

UN Global Compact CoP

ikp

Wien, Februar 2014



THE GLOBAL COMPACT

COMMUNICATION ON
PROGRESS

This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

[ikp. Kommunikation, die unterscheidet.](#)

Zum Inhalt

Zum Inhalt.....	2
1 Über ikp.....	3
2 Über diesen Bericht	4
3 Editorial.....	5
4 Nachhaltigkeit im Team.....	6
4.1 Unser Team.....	6
4.2 Mitarbeiterentwicklung	6
▶ Einstieg neuer Teammitglieder	6
▶ Aus- und Weiterbildung.....	7
▶ Mitarbeitergespräche	7
4.3 Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.....	7
4.4 Gesundheit am Arbeitsplatz.....	8
4.5 Teamkultur & Aktivitätenprogramm.....	9
4.6 Familienfreundlichkeit	10
5 Gesellschaftliches Engagement.....	12
5.1 Pro Bono-Arbeit für gesellschaftliche Belange	12
▶ Reporter ohne Grenzen.....	12
▶ WineAid.....	13
▶ Apropos – Die Salzburger Straßenzeitung	14
▶ Netz für Kinder	14
5.2 Soziales Engagement.....	15
6 Ökologische Nachhaltigkeit.....	17
7 Evaluierung der Nachhaltigkeit.....	19
8 Im Fokus: Nachwuchsförderung, Branchenimage und CMS-Zertifizierung	21
8.1 Zertifizierung nach CMS III mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit	21
8.2 Hands-on Förderung des PR-Nachwuchses	21
8.3 Für eine bessere Zusammenarbeit Journalismus - PR	22

1 Über ikp

ikp zählt seit fast 25 Jahren zu den Top PR-Agenturen in Österreich. Mit rd. 35 MitarbeiterInnen in Wien, Salzburg und Dornbirn bietet ikp alle Instrumente des integrierten Kommunikationsmanagements und entwickelt derzeit nachhaltige Kommunikationslösungen für über 55 Kunden aus verschiedenen Branchen.

Als viertgrößte österreichische Kommunikationsagentur berät ikp Kunden aus den Bereichen Finanz, Industrie, Handel, IT, Telekom und Hightech, Dienstleistungen, Öffentlicher Sektor, Non-Profit und Pharma / Gesundheit / Wellness. Die Palette der ikp-Leistungen umfasst alle Instrumente des Integrierten Kommunikationsmanagements, von der CI- und CD-Entwicklung über Unternehmens-/Produkt-PR, Medienarbeit und Krisenkommunikation, Lobbying und Public Affairs bis hin zu Wording, Corporate Publishing, Online Relations und Erfolgskontrolle.

Als langjähriger Preferred Partner in Österreich von Porter Novelli, einem der größten internationalen PR-Netzwerke, verfügt ikp über ein dichtes Agenturnetz in CEE und GSA und greift bei internationalen Projekten auf das Know-how von über 100 Standorten in 65 Ländern zurück.

Auf einen Blick:

Daten und Fakten

- ▶ Top 4 im Ranking der PR-Agenturen
- ▶ 3,5 Mio. Euro Honorarumsatz 2012
- ▶ Standorte in Wien, Salzburg und Dornbirn, Partner in Klagenfurt und Graz
- ▶ Seit 1990 unabhängig und eigentümergeführt
- ▶ Zertifiziert nach CMS III



Ausgezeichnete Erfolge

- ▶ Zahlreiche Staatspreise, Kategoriensiege + Nominierungen (1992, 1993, 1995, 1996, 1999, 2003, 2008, 2010, 2012, 2013)
- ▶ European Excellence Award 2009
- ▶ IPRA Golden World Award 1995
- ▶ Best PRactice Award 2006, 2007 und Nominierung 2012
- ▶ Goldenes Skalpell + Platin & Gold-EFFIE 2009
- ▶ Salzburger Landespreis für Marketing und Kommunikation (2008, 2010, 2012)
- ▶ AdWin Vorarlberger Werbepreis 2009

Internationales Netzwerk

- ▶ Preferred Partner von Porter Novelli in Österreich
- ▶ weltweit über 100 Standorte in 65 Ländern

Mitgliedschaften



PRQualityAustria



ÖSTERREICHISCHE
PUBLIC AFFAIRS
VEREINIGUNG

VIKOM

2 Über diesen Bericht

2013 war für die ikp-Taskforce CSR ein ereignisreiches Jahr: Wir haben unter Einbeziehung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Arbeitsprogramm für das gesamte Jahr festgelegt und Schritt für Schritt umgesetzt.

Um gemeinsam noch mehr bewegen zu können, haben wir die Taskforce CSR im Sommer vergrößert. Das CSR-Team setzt sich nun aus Susanne Hudelist, Silvana Grissemann, Denise Böhm und Elizabeth Boyewa zusammen.



Susanne Hudelist
Managing Partner
Supervision



Silvana Grissemann
Junior Consultant
Lead



Denise-Tina Böhm
Junior Consultant



Elizabeth Boyewa
Office Management

ikp bekennt sich seit 2007 vollinhaltlich zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact. Mit unserem Commitment betonen wir, dass wir alle Handlungen, die diese Prinzipien verletzen oder sich dazu eignen die Prinzipien zu verletzen, unterlassen. Dennoch haben wir als nationale PR-Agentur nicht mit allen Themenbereichen direkte Berührungspunkte. Deshalb fokussieren wir in unserer täglichen Arbeit jene Bereiche, die wir mit unserem Tun aktiv verändern können.

