



oelenheinz+frey
werbeagentur

UNITED NATIONS
GLOBAL COMPACT
COMMUNICATION
ON PROGRESS

2014/15

MENSCHENRECHTE

ARBEITSNORMEN

UMWELTSCHUTZ

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

COMMUNICATION ON PROGRESS

INHALT

ERKLÄRUNG DES HAUPTGESCHÄFTSFÜHRERS Seite 3

FORTSCHRITTSBERICHT

MENSCHENRECHTE Seite 4

ARBEITSNORMEN Seite 5

UMWELTSCHUTZ Seite 7

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG Seite 8



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.

ERKLÄRUNG DES HAUPTGESCHÄFTSFÜHRERS

VORWORT



Uwe Bergmann

Seit einem Jahr engagiert sich die oelenheinz+frey Werbeagentur GmbH als Teilnehmer des Global Compact der Vereinten Nationen und unterstützt die Verwirklichung der Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft auf der Grundlage der zehn universellen Prinzipien des Global Compact. Denn diese Vision deckt sich mit unseren Werten und Zielen. Dementsprechend informieren wir in dem vorliegenden Fortschrittsbericht ergänzend zu unserem Corporate Social Responsibility Report über unsere Aktivitäten zur Förderung der Ziele des Global Compact. Auch in Zukunft werden wir uns als Teilnehmer dieses weltumspannenden Netzwerks für die Erfüllung der gemeinsamen Vision einsetzen.

Ein wesentlicher Baustein unseres Engagements ist unser Fokus auf das Thema Corporate Compliance. Denn Compliance beinhaltet nicht nur die Einhaltung ohnehin verbindlicher Vorschriften, wie etwa von Antikorruptionsgesetzen, sondern soll auch darüber hinausgehende Standards gewährleisten, die sich ein Unternehmen freiwillig auferlegt hat – beispielsweise im Umgang mit Menschenrechten, Umweltschutz oder Arbeitnehmerrechten. Deshalb ist neben der Formulierung der entsprechenden Ziele und Standards die Etablierung eines Compliance Systems in unseren Augen ein effizientes Mittel, um die Einhaltung der universellen Prinzipien und die Verwirklichung der Ziele des Global Compact in die Tat umzusetzen. Mit der Fortbildung eines Mitarbeiters zum Compliance Officer haben wir den ersten Schritt zur Etablierung eines Compliance Management Systems in unserem Unternehmen getan. Dabei gehen wir aber nicht nur mit gutem Beispiel voran, sondern wir werben auch außerhalb unseres Unternehmens dafür. Das Thema wird uns also auch im kommenden Jahr stark beschäftigen.

Ihr

A handwritten signature in blue ink that reads "Uwe Bergmann". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Uwe Bergmann
Geschäftsführer
oelenheinz+frey Werbeagentur GmbH

MENSCHENRECHTE

PRINZIP 1:
UNTERNEHMEN SOLLEN
DEN SCHUTZ DER
INTERNATIONALEN
MENSCHENRECHTE
UNTERSTÜTZEN UND
ACHTEN.

PRINZIP 2:
UNTERNEHMEN SOLLEN
SICHERSTELLEN, DASS SIE SICH
NICHT AN MENSCHENRECHTS-
VERLETZUNGEN
MITSCHULDIG MACHEN.

Die oelenheinz+frey Werbeagentur GmbH bekennt sich vorbehaltlos zur strikten Achtung der Menschenrechte. Da wir mit unseren Geschäftspartnern stets eine langfristige und nachhaltige Geschäftsbeziehung zum beiderseitigen Nutzen anstreben, achten wir bei der Auswahl unserer Partner darauf, dass wir ein gemeinsames Wertefundament teilen.

