

**Global Compact
Communication on Progress**
Januar 2015 - Dezember 2015

1. Dezember 2015

Erklärung des Hauptgeschäftsführers zur fortgesetzten Unterstützung

w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH unterstützt fortgehend die zehn Prinzipien des Global Compact im Bereich der Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umweltschutz und Anti-Korruption. Mit diesem Schreiben bekunden wir unsere Absicht, diese Prinzipien in unserem Einflussbereich auch in Zukunft zu fördern.



Yvonne Molek
Geschäftsführende Gesellschafterin

w&p Wilde&Partner
Public Relations GmbH
Nymphenburger Straße 168
80634 München
Germany

1. COMMUNICATION ON PROGRESS 2013

1.1 Menschenrechte

Unternehmensgrundsatz: „*Wilde & Partner unterstützt und achtet den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb des Einflussbereichs und stellt sicher, dass sich die Agentur nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig macht.*“

Diesen Leitsatz hat die Agentur in viele Präsentationen und auch auf der Website (www.wilde.de) eingebaut, um den eigenen Mitarbeitern, den Partnern und den Kunden immer wieder die Wichtigkeit des Schutzes der Menschenrechte nahe zu legen.

Das Bewusstsein zu sozial verantwortungsvollem Handeln ist seit über zwei Jahrzehnten fester Bestandteil der Philosophie von Wilde & Partner. Gesellschaftliches Engagement ist bei Wilde & Partner traditionell eine wichtige Säule der Unternehmenskultur. Wir möchten damit einen Beitrag für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten.

Wir haben den soziodemographischen Wandel im Blick und beobachten die Entwicklungen. Wir unterstützen ausgewählte soziale Projekte u.a. Ärzte ohne Grenzen e.V., Journalisten helfen Journalisten e.V., SOS-Patenkampagne, Amnesty International, Luftfahrt ohne Grenzen, Bayerisches Rotes Kreuz, NAVIGO e.V., TAKA TUKA - Ferien für Kinder, Förderverein Schule für kranke Kinder München e.V., mitSprache e.V. und Social Sense gemeinnützige GmbH.

Yvonne Molek ist als Geschäftsführende Gesellschafterin innerhalb der Agentur als CSR-Beauftragte verantwortlich. Sie ist in verschiedenen Organisationen ehrenamtlich engagiert und unter anderem als Beirat der gemeinnützigen Gesellschaft Social Sense (www.social-sense.de) aktiv.

Wilde & Partner fördert außerdem aktiv die Gleichstellung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir begrüßen deshalb Bewerbungen von Frauen und Männern, unabhängig von deren kultureller und sozialer Herkunft, Alter, Religion, Weltanschauung, Behinderung oder sexueller Identität. Schwerbehinderte Bewerberinnen und Bewerber werden bei gleicher Eignung unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls bevorzugt.

Als besondere Auszeichnung hat die Agentur in einem landesweiten Wettbewerb deshalb im Jahr 2013 den SIEgER-Award erhalten, der für gerechte Chancen in der Arbeitswelt steht. Im Anschluss ein Ausschnitt der Pressemitteilung.

P R E S S E M E L D U N G



And the Winner is - Erfolg durch Chancengleichheit und Mixed Leadership: w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH gewinnt Preis der Bayerischen Staatsregierung - Vorbildcharakter für Vereinbarkeit von Familie und Beruf

München (w&p) - And the Winner is ... Bayerns familienfreundlichstes Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern ist in München zuhause und im Bereich Kommunikation tätig. Aus dem landesweiten Wettbewerb SIEgER 2013 der Bayerischen Staatsregierung ist die Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH als Gewinner hervorgegangen. Das 1984 gegründete Unternehmen beschäftigt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und siegte bei dem renommierten Wettbewerb des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen in der Kategorie „Kleine Unternehmen“. Bereits zuvor war Wilde & Partner, eine der 50 größten Kommunikationsagenturen Deutschlands, als Best-Practice-Unternehmen für Oberbayern im landesweiten Wettbewerb SIEgER 2013 ausgezeichnet worden. Die SIEgER-Jury, die sich aus Staatsministerin Christine Haderthauer, dem Präsidenten der vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V., Alfred Gaffal, sowie dem Vorsitzenden des DGB Bayern, Matthias Jena, zusammensetzt, würdigt mit dem Preis die in der Münchner Agentur gelebte Chancengleichheit und die Vereinbarkeit von Familie und Arbeit.