Als wichtigste Handlungsfelder haben wir die Gestaltung der Beziehung zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unser gesellschaftliches Engagement sowie unseren Einfluss auf die Umwelt festgelegt. In diesem Communication on Progress berichten wir deshalb vorrangig darüber, was ikp im Hinblick auf diese drei Belange unternimmt, was wir 2013 konkret umgesetzt haben und wie wir unser Engagement bewerten.

Zusätzlich erklären wir im Kapitel „Im Fokus“ was unsere CMS III-Zertifizierung für den Bereich Nachhaltigkeit bedeutet, wie wir den Nachwuchs in unserer Branche fördern und wie wir versuchen, zu besserer Zusammenarbeit zwischen PR und Journalismus in Österreich beizutragen.

3 Editorial

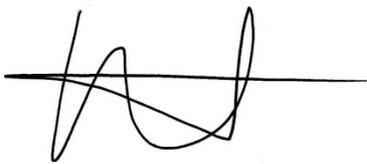
Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2013 stand bei ikp ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Wir haben unsere hausinterne CSR-Taskforce auf eine neue Basis gestellt und erweitert, einen Arbeitsplan entwickelt und bereits zahlreiche Maßnahmen erfolgreich umgesetzt: Vom Umzug in ein energieeffizienteres Büro über die Neugestaltung der Arbeitsplätze mit Rücken-Sitzkissen bis hin zu neuen pro bono Leistungen für Initiativen mit Sozialcharakter.

Neu ist, dass wir drei zentrale Bereiche der Nachhaltigkeit für uns identifiziert haben, die wir konsequent weiterentwickeln. Für unsere primären Stakeholder, die ikp Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bearbeiten wir den Themenbereich „Nachhaltigkeit im Team“. Für die Stakeholdergruppe der Gesellschaft bzw. breiten Öffentlichkeit konzentrieren wir uns auf „Gesellschaftliches Engagement“ und unsere bereits traditionelle pro bono Arbeit, und im dritten Themenfeld der Energieeffizienz und des Umweltschutzes haben wir einen Maßnahmenkatalog für „Ökologische Nachhaltigkeit“ entwickelt.

Unsere Aktivitäten wurden bei der Zertifizierung nach CMS Standard III, der einen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit setzt, honoriert – wir konnten im Bereich Nachhaltigkeit auf Anhieb 90% Reife erreichen.

Dieser Bericht soll einen Überblick bieten, was CSR bei ikp konkret bedeutet, wie wir sie in unserer täglichen Arbeit anwenden und wie wir unsere Werte tagtäglich leben.



Susanne Hudelist

Im Namen der ikp Taskforce CSR

4 Nachhaltigkeit im Team

4.1 Unser Team

Unser Team besteht aus unterschiedlichsten Persönlichkeiten mit hoher sozialer und fachlicher Kompetenz. Was uns verbindet ist die Leidenschaft für unser tägliches Tun.

Wir wollen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Spaß an ihrer Arbeit haben. Sie sollen sich neuen Herausforderungen stellen, kreative und frische Ideen entwickeln und diese schnell und effektiv umsetzen können. Dazu gehören auch der regelmäßige Informationsaustausch zwischen den Teams und Standorten und die Einbeziehung in die Unternehmensstrategie. Neben attraktiven Arbeitsplätzen, leistungsorientierter Bezahlung und der Aussicht auf eine langfristige Karriere bei ikp legen wir viel Wert auf ein angenehmes und gesundes Arbeitsklima.

Im Jahresdurchschnitt 2013 beschäftigten wir an den drei ikp Standorten in Wien, Salzburg und Dornbirn rd. 35 Vollzeit-Angestellte. Über 70% der ikp Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind weiblich. Neben fixen Teammitgliedern beschäftigen wir auch regelmäßig Praktikantinnen und Praktikanten. Mit den jeweils sechsmonatigen Praktika gewähren wir Studierenden des Fachbereiches Kommunikationswissenschaft sowie einschlägiger Fachhochschullehrgänge erste Einblicke in den Berufsalltag. Die Studierenden unterstützen die Teams bei wichtigen Tätigkeiten und können so wertvolles Know-how und Erfahrung für eine spätere Tätigkeit in der PR-Branche sammeln.

4.2 Mitarbeiterentwicklung

► Einstieg neuer Teammitglieder

Für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat ikp einen Stundenplan für die erste Arbeitswoche erarbeitet, um den Einstieg zu erleichtern. Jede/r wird am ersten Arbeitstag mit einem Welcome-Frühstück begrüßt, um die Kolleginnen und Kollegen kennen zu lernen, und erhält das ikp Mitarbeiterhandbuch mit Organigramm, Kundenbetreuungsteams und Richtlinien zu unseren Leistungen und unserer Arbeitsweise. In den ersten fünf Tagen hat jedes Teammitglied die so genannten ikp Welt-Gespräche, in denen die Unternehmensführung erklärt, wer wir sind und was wir tun. Auf die Werte und Ehrenkodizes wird besonderer Wert gelegt. Weiters lernt jede/r die Eckdaten der diversen Datenbanken und Plattformen kennen und wird in die Kundenarbeit eingeführt. Am zweiten Abend findet ein Welcome Anstoßen mit dem gesamten Team statt, nach der ersten Woche das erste

Feedbackgespräch. Ein extra zugewiesener Buddy unterstützt das neue Teammitglied laufend als Mentorin bzw. Mentor.

