



**2011  
2012**

Fortschrittsmitteilung

**COMMUNICATION ON  
PROGRESS (COP)**

Für den United Nations Global Compact



**united  
communications**

ENERGY FOR YOUR BRAND

## Inhalt:

Unterstützungserklärung der Geschäftsführung

Seite 3

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

Seite 4

Impressum



## Unterstützungserklärung für den UN Global Compact

united communications ist eine 1995 in Berlin gegründete Full-Service-Agentur für kreative Markenkommunikation. Wir arbeiten für national und international agierende Markenunternehmen sowie Institutionen, Verbände und NPOs – für einige Kunden sind wir bereits seit mehr als 15 Jahren tätig.

CSR-Kommunikation ist ein Leistungsangebot der Agentur. Gemeinsam mit dem CSR-Experten Dr. Friedrich Haunert als Managing Partner von united communications offerieren wir alle anstehenden Leistungen rund um die CSR-Kommunikation aus einer Hand: von der Entwicklung maßgeschneiderter CSR-Strategien und perfekt aufeinander abgestimmter Projekte über die Umsetzung von Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen bis zur CSR- und Change-Management-Kommunikation.

Wir arbeiten stets erfolgsorientiert – für uns selbst und unsere Kunden. Und wir setzen auf Nachhaltigkeit. Das heißt, wir suchen gleichermaßen innovative wie ganzheitliche Lösungen, die die Bedürfnisse und Anforderungen von Umwelt und Gesellschaft langfristig berücksichtigen.

Durch unseren Beitritt zum UN Global Compact verpflichten wir uns bereits seit 2008 innerhalb unseres Einflussbereichs zur Umsetzung von zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

Die nachstehende, dritte Fortschrittsmitteilung dokumentiert, wie wir in den letzten zwei Jahren 1/2011 bis 12/2012 unsere Strategien zur nachhaltigen Implementierung der zehn Prinzipien des UN Global Compact in unserem unternehmerischen Handeln weiterentwickelt haben. Beschrieben werden die erfolgten Maßnahmen von united communications und die zukünftigen Aufgaben zur Unterstützung der Entwicklungsziele der Vereinten Nationen. Manche Ziele, die wir uns 2010 gesetzt haben, konnten wir im genannten Zeitraum erfolgreich umsetzen, andere wiederum stehen weiterhin auf der Agenda, da wir sie nicht erreicht haben.

Als Projektpartner der vom Europäischen Sozialfonds geförderten Initiative MENToring – Soziale Innovationen für KMU entwickeln wir seit Januar 2012 Kommunikationsmittel, um noch mehr kleine und mittlere Unternehmen dazu zu bewegen, Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft in ihrem geschäftlichen Handeln zu übernehmen.

Unsere Vision ist es, Veränderungsprozesse in immer mehr Wirtschaftsunternehmen und NPOs in Gang zu setzen und durch kreative Kommunikation gesellschaftlichen wie wirtschaftlichen Fortschritt mitzugestalten.

Wir bitten Sie, uns Ihre Anregungen und Kritik zu diesem Bericht zukommen zu lassen. Denn nur wenn wir Rückmeldungen erhalten, können wir uns verbessern. Unser langfristiges Ziel ist es, durch solch einen Austausch Nachhaltigkeit noch besser in unserem Alltagsgeschäft verankern zu können.