Wilde & Partner wird - entsprechend der Mitarbeiterstruktur - von drei Frauen und einem Mann geführt und gehört zu den führenden Kommunikations-Spezialisten für die Segmente Travel & Tourism, Transport & Logistics, Hospitality Industry sowie Spa & Lifestyle in Europa. Die Agentur setzt sich aus 28 Frauen und sieben Männern zusammen, erwarb als erste PR-Agentur weltweit die Green Globe Zertifizierung und wurde 2008 als Deutschlands „PR-Agentur des Jahres“ ausgezeichnet. Darüber hinaus erhielt die Agentur 2012 den „PR Report Award“ in der Kategorie „Consumer-Marketing“. Wilde & Partner ist zudem bei Global Compact engagiert. Die weltumspannende Initiative der Vereinten Nationen ist eine der wichtigsten internationalen Plattformen für Corporate Social Responsibility (CSR).

Den Film zum SIEgER Preis mit einem Porträt der Agentur gibt es auf:

<http://www.youtube.com/watch?v=ijFwLB-qcUM&feature=youtu.be>

1.2. Umweltschutz

Unternehmensgrundsatz: „Wilde & Partner unterstützt im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz und ergreift Initiativen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien zu fördern.“

Wilde & Partner ist weltweit die erste Kommunikationsagentur mit international anerkanntem Green Globe Zertifikat.



- **Soziales Engagement**

Wir haben den soziodemographischen Wandel im Blick und beobachten die Entwicklungen. Wir unterstützen ausgewählte soziale Projekte u.a. Ärzte ohne Grenzen e.V., Journalisten helfen Journalisten e.V., SOS-Patenkampagne, Amnesty International, Luftfahrt ohne Grenzen, Bayerisches Rotes Kreuz, NAVIGO e.V., TAKA TUKA - Ferien für Kinder, Förderverein Schule für kranke Kinder München e.V., mitSprache e.V. und Social Sense gemeinnützige GmbH (Beirat).

- **Beschaffung**

Beim Einkauf achten wir auf regionale Produkte, positive Energiebilanzen, nachwachsende Ressourcen sowie die anerkannten Umweltkennzeichen. Auch unsere Dienstleistungspartner wollen wir dahingehend positiv beeinflussen.

- **Mitarbeiterförderung**

Gute Mitarbeiter zu halten und zu fördern ist uns sehr wichtig. In Mitarbeitergesprächen erörtern wir Stärken, Schwächen sowie mittel- und langfristige Ziele der Beschäftigten, um sie nach Möglichkeit optimal und nachhaltig für den Betrieb zu schulen. Wir kommunizieren offen und regelmäßig an unsere Mitarbeiter die Umweltstrategien und Ziele des Unternehmens. Wir unterstützen alle Mitarbeiter, die sich am Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen beteiligen.

- **Entsorgung**

Wir verpflichten uns zur einheitlichen Mülltrennung und zur größtmöglichen Müllvermeidung in allen Bereichen im Rahmen unserer Möglichkeiten.