▶ **Aus- und Weiterbildung**

Um die Aus- und Weiterbildung unseres Teams zu forcieren, haben wir bereits 2006 eine interne Weiterbildungsschiene, die **ikp Academy**, gegründet. Im Rahmen zahlreicher Vorträge geben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Wissen intern weiter. Auch externe Referentinnen und Referenten werden eingeladen um die fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen unserer Teams zu erweitern.

In den ikp-Academy Seminaren 2013 behandelten wir u.a. folgende Themen:

- ▶ Wording
- ▶ Journalistentalk Robert Kleedorfer / Kurier (Stv. Ressortleiter Wirtschaft, Motor, Reise)
- ▶ Konzeptionstechnik
- ▶ Printacademy
- ▶ Mediaagentur Insights
- ▶ Werbeagentur Insights
- ▶ Wie Unternehmensbewertungsplattformen funktionieren
- ▶ Wie Monatsmagazine arbeiten

Neben der internen Weiterbildung hat auch jedes ikp-Teammitglied die Möglichkeit, **externe Weiterbildungsveranstaltungen** zu besuchen. Diese werden in den jährlichen Mitarbeitergesprächen entsprechend dem Know-how und dem Interesse jedes einzelnen ausgewählt und festgelegt. 2013 besuchte jede Mitarbeiterin bzw. jeder Mitarbeiter durchschnittlich 2 bis 3 externe Seminare/Workshops.

▶ **Mitarbeitergespräche**

2013 haben wir ein neues System für Mitarbeitergespräche entwickelt. Im „Entwicklungsgespräch“ im Herbst werden mit dem direkten Vorgesetzten die Leistungen, die Kundenbetreuung, die Zusammenarbeit im Team, die Arbeitsplatzsituation und die Weiterbildungen besprochen. Im „Wirtschaftsgespräch“ mit einem Mitglied der Geschäftsführung im Frühjahr geht es um die Hard Facts: Rentabilität, Produktivität, Umsätze, Arbeitsstunden, Zielerreichung und Gehaltsverhandlungen.

4.3 Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Transparenz wird bei ikp großgeschrieben. Bei ikp wird das gesamte Team in monatlichen **ikp Jour Fixes** über den aktuellen Status informiert – im Balanced Scorecard-System nach den

Unternehmensbereichen Interne Prozesse & Organisation, Kommunikation & Eigenmarketing, und New Business. In speziellen offenen Rubriken haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Wünsche, Bedürfnisse und Vorschläge zu äußern und die Entwicklung des Unternehmens aktiv zu beeinflussen:

- ▶ Platz für alles, was zu sagen/fragen ist/Fragen an die große Runde
- ▶ News aus den Teams, News aus den Kompetenzzentren
- ▶ Learnings aus der Kundenbetreuung

In den quartalsweise stattfindenden **ikp Zwischenstopps** präsentiert die Geschäftsleitung allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Entwicklung des Unternehmens in den Bereichen Finanzsystem / Führung & Kommunikation / Kundenbetreuung / Kundenzufriedenheit / New Business / Personalmanagement / Unternehmensentwicklung und Unternehmensplanung. Damit ist jedes Teammitglied auf dem Laufenden über die derzeitige Unternehmensentwicklung. In der anschließenden „Was noch gesagt werden muss“-Runde hat jede Person die Möglichkeit ihre eigenen Ideen einzubringen. Durch diese Maßnahme werden die Mitarbeiter direkt in die Strategieentwicklung involviert und dadurch stärker an das Unternehmen gebunden.

Ein neues Tool, das von der CSR Taskforce 2013 entwickelt wurde, ist der **ikp Freiraum** – ein Brainstorming-Tool für alle Teammitglieder zu jedem vorstellbaren Thema, intern oder extern. Wenn es zum Beispiel gilt, für einen Kunden eine besondere Idee für einen Event zu entwickeln, wenn wir einen Namen für ein Magazin suchen, oder wenn wir interne Maßnahmen für unser Eigenmarketing sammeln wollen. Anlassbezogen werden Meetings zur kreativen Ideenfindung einberufen, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind teamübergreifend und somit oft branchenfremd – das bringt frische Ideen und neue Zugänge.

4.4 Gesundheit am Arbeitsplatz

Ein besonderer Schwerpunkt unseres Jahresprogramms war die Gesundheit am Arbeitsplatz. Neben dem Besuch einer Arbeitsmedizinerin, die jeden Arbeitsplatz checkte und jedes Teammitglied ausführlich zu seiner Arbeitssituation befragte, bemühten wir uns insbesondere um die Themen Verpflegung, Bewegung und Begrünung.

Was die Verpflegung betrifft, bieten wir allen Teammitgliedern:

- ▶ Essensgutscheine im Wert von 4,40 Euro pro Arbeitstag
- ▶ 2x wöchentlich Obstkorb mit Bioobst vom Biohof Adamah
- ▶ Antialkoholische Getränke (Kaffee, biologischer Tee, diverse Fruchtsäfte, Mineralwasser)

- ▶ Alkoholische Getränke (Bier, Prosecco, Wein)

Das neue Büro, das wir im März 2013 bezogen, durfte jede/r nach eigenem Geschmack gestalten – Bilder nach Wahl, eine professionelle Begrünung durch einen Pflanzenspezialisten, eigene Pinnwände etc. Für alle gibt es nun einen medizinischen Sitzball und Sitzkissen, die die Rückenmuskulatur trainieren und Rückenschmerzen vorbeugen.

Ebenfalls neu ist der **ikp Bewegungsraum**: In ca. halbstündigen „Turnstunden für alle“ zeigen die Mitglieder der Taskforce einfache Übungen zum Beispiel für Rücken- und Augengesundheit vor, die jede/r leicht am Arbeitsplatz umsetzen kann.