Die bedingungslose Einhaltung der Menschenrechte ist dabei ein Grundpfeiler. Mit unserer Mitgliedschaft im Global Compact und darüber hinaus in direkten Gesprächen haben wir den Stellenwert, den die Wahrung der Menschenrechte für uns hat, gegenüber unseren Stakeholdern einschließlich unserer Geschäftspartner eindeutig kommuniziert. Dabei haben wir auch deutlich gemacht, dass die Einhaltung dieser Rechte die Grundlage für eine fortgesetzte Zusammenarbeit mit uns ist und umgekehrt Verstöße dagegen zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen können. Wir dulden weder in unserem Unternehmen noch bei Geschäftspartnern wie Lieferanten oder Kunden eine Hinnahme von Menschenrechtsverletzungen.

Im Berichtszeitraum haben wir mit einem Kunden eine Vereinbarung geschlossen, in der wir uns unter anderem explizit zur Einhaltung der Menschenrechte verpflich-

ten. Ähnliche Abmachungen wollen wir zukünftig auch mit weiteren Partnern schließen. Außerdem haben wir damit begonnen, bei der Evaluation unserer Dienstleister diese zur Einhaltung der Menschenrechte in ihrem Unternehmen zu befragen. Zukünftig wird das ein festes Element in unserem Auswahlprozess.

Um unsere Unterstützung für die Ziele und Werte des Global Compact sowie unsere Achtung der Menschenrechte noch deutlicher zu kommunizieren, werden wir beim geplanten Relaunch unserer Website einen eigenen Bereich einrichten, in dem wir unsere Websitebesucher über unsere sozialen Aktivitäten und unser Engagement für den Global Compact sowie über dessen Ziele informieren. Neben unserer eigentlichen Geschäftstätigkeit unterstützen wir drei Projekte aus den Bereichen Kultur, Sport und Soziales. Mit unserer Expertise und Tatkraft bringen wir uns bei der Musikalischen Akademie des Nationaltheater-Orchesters Mannheim e.V., dem Tennisklub Grün-Weiss Mannheim e.V. sowie dem Anpff ins Leben e.V. für den guten Zweck ein. Insbesondere in unserer Zusammenarbeit mit Anpff ins Leben leisten wir dabei einen Beitrag zur Stärkung der Menschenrechte. Der Verein setzt sich für mehr Chancengleichheit und Integration ein.

ARBEITSNORMEN

PRINZIP 3:
UNTERNEHMEN SOLLEN
DIE VEREINIGUNGSFREIHEIT
UND DIE WIRKSAME
ANERKENNUNG DES
RECHTS AUF KOLLEKTIV-
VERHANDLUNGEN WAHREN.

PRINZIP 4:
UNTERNEHMEN SOLLEN
FÜR DIE BESEITIGUNG
ALLER FORMEN VON
ZWANGSARBEIT EINTRETEN.

PRINZIP 5:
UNTERNEHMEN SOLLEN
FÜR DIE ABSCHAFFUNG VON
KINDERARBEIT EINTRETEN.

PRINZIP 6:
UNTERNEHMEN SOLLEN
FÜR DIE BESEITIGUNG
VON DISKRIMINIERUNG
BEI ANSTELLUNG UND
ERWERBSTÄTIGKEIT
EINTRETEN.

Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Mitarbeiter im Unternehmen wohlfühlen. Denn als mittelständisches Unternehmen mit rund 20 Angestellten hängt unser Erfolg maßgeblich von den Fähigkeiten, der Einsatzbereitschaft und Flexibilität jedes Einzelnen ab. Deshalb ist es uns wichtig, unsere Mitarbeiter in Entscheidungen einzubeziehen, besonders wenn sie direkt davon betroffen sind. Durch diese Mitbestimmung wollen wir die Arbeitsbedingungen so weit wie möglich auf ihre Anforderungen und Wünsche abstimmen.

