fördern.
- united communications hat die Richtlinien in Bezug auf den kategorischen Ausschluss von Kinder- und Zwangsarbeit im Entwurf des neuen Code of Conduct aktualisiert.

	<p>Zukünftige Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Agentur wird auch weiterhin Schülerpraktika anbieten, um junge Menschen bei der Berufsorientierung zu unterstützen und für den Bereich Kommunikation zu werben. Dafür sollen zukünftig Ausbildungsmodule festgelegt werden. Die Zusammenarbeit mit Lieferanten, die sich explizit zu einer Beseitigung von Zwangsarbeit und Kinderarbeit bekennen, soll ausgebaut werden.
Einordnung laut GRI-Index:	HR1, HR2, HR3, HR7
<p>UN Global Compact Prinzip 6: Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.</p>	<p>Maßnahmen und Ergebnisse 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> united communications lehnt jegliche Form der Diskriminierung ab. Aufgrund der internationalen Ausrichtung beschäftigt united communications Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterschiedlicher nationaler Herkunft. Dabei setzt die Agentur auf ein fachlich hochqualifiziertes Team, das sensibel mit den vielfältigen kulturellen Herausforderungen umzugehen weiß. Der Schutz der Gleichheitsgrundsätze ist Bestandteil aller Arbeitsverträge. Denn eine faire und gleichberechtigte Behandlung und Entlohnung von Frauen und Männern ist für united communications selbstverständlich. Die Agentur bemüht sich kontinuierlich, attraktive Arbeitsperspektiven anzubieten – auch für Beschäftigte mit Kindern. Dazu gehören in erster Linie individuell abgestimmte, flexible Arbeitszeiten und die Einrichtung von Telearbeitsplätzen – sofern es die Etats und geltende Geheimhaltungsvereinbarungen erlauben. united communications hat die Richtlinien in Bezug auf die kategorische Ausschließung von Diskriminierung im Entwurf des neuen Code of Conduct aktualisiert. <p>Zukünftige Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zukünftig sollen für Beschäftigte mit Kindern und Projektleiter weitere Telearbeitsplätze sowie mobile Telekommunikationsentwicklungen eingerichtet werden. Die Zusammenarbeit mit Lieferanten, die sich explizit zur Beseitigung von Diskriminierung bekennen, soll ausgebaut werden.
Einordnung laut GRI-Index:	HR4, LA2, LA13, LA14, EC7

Umweltschutz

<p>UN Global Compact Prinzip 7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen.</p>	<p>Maßnahmen und Ergebnisse 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> CO₂-Emissionen entstehen im Agenturalltag bei der Beheizung der Büroräume, durch den Stromverbrauch der Server, Rechner, Drucker, Displays, Projektoren und Telefonanlagen sowie der Beleuchtung, der Alarmanlage und der Küchengeräte. Ferner werden bei Dienstreisen sowie bei der Produktion von Printpublikationen und anderen Werbematerialien, die wir im Auftrag von unseren Kunden ausführen, CO₂-Emissionen verursacht.
<p>UN Global Compact Prinzip 8: Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen.</p>	<p>Erklärtes Ziel von united communications laut COP-Bericht 2008/09 war, die Umweltbilanz zu verbessern. Dies ist teilweise gelungen: Das Agenturteam hat umwelt- und ressourcenschonender gearbeitet, als in den Vorjahren. Dies ist vor allem durch die Zentralisierung von Kopiervorgängen und die verstärkte Kontrolle der Heizungsgeräte erreicht worden. Darüber hinaus wurden Steckerleisten angebracht, über die Computer, Monitore und Peripheriegeräte nach Arbeitsende komplett vom Netz getrennt werden können. Auf diese Weise wurden im Vergleich zum Vorjahr 5,21 % des Stromverbrauchs eingespart.</p>
<p>UN Global Compact Prinzip 9: Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> Der Transport von echten Waren hat bei united communications eine relativ geringe Relevanz. Für Kurierfahrten beauftragen wir, wann immer möglich, Fahrradkurier. Wenn möglich, werden Flugreisen zugunsten von CO₂-geringeren Bahnfahrten vermieden. Wann immer möglich, wurden ökologische Alternativen für Büro- und Geschäftsmaterialien sowie Nahrungsmittel angeschafft. Das Angebot an umweltfreundlichen Leistungen konnte ausgebaut werden. Dafür wurden zunächst Weiterbildungen im Bereich Klimaneutrales Drucken angeboten. Aufgrund dieses Engagements ist es der Agentur im vergangenen Jahr gelungen, die Zahl der Aufträge in diesem Bereich zu erhöhen und damit die Zusammenarbeit mit Druckereien und Buchbindereien zu intensivieren, die sich für Umwelt- und Klimaschutz einsetzen. united communications hat die Richtlinien in Bezug auf eine Stärkung des Umweltschutzes im Entwurf des neuen Code of Conduct aktualisiert. <p>Zukünftige Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zukünftig soll eine Strategie für die wirtschaftlich sinnvolle, weitere interne Verringerung des Energie- und Stromverbrauchs und von CO₂-Emissionen gefunden werden. Dazu gehören die intensivere Nutzung von Telefon-/Videokonferenzen anstelle von Dienstreisen, die Umstellung auf erneuerbare Energien und der verstärkte Ankauf von ökologisch hergestellten Büro- und Geschäftsmaterialien. Bei Neuanschaffungen von Hardware soll auch weiterhin verstärkt auf eine positive Umweltbilanz sowie ergonomische Aspekte geachtet werden. Die Zusammenarbeit mit Dienstleistern und Lieferanten, die sich explizit für Umweltschutz einsetzen, soll ausgebaut werden, insbesondere im Bereich Druck und Eventmanagement.
Einordnung laut GRI-Index:	EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN16, EN17, EN18, EN22, EN26, EN29, EN30

Korruptionsbekämpfung

<p>UN Global Compact Prinzip 10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.</p>	<p>Maßnahmen und Ergebnisse 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> united communications lehnt jegliche Form von Korruption ab und hat den Entwurf des Code of Conduct in Bezug auf die kategorische Ausschließung von Korruption aktualisiert. united communications tätigt keine Zuwendungen an Parteien oder Politiker oder sonstige Lobbyisten. <p>Zukünftige Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Das CSR-Team hat ein Konzept für die interne Fortbildung zum Thema Compliance für leitende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt. Dieses soll in den Folgejahren umgesetzt werden. Darüber hinaus soll stärker als bisher mit Lieferanten, die explizit gegen Korruption eintreten, zusammengearbeitet werden.
Einordnung laut GRI-Index:	SO2, SO3, SO5, SO6

Herausgeber:

united communications GmbH

Rotherstraße 19
10245 Berlin

Tel: +49 30 789076-0
Fax: +49 30 789076-99
E-Mail: to@united.de
www.united.de

V.i.S.d.P.: Manfred Großert (Managing Director)

Konzept & Redaktion: Gunhild Flöter

Layout: Christine Zeiske

© 2012, united communications GmbH