4.5 Teamkultur & Aktivitätenprogramm

Um das gute Arbeitsklima an unseren Standorten zu fördern, organisieren wir regelmäßig gemeinsame Aktivitäten und Ausflüge.

Ein kurzfristiges Tool ist das **ikp Update** – hier treffen wir uns am runden Tisch, um aktuelle News wie Neukundengewinne auszutauschen. Das **Geburtstagsanstoßen** findet für jedes Teammitglied am Tag seines Geburtstages ab 17.30 Uhr in unserem Aufenthaltsraum statt. Das jeweilige Team organisiert eine von ikp finanzierte Torte oder andere Leckereien.

Nach den quartalsweise stattfindenden Zwischenstopps, bei denen die Unternehmensentwicklung besprochen wird, gibt es immer ein **gemeinsames Abendprogramm**, das von zwei Personen in Absprache mit der Geschäftsführung organisiert wird. Im letzten Jahr lernten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beispielsweise bei einem Video Clip Dancing, einer „blinden“ Reise durch eine verdunkelte Großstadt, bei einer Rätselrallye durch die Umgebung oder einem Stadtpaziergang über den Spittelberg besser kennen.

Ein Highlight des Jahres 2013 war auch der **gemeinsame Betriebsausflug aller Standorte**. Bei einem lustigen Wochenende in Vorarlberg lernten sich die Teammitglieder der drei Standorte untereinander besser kennen und genossen das Flair. Die gemeinsamen Erlebnisse stärkten das Zusammengehörigkeitsgefühl und prägten die Unternehmenskultur von ikp.

Doch jeder Standort freut sich auch noch über einen eigenen Betriebsausflug – ikp Wien verbrachte seinen ersten **Social Day** bei der Weinlese für das Charityprojekt WineAid zugunsten der Kinderkrebshilfe.



Bei der **Weihnachtsfeier** übten wir uns im Eisstockschießen und genossen anschließend ein 7-gängiges Menü in einem kleinen Restaurant in der Nähe der Agentur.

4.6 Familienfreundlichkeit

Auch die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist uns ein wichtiges Anliegen. Wie in jedem anderen Unternehmen gibt es auch bei uns Phasen, in denen das Team höheren Belastungen ausgesetzt ist. Dennoch bzw. gerade deswegen ermöglichen wir den Angestellten, Beruf und Familie bzw. Freizeit unter einen Hut zu bringen. Denn wir sind uns bewusst, dass das physische und psychische Wohlergehen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entscheidende Faktoren für die Leistungsfähigkeit und den Spaß an der Arbeit sind.

Familien- und mitarbeiterfreundliche Maßnahmen werden im Alltag gelebt. Auf familiäre Bedürfnisse und berufsbegleitende Weiterbildungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nehmen wir bei der Arbeitszeiteinteilung und der Urlaubsvergabe Rücksicht. Auch unser Stellvertretersystem ermöglicht mehr Flexibilität: Jedem Kunden sind mindestens zwei Beraterinnen bzw. Berater zugeteilt. Damit gewährleisten wir konstante Kundenbetreuung und ermöglichen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine flexiblere Handhabung von familiären Verpflichtungen und Weiterbildungsmaßnahmen.

Die ikp Vorarlberg GmbH lebt Familie, privat wie beruflich: Bereits zum dritten Mal erhielt ikp Vorarlberg im Jänner 2014 das begehrte Gütesiegel „Ausgezeichneter familienfreundlicher Betrieb“.

Die Initiative zeichnet im Zwei-Jahres-Rhythmus familienbewusste Unternehmenskultur sowie Personalpolitik aus. 2014 wird die Auszeichnung zum



neunten Mal vergeben. Auch ikp Vorarlberg wurde Mitte Jänner rezertifiziert. „Wir leben Familie, privat wie beruflich. Die Familienfreundlichkeit ist bei uns im Leitbild verankert: Wir nehmen bei der Diensterteilung auf den Stundenplan der Kinder, auf Arbeits- und Urlaubszeiten der Lebenspartnerinnen und Lebenspartner oder Kinderbetreuungszeiten Rücksicht. Die Auszeichnung freut mich doppelt: als Geschäftsführer und Familienvater“, so Martin Dechant, Geschäftsführer ikp Vorarlberg GmbH. Ausschlaggebend für den Erhalt des Gütesiegels sind die familienfreundlichen Möglichkeiten, die das Unternehmen hat, sowie deren Umsetzung.

5 Gesellschaftliches Engagement

Unser gesellschaftliches Engagement baut auf zwei Säulen auf. Zum einen stellen wir unsere Expertise ausgewählten NGOs unentgeltlich zur Verfügung, zum anderen leisten wir durch Spenden- und Charityaktionen nachhaltige Beiträge.

5.1 Pro Bono-Arbeit für gesellschaftliche Belange

Unser Know-how soll nicht nur unseren Kunden zu Gute kommen. Wir wollen einen aktiven Beitrag zum gesellschaftlichen Fortschritt leisten. Deshalb unterstützen wir gesellschaftlich relevante Initiativen indem wir ihnen unser Know-how ohne Entgelt zur Verfügung stellen. Wir arbeiten pro bono für folgende Initiativen:

► Reporter ohne Grenzen

Die weltweite Proklamierung und Einhaltung der Menschenrechte ist uns ein großes Anliegen. PR stellt ein wichtiges Teilsystem in einer Demokratie dar, Presse- und Meinungsfreiheit ist die Grundvoraussetzung dafür. Deshalb beraten und unterstützen wir seit Anfang 2008 die weltweit tätige Organisation **„Reporter ohne Grenzen“** bei ihrer Medienarbeit in Österreich.