Den unterschiedlichen Lebenssituationen unserer Mitarbeiter und den damit verbundenen Ansprüchen an Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben tragen wir durch eine Reihe individueller Regelungen Rechnung. Neben speziellen Absprachen zum Umfang der Wochenarbeitszeit und über individuell angepasste Arbeitszeiten haben wir auf Wunsch der Mitarbeiter auch die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen, dass sie vom Home Office aus arbeiten können. Diese Möglichkeit nehmen derzeit ein Mitarbeiter regelmäßig und eine Reihe von Mitarbeitern gelegentlich in Anspruch. Darüber hinaus haben wir für alle Mitarbeiter die Arbeitszeiten durch die Einführung einer Kernarbeitszeit flexibilisiert. Und auch in anderen Bereichen

versuchen wir so flexibel wie möglich auf die Bedürfnisse unserer Angestellten einzugehen, beispielsweise durch eine schnelle Bewilligung von Urlauben oder die Möglichkeit, Haustiere mit an den Arbeitsplatz zu bringen.

Auch bei der noch nicht abgeschlossenen Neuordnung der Arbeitsplätze haben wir unsere Mitarbeiter stark einbezogen. Gemeinsam haben wir ein Konzept entwickelt, um die Wege zwischen den einzelnen Arbeitsbereichen zu verkürzen. Dabei haben wir die Mitarbeiter nach ihren Wünschen zur Verteilung sowie zur Einrichtung und Ausstattung ihrer Arbeitsplätze befragt. In mehreren Gruppenmeetings und vielen Einzelgesprächen wurden die Wünsche gesammelt. Sämtliche Anliegen wurden berücksichtigt und dort, wo sie nicht mit den Bedürfnissen anderer Mitarbeiter kollidierten, auch umgesetzt. So wurde beispielsweise die neue Anordnung der Arbeitsplätze weitgehend von den Mitarbeitern selbst festgelegt, es wurden gemeinsame Spielregeln zum Verhalten im Großraumbüro erlassen und unser Rückzugs-, Ruhe- und Kreativraum beibehalten. Zusätzlich werden auf Wunsch der Mitarbeiter zwei separate Ruhearbeitsplätze eingerichtet.

ARBEITSNORMEN

PRINZIP 3:

UNTERNEHMEN SOLLEN DIE VEREINIGUNGSFREIHEIT UND DIE WIRKSAME ANERKENNUNG DES RECHTS AUF KOLLEKTIV-VERHANDLUNGEN WAHREN.

PRINZIP 4:

UNTERNEHMEN SOLLEN FÜR DIE BESEITIGUNG ALLER FORMEN VON ZWANGSARBEIT EINTRETEN.

PRINZIP 5:

UNTERNEHMEN SOLLEN FÜR DIE ABSCHAFFUNG VON KINDERARBEIT EINTRETEN.

PRINZIP 6:

UNTERNEHMEN SOLLEN FÜR DIE BESEITIGUNG VON DISKRIMINIERUNG BEI ANSTELLUNG UND ERWERBSTÄTIGKEIT EINTRETEN.

Ebenso wie die Gestaltung ihres Arbeitsplatzes stimmen wir mit unseren Mitarbeitern auch ihre berufliche Weiterentwicklung gemeinsam ab. Im vergangenen Jahr haben wir fünf Mitarbeitern die Teilnahme an von ihnen ausgewählten, mehrtägigen Fortbildungen ermöglicht. Ein weiterer Mitarbeiter macht auf eigene Initiative eine von uns unterstützte einjährige, berufsbegleitende Ausbildung zum Werbetexter. Somit konnten im Berichtszeitraum mehr als ein Drittel unserer Mitarbeiter eine mindestens zweitägige externe Fortbildung wahrnehmen.

Jugendliche und junge Erwachsene unterstützen wir durch die Bereitstellung von Praktikumsplätzen zur Berufsorientierung. Schülern ab 15 Jahren und Studenten bieten wir in diesem Rahmen einen Einblick in die Berufswelt einer Werbeagentur und einen Vorgeschmack auf die Arbeit in dieser Branche. Dabei achten wir die für Minderjährige spezifischen Bestimmungen zu Arbeitszeit sowie Arbeitsschutz und natürlich auch alle übrigen Arbeitnehmerrechte.