Manfred Großert  
Managing Director  
united communications GmbH

## Menschenrechte

<b>UN Global Compact Prinzip 1:</b> Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten.	<b>Maßnahmen und Ergebnisse 2011 bis 2012:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Es gelten die gleichen Grundsätze wie im COP-Bericht 2010.</li><li>• Basierend auf dem 2008/09 entwickelten Leitbild der Agentur sowie den Grundsätzen der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“, die auf der UN-Generalversammlung 1948 verabschiedet wurden, hat das CSR-Team gemeinsam mit der Geschäftsführung im angegebenen Zeitraum an dem Entwurf für einen neuen Code of Conduct weitergearbeitet. Seine Fertigstellung war eigentlich zu einem früheren Zeitpunkt geplant, konnte aber aufgrund der laufenden Projektarbeit und der aktuellen Geschäftsentwicklung erst später wieder aufgenommen werden und ist nun für Anfang 2013 vorgesehen.</li><li>• Unsere Kernkompetenz ist die Entwicklung und Umsetzung maßgeschneiderter Kommunikationsstrategien. Dabei gelten für alle von uns empfohlenen Maßnahmen die Prinzipien Professionalität, Glaubwürdigkeit, Angemessenheit, Klarheit, Transparenz, Konsistenz und Nachhaltigkeit. Diese Grundsätze bestimmen auch die Kommunikationsregeln unseres Teams bei seiner tagtäglichen Arbeit.</li><li>• Ein fairer, respektvoller Umgang aller Kolleginnen und Kollegen untereinander hat in der alltäglichen Arbeit oberste Priorität. Dazu gehört selbstverständlich auch eine faire Bezahlung – für feste wie für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für Praktikantinnen und Praktikanten sowie Volontärinnen und Volontäre.</li><li>• united communications fördert die Lernbereitschaft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in fachlicher, sozialer, persönlicher und beruflicher Hinsicht. Denn zufriedene und gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhöhen das kreative Potenzial und Know-how unseres Teams. Im angegebenen Zeitraum wurden deshalb etliche Weiterbildungsmaßnahmen offeriert.<ul style="list-style-type: none"><li>» Im Bereich Kommunikation für Wirtschaftsunternehmen wurden im Zeitraum 1/2011 bis 12/2012 zwei Volontärinnen sowie ein Volontär ausgebildet.</li><li>» Im Bereich PR &amp; Kommunikation wird eine Mitarbeiterin von der DEPAK, einem professionellen Schulungsanbieter, berufsbegleitend weitergebildet. Das Abendstudium begann am 14.05.2012 und endet am 15.05.2013.</li><li>» Im Bereich Kommunikation für Non-Profit-Organisationen wurden im Zeitraum 1/2011 bis 12/2012 zwei Praktikantinnen, im Bereich Grafik und Multimediadesign ein Praktikant durch das Agenturteam intern geschult. Gemeinsam mit den Praktikantinnen und Praktikanten wurden individuelle Lernziele festgelegt, in Entwicklungsgesprächen wurde der jeweilige Lernfortschritt überprüft.</li></ul></li><li>• Die Zusammenarbeit mit Kunden, Organisationen und Geschäftspartnern, die sich klar und öffentlich zu geschäftlich verantwortungsvollem Handeln und dem Schutz der Menschenrechte bekennen, wurde intensiviert (Initiative MENT, U18, Deutsche Tinnitus-Stiftung Charité, Stiftung Wissenschaft und Politik, Deutscher Bundesjugendring u.v.m.).</li></ul> <b>Zukünftige Aufgaben:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Der Entwurf des neuen Code of Conduct soll im ersten Quartal 2013 allen Leiterinnen und Leiter der Kompetenzteams PR, Text, Kreation und Management in einer außerordentlichen Versammlung vorgestellt und anschließend gemeinsam finalisiert werden. Die Aufgabe der Leiterinnen und Leiter ist es, auch zukünftig im Arbeitsalltag auf die Einhaltung dieser gemeinsam verabschiedeten Grundsätze zu achten und eventuelle Verstöße umgehend der Geschäftsführung zu melden. Der Code of Conduct soll bis Sommer 2013 von allen Beschäftigten unterschrieben werden und wird elementarer Bestandteil der Arbeitsverträge.</li><li>• Um die Motivation und das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter zu fördern, sollen neue Konzepte für interne Weiterbildungsmaßnahmen erarbeitet sowie die Standards und Möglichkeiten für eine erfolgsorientierte Bezahlung weiter entwickelt werden.</li></ul>
<b>Einordnung laut GRI-Index:</b>	HR1 - HR7, LA10 - LA12