Reporter ohne Grenzen setzt sich weltweit für die Medienfreiheit und die Freiheit der Reporter ein und unterstützt bei Inhaftierung oder Ermordung deren Familien. Die unabhängige Organisation mit Sitz in Paris, Niederlassung in Österreich und mehr als hundert Korrespondenten in aller Welt fordert den Respekt der Menschenrechte aktiv ein und beruft sich auf Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte: Die Freiheit zu informieren und informiert zu werden.

Im Jahr 2013 haben wir Reporter ohne Grenzen unter anderem mit folgenden Aktivitäten bei der klassischen Medienarbeit unterstützt:

Podiumsdiskussion: Sparkurs auf Kosten der Informationsfreiheit. Demokratiedefizit in Griechenland – haben sich öffentlich-rechtliche Sender überlebt?

Eine Woche lang konnte in Griechenland kein öffentlich-rechtliches Programm empfangen werden. In einem Coup d' état, hatte die griechische Regierung am 11. Juni das Aus für den öffentlich-rechtlichen Sender ERT bekannt gegeben. Wenige Stunden später wurde die Sendeanlage unter Polizeischutz abgeschaltet. 2700 Mitarbeiter waren mit einem Schlag

arbeitslos. Seit 17. Juni darf laut Verfassungsgericht ERT wieder senden. Dennoch ist die Zukunft des Senders ungewiss. In einer hochkarätigen Podiumsdiskussion wurde die prekäre Situation der Medien und der Pressefreiheit in Griechenland sowie die wirtschaftliche Einschätzung des Landes seitens der EU analysiert. Hinterfragt wurde zudem die Zukunft öffentlich-rechtlicher Sender.

Pressegespräch mit der honduranischen Journalistin Dina Meza

Seit dem Putsch im Jahr 2009 sind in Honduras 33 Journalisten ermordet worden. Neben Mexiko und Brasilien ist Honduras das gefährlichste Land für Pressevertreter in Lateinamerika; weltweit steht es auf Platz sechs. Dina Meza, engagierte Journalistin aus Honduras, wurde aufgrund aktueller Lebensbedrohungen von der Universität York zu einem Exilaufenthalt eingeladen. Meza weist auf die Verantwortung der europäischen Regierungen; sie plädiert dafür, dass jene beim honduranischen Staat Rechenschaftspflicht einfordern, wo die Entwicklungsgelder denn hinfließen. Im Rahmen des Pressegesprächs in Wien berichtet sie außerdem: Über die Lage der Menschenrechte in ihrem Heimatland, ihre aktuelle Arbeitssituation und die wachsende Bedeutung alternativer Medien in Honduras.



Press Freedom Award – Signal für Europa



Der Preis macht Menschen sichtbar, die aktiv für demokratische Werte arbeiten und leben. 2013 ist die Auszeichnung Journalistinnen und Journalisten aus der Türkei gewidmet. Ihr Mut und ihr Engagement in Sachen Demokratie ist beispielhaft – auch für uns.

Preisträger ist dieses Jahr die türkische Plattform „Bianet“, die sich für unabhängigen und kritischen Journalismus in der Türkei einsetzt. Gründerin und Leiterin Nadire Mater nahm den Preis bei der Zeremonie entgegen.

► WineAid

Die private **Spendeninitiative „WineAid - Wir helfen Kindern“** wurde im Jahr 2009 gegründet. Seit dem werden mit dem Verkauf von eigens aus gespendeten Trauben produzierten Weinen oder der Versteigerung namhafter Spendenweine Kinderhilfsprojekte finanziell unterstützt. WineAid will auch als Plattform fungieren, die Winzern und Unternehmen der österreichischen Weinwirtschaft die Möglichkeit gibt, ihre gesellschaftliche

Verantwortung zu leben und zu kommunizieren. Finanziell unterstützt werden unter anderem die Österreichische Kinder-Krebs-Hilfe und die Gesellschaft Österreichischer Kinderdörfer durch kreative und genussvolle Projekte.

Im Oktober 2013 nahm ikp an der von WineAid initiierten Weinlese zum guten Zweck teil. Seitdem unterstützen wir WineAid in der klassischen Medienarbeit.

► **Apropos – Die Salzburger Straßenzeitung**



In Salzburg unterstützen wir weiterhin pro bono die **Straßenzeitung Apropos**. Diese versucht Menschen, die in Not geraten sind, schnell und unbürokratisch zu helfen. Die ersten zwanzig Exemplare gibt es für die Verkäuferinnen und Verkäufer gratis, für die weiteren verkauften Exemplare erhalten sie die Hälfte des Verkaufspreises von 2,50 Euro. Für einige ist der Verkauf der Straßenzeitung ein Zubrot zur Sozialhilfe, Frühpension oder Notstandshilfe, für

viele hingegen die einzige Einnahmenquelle. Von Beginn an war es Teil des Konzeptes, dass von Armut, Sucht oder Wohnungslosigkeit betroffene Menschen in der Zeitung zu Wort kommen. Etwa ein Drittel der Berichte stammt aus ihrer Feder.

Ging es in den Jahren 2007 bis 2011 vor allem darum, die Öffentlichkeitsarbeit von Apropos durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen (Pressekonferenzen, Eventunterstützung für das Jubiläumsevent 10 Jahre Apropos, Entwicklung einer Anzeigekampagne) haben wir 2012 das Apropos-Leitungsteam beim redaktionellen Relaunch der Straßenzeitung beraten. Im Jahr 2013 wurde ein Konzept erstellt, wie Apropos mit den Problemen der geringen Akzeptanz der migrantischen Verkäufer umgehen soll, da sich die Situation durch mehrere Verkaufsverbote von Handelsunternehmen verschärft hatte.