Allen unseren Mitarbeitern steht eine vergünstigte Mitgliedschaft im Sportverein TSV 1846 Mannheim offen, die ihnen die Nutzung der dortigen Fitnessangebote ermöglicht. Mit verschiedenen

Sport-Events versuchen wir außerdem, das Interesse unserer Mitarbeiter für die ein oder andere Sportart zu wecken und Anreize für mehr Bewegung im Alltag zu schaffen.

Für einige unserer Kunden spielen Kinder eine wichtige Rolle. Hier stellen wir bei der Produktion von Fotos oder Filmaufnahmen mit Kindern im Inland stets sicher, dass die strengen deutschen Jugendschutzgesetze und die Kinderarbeitsschutzverordnung eingehalten werden. Bei Produktionen im Ausland achten wir auf die Einhaltung der entsprechenden dortigen Rechtsnormen, mindestens jedoch der die Kinderarbeit betreffenden Bestimmungen der ILO. Unsere Mitarbeiter klären unsere Kunden über die jeweiligen Regelungen zum Schutz von Kindern auf und weisen die Dienstleister vor Ort ein.

UMWELTSCHUTZ

PRINZIP 7:

UNTERNEHMEN SOLLEN IM UMGANG MIT UMWELTPROBLEMEN DEM VORSORGEPRINZIP FOLGEN.

PRINZIP 8:

UNTERNEHMEN SOLLEN INITIATIVEN ERGREIFEN, UM GRÖßERES UMWELTBEWUSSTSEIN ZU FÖRDERN.

PRINZIP 9:

UNTERNEHMEN SOLLEN DIE ENTWICKLUNG UND VERBREITUNG UMWELTFREUNDLICHER TECHNOLOGIEN BESCHLEUNIGEN.

Die Betrachtung der Umweltauswirkungen unserer Tätigkeiten ist ein fester Bestandteil unserer Entscheidungsprozesse. Bei der Herstellung unserer eigenen Werbemittel achten wir konsequent darauf, dass diese umweltfreundlich produziert werden. Unseren Kunden können wir das selbstverständlich nicht vorschreiben, unser Rat ist aber eindeutig. Als Geschäftspartner für die Produktion der von uns entwickelten Werbemittel kommen nur Druckereien infrage, die eine CO₂-neutrale Produktion auf nachhaltig erzeugtem FSC-Papier anbieten.

Wir achten außerdem bei unserer Büroausstattung konsequent darauf, die Energieeffizienz zu steigern und den gesamten Stromverbrauch zu verringern. Im Berichtszeitraum haben wir unter anderem sämtliche Küchengeräte durch sparsamere ersetzt, alle Monitore durch Geräte der Energieeffizienzklasse A+ oder besser ausgetauscht und unsere Beleuchtung auf Energiesparlampen umgestellt. Als weiteren Schritt prüfen wir derzeit, ob eine Umstellung auf LED-Leuchtmittel sinnvoll ist. Unseren Energieverbrauch konnten wir 2015 so im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,8 Prozent senken. Außerdem haben wir die Initiative unseres Vermieters zur Errichtung einer Photovoltaikanlage unterstützt. Diese liefert inzwischen nicht nur den Gemeinschaftsstrom

für das gesamte Haus, sondern versorgt auch unsere Kühlanlage mit Solarstrom. Statt einer konventionellen Kühlanlage kommt bei uns eine Kühldecke zur Temperierung der Büroräume zum Einsatz. Bei gleicher Kühlung verbraucht diese Anlage rund 30 Prozent weniger Energie als eine konventionelle Klimaanlage.