## Arbeitsnormen/Arbeitspraktiken

<b>UN Global Compact Prinzip 3:</b> Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.	<b>Maßnahmen und Ergebnisse 2011 bis 2012:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Es gelten die gleichen Grundsätze wie im COP-Bericht 2010.</li><li>• 2011 ist die Agentur über einen eigenen Facebook-Account in einen direkten Dialog mit der Öffentlichkeit getreten. Hier werden verlässliche und verwertbare Informationen, Impulse sowie Trendeinschätzungen angeboten. Selbstverständlich haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Recht, sich privat und öffentlich in Social Media zu äußern, natürlich auch über united communications – positiv wie negativ. Für eine professionelle, gerechte und faire Kommunikation auf dieser und zukünftigen Social-Media-Plattformen haben die leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeinsam mit der Geschäftsführung der Agentur Social Media Guidelines entwickelt.</li><li>• Einzel- und Gruppengespräche zur kontinuierlichen Optimierung unserer Arbeit und der damit verbundenen Workflows sind für den Erfolg unserer Arbeit und für ein positives Betriebsklima unverzichtbar und damit zentraler Bestandteil des alltäglichen Agenturlebens.</li><li>• 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.</li></ul> <b>Zukünftige Aufgaben:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die letzte Mitarbeiterbefragung wurde Anfang 2009 durchgeführt. Für 2013 ist eine erneute anonyme, interne Umfrage geplant, um Optimierungsmaßnahmen überprüfen und Förderungsmöglichkeiten weiterentwickeln zukönnen.</li><li>• In 2011 und 2012 wurden Zufriedenheitsbefragungen entwickelt und insbesondere bei Neukunden durchgeführt. Diese Form des Dialogs und direkten Feedbacks ermöglicht der Agentur, die eigenen Leistungen zu überprüfen und kontinuierlich zu verbessern. 2013 sollen Befragungen aller relevanten Stakeholder durchgeführt und evaluiert werden. Dazu gehören neben den Kunden sowie Kooperations- und Geschäftspartnern vor allem die Presse und Dienstleister (Druckereien, Kuriere, Finanzberater).</li></ul>
<b>Einordnung laut GRI-Index:</b>	LA4, LA5, HR5
<b>UN Global Compact Prinzip 4:</b> Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit eintreten.	<b>Maßnahmen und Ergebnisse 2011 bis 2012:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Es gelten die gleichen Grundsätze wie im COP-Bericht 2010.</li><li>• Die Agentur beschäftigt Kinder ausschließlich im Rahmen von Schülerpraktika, um junge Menschen bei der Berufsorientierung zu unterstützen und für den Bereich Kommunikation zu werben. Jährlich werden durchschnittlich ein bis zwei Schülerpraktika vergeben. Die Verträge beinhalten alle Konditionen für die gesetzmäßige Beschäftigung von Schülerpraktikanten ab einem Alter von 15 Jahren gemäß dem Gesetz zum Schutz der arbeitenden Jugend, Bundesministerium der Justiz, auch bezüglich der Arbeitszeiten- und Pausenregelung nach § 8.</li></ul> <b>Zukünftige Aufgaben:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Zusammenarbeit mit Kunden, Geschäftspartnern, Lieferanten und Dienstleistern, die sich explizit zu einer Beseitigung von Zwangsarbeit und Kinderarbeit bekennen, soll ausgebaut werden.</li></ul>
<b>Einordnung laut GRI-Index:</b>	HR1 - HR3, HR6, HR7



**Herausgeber:**

united communications GmbH

Rotherstraße 19  
10245 Berlin

Tel: +49 30 789076-0  
Fax: +49 30 789076-99  
E-Mail: [to@united.de](mailto:to@united.de)  
[www.united.de](http://www.united.de)

V.i.S.d.P.: Manfred Großert (GF)  
Konzept & Redaktion: Gunhild Flöter  
Layout: Christine Zeiske

© 2013, united communications GmbH