► **Netz für Kinder**

An unserem westlichsten Standort setzen wir uns pro bono für Kinder ein: „**Netz für Kinder**“ ist ein gemeinnütziger Förderkreis für Kinder. Mit persönlichem Einsatz und finanzieller Unterstützung werden Kinder-Hilfsprojekte in die Tat umgesetzt: Beispielsweise gibt es ein eigenes Kinderhaus in dem



Kinder, deren Alltag durch Gewalt, Vernachlässigung und Missbrauch geprägt ist, täglich angemessene Hilfe finden.

Kindergruppen, in denen Kinder ein Jahr lang durch schwierige Lebenssituationen begleitet werden oder eine intensive Aufbauwoche in einer kleinen Gruppe gehören zum Rund-um-Paket im „Netz für Kinder“. Natürlich werden auch die Eltern in den langfristigen Prozess miteinbezogen.

ikp Vorarlberg unterstützt das „Netz für Kinder“ nicht nur mit persönlichem Einsatz, sondern steht dem Verein auch beratend zur Seite und hilft engagiert bei Presse- und Textarbeiten.

2013 startete unter der Federführung von ikp zum Beispiel eine Kampagne um ehrenamtlich engagierte Menschen für den Verein zu aktivieren. Zudem sammelt das Dornbirner Team beim alljährlichen Kundenevent dem „Christbaumschneiden“ fürs Netz.



5.2 Soziales Engagement

Wir planen und führen regelmäßig Aktivitäten durch, die das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken und bei dem sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem entspannten Rahmen abseits des Büroalltags austauschen können. In den vergangenen beiden Jahren wurden diese „Socializing-Aktivitäten“ erstmals mit sozialem Engagement verknüpft und damit eine neue Tradition geboren.

Die Weihnachtszeit nutzte ikp schon immer für soziales Engagement: Auf teure Weihnachtskarten und -geschenke für Kunden wird verzichtet, stattdessen spendete ikp für verschiedenste NGOs, z.B. die Ute Bock Flüchtlingshilfe oder Pro Juventute.

Die Weihnachtsfeier im Dezember 2012 nutzten wir dazu, für den guten Zweck gemeinsam Punsch auszuschneiden. Der Reinerlös, den der „**Lions Club Punschstand**“ am Graben einnahm, ging an Kinder mit Behinderung.



Unter dem Motto „**Active Social Day – Weinlese für den guten Zweck**“ tauschte das ikp Wien Team im Oktober 2013 einen Tag lang Schreibtische und PCs gegen Kübel und Scheren. Die Charity-Weinlese in Grinzing wurde von der Initiative WineAid organisiert. Der Reinerlös der Aktion kommt Kinder- und Jugendhilfsorganisationen zugute.

Die Weihnachtsfeier von ikp Salzburg war 2013 zweigeteilt. Bevor es zum gemeinsamen Essen, Trinken und Feiern ging, sammelten wir für den **VinziBus** bei drei Supermärkten Lebensmittel, die kurz vor dem Ablaufdatum standen und entsorgt worden wären. Diese wurden dann ebenso wie zuvor im Büro gesammelte Altkleider vom ikp Salzburg Team an bedürftige Menschen in der Pfarre Maxglan verteilt.



6 Ökologische Nachhaltigkeit

Wir richten unsere unternehmerischen Entscheidungen nicht nur an ökonomischer oder sozialer Effizienz aus, sondern bemühen uns auch unsere Umwelt möglichst zu schonen.

Der bewusste Umgang mit Energie steht dabei im Mittelpunkt: Wir halten unseren Ressourcenverbrauch so gering wie möglich und haben dabei immer die ökologische Nachhaltigkeit im Blickfeld.

Unsere Umweltrichtlinien stehen dabei nicht nur auf einem Blatt Papier: Wir setzen sie in unserer täglichen Berufspraxis um. Dazu gibt es für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – insbesondere für neue – eine Aufklärung über unsere gesetzten Maßnahmen. Ein wichtiges Motto diesbezüglich: Auch Kleinigkeiten können große Dinge bewirken.

Was wir tagtäglich für unsere Umwelt tun:

- ▶ Verwendung von 100% Recyclingpapier bei unseren Papierhandtüchern
- ▶ Verwendung von umweltschonendem Papier für den Bürobedarf
- ▶ Beim Ausdrucken immer beidseitiges Bedrucken von Papier
- ▶ Farbdrucker sind nur im Einsatz, wenn unbedingt notwendig
- ▶ Getränke werden nur in Glasflaschen bzw. in Pfandflaschen gekauft
- ▶ Ausschalten aller Geräte nach dem Verlassen des Büros – kein Standby-Modus (Licht, Computerbildschirme, etc.)
- ▶ Kein Überheizen der Räume, Klimaanlage wird nur für die EDV-Anlage verwendet
- ▶ Energieeffizientes Lüften
- ▶ Verwendung von modernen, energieeffizienten Geräten (Kühlschrank, Geschirrspüler, Computer, Prozessoren etc.)
- ▶ Mülltrennung sowohl im Büro- als auch im Küchenbereich, weiters werden Getränkekartons in Öko-Boxen gesammelt
- ▶ uvm.