Umweltschutz erschöpft sich bei uns aber nicht nur im Energiesparen. Durch die Einführung eines für alle Mitarbeiter frei nutzbaren Wasserspenders haben wir mehrere Tausend Plastikgetränkflaschen pro Jahr überflüssig gemacht. Unterschiedliche Müllbehälter zur Trennung von recycelbaren Wertstoffen vom Restmüll gehören ohnehin zum Standard. Zur Reduzierung unseres Trinkwasserverbrauchs wurden in unseren Toiletten sensorgesteuerte Wasserhähne installiert, die das Wasser stoppen, wenn es nicht benötigt wird.

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

PRINZIP 10:

UNTERNEHMEN SOLLEN GEGEN ALLE ARTEN DER KORRUPTION EINTRETEN, EINSCHLIESSLICH ERPRESSUNG UND BESTECHUNG.

Korruption und Bestechung haben keinen Platz bei oelenheinz+frey. Wir sind davon überzeugt, dass nur ein fairer Wettbewerb eine gesunde wirtschaftliche Entwicklung aller Marktteilnehmer gewährleistet. Um unsere Ablehnung unfaier Geschäftspraktiken unmissverständlich klarzumachen und unseren Mitarbeitern eine eindeutige Handlungsrichtschnur zu geben, haben wir Korruption, Bestechung und Vorteilsnahme im Rahmen unserer Unternehmensgrundsätze eindeutig verboten. Auch nach außen haben wir unsere Absage an Korruption in unserem CSR-Report und durch unsere Teilnahme am Global Compact deutlich gemacht.

Gegenüber zwei Kunden haben wir uns schriftlich zum Verzicht auf Korruption verpflichtet, weitere derartige Selbstverpflichtungen sind geplant. Außerdem planen wir die sukzessive Verpflichtung unserer Lieferanten auf die Antikorruptionsrichtlinien der OECD.

Im Berichtszeitraum haben wir außerdem weitere Schritte unternommen, um unfaire Geschäftsmethoden zu verhindern. Unter anderem arbeiten wir am Aufbau von Compliance-Wissen im Unternehmen. Als ersten Schritt zur Etablierung eines Compliance Management Systems bei oelenheinz+frey haben wir eine Führungskraft zum „Certified Compliance Officer“ ausbilden lassen,

die nun die Vorarbeiten zur Einführung eines solchen Systems aufgenommen hat. Außerdem gibt der Compliance Officer sein Wissen in betriebsinternen Coachings an die übrigen Mitarbeiter weiter. Darüber hinaus haben wir den Stellenwert von Compliance im Unternehmen breit kommuniziert. Die Bedeutung, die wir diesem Thema beimessen, drückt sich unter anderem darin aus, dass wir von uns aus die Compliance-Richtlinien unserer Partner achten und Situationen vermeiden, die unsere Ansprechpartner in Konfliktsituationen bringen könnten. Gleichzeitig bereiten wir eine Neuregelung der Grenzen für die Vergabe oder Annahme von Aufmerksamkeiten und Einladungen vor, die unseren Mitarbeitern eine klare Orientierung gibt. Vorbereitend dafür haben wir eine Befragung unserer Mitarbeiter zu ihren Erfahrungen mit Korruption und Interessenkonflikten durchgeführt. Diese Ergebnisse werden zum Zeitpunkt des Berichts noch vom Compliance Officer ausgewertet.

Neben der Einführung eines Compliance Management Systems in unserem Unternehmen betreiben wir bei unseren Kunden, Lieferanten sowie anderen Partnern aktive Aufklärungsarbeit zu diesem Thema und unterstützen sie bei der Einführung und Umsetzung entsprechender Maßnahmen.



oelenheinz+frey
werbeagentur

oelenheinz+frey
Werbeagentur GmbH

Hauptstraße 161
68259 Mannheim
TEL (06 21) 8 41 01-0
FAX (06 21) 8 41 01-20
werbeagentur@division.ag
www.o-f.de