Unsere Umweltrichtlinien kommunizieren wir nicht nur nach innen, sondern tragen diese Werte auch nach außen. Unsere Stakeholder wissen beispielsweise, dass wir im Bereich Verkehr alle unnötigen CO₂-Emissionen konsequent einschränken. Konkrete Maßnahmen wie die Bereitstellung von Jahreskarten oder Bahn-Vorteilskarten für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab der Beraterebene oder die Zusammenarbeit mit Carsharing-Agenturen garantieren ein bestmögliches Handeln für unsere Umwelt.

Der Umzug in unser neues Büro im März 2013 hatte größtenteils mit den Energiekosten zu tun, da unser Büro in der Liechtensteinstraße in punkto Energieeffizienz nicht auf dem neusten Stand war: So hatte es beispielsweise alte, undichte Fenster sowie Leitungen. Nach mehrmaligem Nachfragen bei der Hausverwaltung, die uns leider nicht entgegenkam, mussten wir schweren Herzens die Entscheidung treffen, ein neues Büro anzumieten.

Die neuen Räumlichkeiten in der Museumstraße sind auf dem neuesten Stand eingerichtet. Dank energieeffizienten und sparsamen Geräten, gut schließenden Fenstern, neuen Heizkörpern und einer neuen Therme gehen wir von einer deutlichen Ersparnis bei Energieaufwand und -kosten aus. Genau beziffern können wir den Unterschied erst nach Ablauf unseres ersten Jahres im neuen Büro mit dem zweiten Quartal 2014.

7 Evaluierung der Nachhaltigkeit

Zusätzlich zur Weiterführung und Forcierung unserer bisherigen Aktivitäten haben wir uns für das Jahr 2013 folgende Ziele gesetzt:

- ▶ Stärkere Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in die Aktivitäten der Taskforce CSR
- ▶ Stärkung des Bewusstseins für die CSR-Aktivitäten unseres Unternehmens bei allen Teammitgliedern
- ▶ Stärkung des Bewusstseins für Umweltschutzmaßnahmen (z.B. Mülltrennung, richtiges Heizen/Lüften) im Büro

Zur Erreichung dieser Ziele haben wir passende Maßnahmen gesetzt, die in diesem Bericht teilweise bereits beschrieben wurden. So haben wir zur stärkeren Einbeziehung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Arbeit der Taskforce CSR einen Freiraum zu wünschenswerten CSR-Aktivitäten durchgeführt. Außerdem haben wir damit begonnen, das gesamte Team durch regelmäßige **Friendly CSR-Reminder** über die Aktivitäten der Taskforce zu informieren. In unseren Remindern weisen wir darüber hinaus auch auf wichtige Umweltschutzmaßnahmen hin und bitten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst aktiv zu werden.

Da die für das Jahr 2013 formulierten Ziele ausschließlich qualitativ ausgeprägt waren, erfolgt die Evaluation der Zielerreichung an Hand einer Selbsteinschätzung im sogenannten Ampel-System. Die Markierung des grünen Feldes bedeutet dabei, dass das jeweilige Ziel sehr gut erreicht wurde. Das gelbe Feld bedeutet, dass das Ziel erreicht wurde, aber dennoch noch zusätzliches Optimierungspotential vorhanden ist. Als rot markierte Ziele wurden hingegen nicht erfüllt. Die Selbsteinschätzung zu den einzelnen für 2013 gesteckten Ziele ist in der untenstehenden Tabelle dargestellt.

Ziel	Einschätzung der Zielerreichung
Stärkere Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Aktivitäten der CSR-Taskforce	  
Stärkung des Bewusstseins für die CSR-Aktivitäten unseres Unternehmens bei allen Teammitgliedern	  
Stärkung des Bewusstseins für Umweltschutzmaßnahmen im Büro	  

Die Selbstevaluation zeigt, dass das Ziel der stärkeren Einbeziehung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Aktivitäten der Taskforce sowie die Stärkung des Bewusstseins für CSR-Aktivitäten zur vollen Zufriedenheit erreicht wurden. Das Bewusstsein für Umweltschutzmaßnahmen im Büro zeigt jedoch noch Verbesserungspotenzial auf. Denn obwohl von Seiten der Taskforce CSR vielseitige Maßnahmen getroffen wurden, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Maßnahmen zum Umweltschutz wie beispielsweise der Mülltrennung vertraut zu machen, ist das Bewusstsein noch nicht in allen Punkten vorhanden. Auf den Punkt „Bewusstsein für Umweltschutz“ wird deshalb 2014 ein besonderer Schwerpunkt gelegt.

Zusätzlich zur subjektiv anmutenden Einschätzung der Zielerreichung im Ampel-System haben wir die Reife unserer Nachhaltigkeit auch mittels eines standardisierten Tools evaluiert. Dabei kam der **Online-Nachhaltigkeitscheck der Plattform „Grüne Wirtschaft“** zum Einsatz. Dieser Online-Fragebogen ist ein Tool zur Selbstevaluierung der Nachhaltigkeit von Unternehmen und liefert neben einer Auswertung der Ergebnisse auch interessante Anregungen für zusätzliche Aktivitäten im CSR-Bereich.

Der Fragebogen ist als Selbstevaluierungs-Tool konzipiert und in die fünf Handlungsfelder Kerngeschäft, Umwelt, Gesellschaft, MitarbeiterInnen, Unternehmenskultur & -strategie unterteilt. Statements zur Umsetzung von Maßnahmen im jeweiligen Handlungsfeld erlauben eine Einschätzung des Engagements des eigenen Unternehmens auf einer vierteiligen Skala. Die Auswertung erfolgt automatisch, in einem kurzen Evaluationsbericht wird die Reife des Engagements in den jeweiligen Handlungsfeldern aufgezeigt. ikp konnte dabei folgende Ergebnisse erzielen:

- ▶ Handlungsfeld Kerngeschäft: 24 von 30 Punkten
- ▶ Handlungsfeld Umwelt: 24 von 30 Punkten
- ▶ Handlungsfeld Gesellschaft: 26 von 30 Punkten
- ▶ Handlungsfeld MitarbeiterInnen: 26 von 30 Punkten
- ▶ Handlungsfeld Unternehmenskultur & -strategie: 28 von 30 Punkten

Insgesamt konnte ikp im Rahmen des Online-Nachhaltigkeitscheck der Plattform „Grüne Wirtschaft“ 128 von 150 Punkten erreichen und gilt somit laut Auswertung des Tools als **„Vorreiter in unternehmerischer Nachhaltigkeit“**. Dennoch sind wir uns auch bewusst, dass CSR ein langfristiger Prozess ist, der ständig Verbesserungspotenziale und neue Handlungsfelder aufzeigt. Deshalb setzen wir uns auf Basis der Ergebnisse von 2013 neue Ziele, an denen wir 2014 arbeiten möchten.

8 Im Fokus: Nachwuchsförderung, Branchenimage und CMS-Zertifizierung

Neben unserem CSR Arbeitsprogramm haben wir 2013 drei Themenbereiche ausführlich bearbeitet: die Nachwuchsförderung für Einsteiger im Berufsfeld Public Relations, die Arbeit am Branchenimage mit Schwerpunkt auf der Förderung der guten Kooperation zwischen Journalismus und PR und die Zertifizierung nach CMS III mit der neuen Säule Nachhaltigkeit.

8.1 Zertifizierung nach CMS III mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit

ikp ist seit vielen Jahren als eine von nur neun Agenturen in Österreich nach dem Standard CMS II zertifiziert, einem internationalen Qualitätsmanagementsystem für PR-Agenturen. 2013 wurde der Standard auf die nächste Stufe gehoben und um den Themenbereich Nachhaltigkeit ergänzt. Vorgabe war unter anderen nachzuweisen, wie wir folgende Aufgaben lösen: Kommunikation von Vision und Kernwerten, Unterstützung und Anwendung von Nachhaltigkeit und viele mehr.

Das Audit zur Zertifizierung zum CMS-Standard III fand im September 2013 statt und wir freuen uns, dass die Zertifizierung nicht nur offiziell bestätigt wurde, sondern dass wir eine Punktezahl unter den besten 5% erreichen konnten. Im neuen Bereich Nachhaltigkeit erzielten wir auf Anhieb einen Reifegrad von 90%.

8.2 Hands-on Förderung des PR-Nachwuchses

Publizistik und Kommunikationswissenschaften zählen zu den am stärksten nachgefragten Studienrichtungen an Österreichs Universitäten und Fachhochschulen. Oftmals haben die Studierenden kaum Einblicke in die Berufspraxis. Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Tore für junge Öffentlichkeitsarbeiter zu öffnen:

- ▶ Drei unserer Mitarbeiterinnen waren 2013 Mitglieder des jungen PR-Verbandes PRNA und nahmen aktiv an Veranstaltungen wie dem jährlichen BarCamp teil.
- ▶ Im Sommer luden wir alle PRNA Mitglieder zu einem „Agency Inside“ bei ikp Wien in Kombination mit einem Vortrag zu Krisenkommunikation.
- ▶ Im April war eine Tutoriumsgruppe der Universität Wien Fachrichtung Publizistik in unserer Agentur zu Gast, um mehr über das Berufsbild zu erfahren und außerdem über Krisenkommunikation zu diskutieren.

- ▶ Ein Mitglied unserer Geschäftsführung ist Mitglied bei WoMentoring und übernahm für das ganze Jahr das Mentoring einer jungen Berufseinsteigerin mit monatlichen Treffen.

8.3 Für eine bessere Zusammenarbeit Journalismus - PR

Um ein gutes Verständnis zwischen den beiden Berufsbildern PR-Berater und Journalisten zu fördern, laden wir regelmäßig Journalisten aus verschiedenen Redaktionen und Ressorts zu uns ein. Im Rahmen des „Journalistentalks“ erzählen sie aus dem Arbeitsalltag und stellen sich den Fragen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 2013 waren Robert Kleedorfer vom KURIER und Melanie Gleinser von der DIVA/ Wienerin zu Gast. Außerdem bitten wir Journalisten monatlich zu einem Wordrap, der in unserem e-Newsletter und/oder auf unserer Facebook-Seite veröffentlicht wird. Hier wollen wir wissen:

- ▶ Was ist das Schönste an Ihrem Beruf?
- ▶ Was gefällt Ihnen weniger?
- ▶ Was erwarten Sie von PR-Agenturen?
- ▶ Wen würden Sie gerne einmal interviewen?
- ▶ Wie nutzen Sie soziale Netzwerke für Ihre Arbeit?
- ▶ Welche ist Ihre Lieblings-Fanseite auf Facebook?
- ▶ Was nervt Sie an sozialen Netzwerken?
- ▶ Was sind für Sie die derzeit größten Trends/ Umbrüche in der Medienlandschaft?

Impressum:

ikp Wien GmbH
Museumstraße 3/5
1070 Wien
T +43 1 524 77 90

ikp Salzburg GmbH
Alpenstraße 48a
5020 Salzburg
T +43 662 633 255 100

ikp Vorarlberg GmbH
Güttelestraße 7a
6850 Dornbirn
T +43 5572 398811