- **Ressourcenverbrauch**

Wir verpflichten uns zur Optimierung des Verbrauches der Ressourcen in allen Bereichen des Gebäudes. Richtlinien und Empfehlungen für unsere Kunden

- und Zulieferer sollen zur positiven Energiebilanz ebenfalls einen Beitrag leisten. Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter, auch zu Hause sparsam und effizient mit Energie, Abfall und Wasser umzugehen.
- **Öffentlichkeitsarbeit**
Wir informieren unsere Mitarbeiter, Mitglieder, Kunden, Besucher und die Öffentlichkeit regelmäßig über die Prozesse im Haus und sensibilisieren so alle Bereiche für das Thema Nachhaltigkeit.
 - **Kontinuierliche Verbesserung**
Wir verpflichten uns zur regelmäßigen Überprüfung und ständigen Optimierung unserer Betriebsabläufe in ökologischer und ökonomischer Hinsicht unter Einbeziehung der Ideen aller Mitarbeiter. Wir garantieren, dass wir uns langfristig mit dem Thema Nachhaltigkeit mit allen Themenfeldern auseinandersetzen werden - „Grün“ ist für uns kein Trend, sondern eine dauerhafte Strategie.
 - **Selbstverpflichtung**
Das Thema Nachhaltigkeit in seinen Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie ist wesentlicher Bestandteil unseres Denkens und Handelns. Wir verpflichten uns zum sorgsamem Umgang mit den anvertrauten Materialien/Ressourcen, sowie zum ständigen Optimierungsprozess unserer eigenen Arbeit, als auch der Arbeit unserer Dienstleister.

Umweltfreundliches Verhalten und Nachhaltigkeit gehen uns alle an. Viele kleine, richtige Handlungen können große Wirkung haben. Unsere Mitarbeiter sind angehalten, die folgenden Empfehlungen im Sinne einer gesunden Umwelt in ihr tägliches Handeln einzubeziehen.

- **Arbeitsweg**
Auch auf dem Weg zur Arbeit kann man zur CO₂-Reduzierung beitragen. Fahrten zur Arbeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad sind ein Teil davon.
- **IT System**
Unsere PCs und Flachbildschirme sind entsprechend eingestellt, dass sie nach 15 Minuten automatisch in den Stand-By-Modus wechseln. Nach Arbeitsschluss werden PC und Monitor abgeschaltet. In der Nacht und am Wochenende ist der Stand-By-Betrieb ein unnötiger „Stromfresser“.
- **Dienstreisen**
Alle Reisen werden so umweltfreundlich und günstig wie möglich organisiert. Dabei gilt es, der Bahn den Vorzug zu geben. Entsprechende Tarifvereinbarungen bieten hier neben der Umweltfreundlichkeit auch einen Preisvorteil gegenüber PKW und Flugreise. Nach Möglichkeit sind Termine effizient zu gestalten und entsprechen räumlich zu verbinden.
- **Raumtemperatur**
Es ist gewährleistet, dass eine angemessene Raumtemperatur herrscht. Überhitzung der Räume wird vermieden.
- **Nichtraucherbüro**
Die Agenturräume von Wilde & Partner sind Nichtraucherbüros. Alle

- Mitarbeiter sind gehalten, auch im Umfeld des Büros auf die Zigarette zu verzichten.
- **Wasserverbrauch**
Unser täglicher Wasserverbrauch belastet die Umwelt stark. Es ist daher sinnvoll, auch mit dieser Ressource sparsam umzugehen. Unsere Spülmaschine wird nach Möglichkeit im Eco-Modus genutzt, da dieser nicht nur weniger Wasser verbraucht, sondern durch eine kurze Laufzeit auch Strom einspart.
- **Energie**
Der Letzte, der die Agentur verlässt, überprüft, ob alle Geräte und Lichter ausgeschaltet sind.
- **Papierverbrauch**
Wilde & Partner arbeitet seit Jahren hauptsächlich digital und nutzt digitale Möglichkeiten auch zur Archivierung. Alle Drucker sind auf „doppelseitigen Druck“ in der Standardeinstellung eingestellt. Farbdrucke sind ressourcen- und kostenintensiv und werden nur in Ausnahmefällen genutzt. Für interne Ausdrucke und als Notizzettel wird bereits einseitig bedrucktes Papier wieder verwendet.

Einkaufsrichtlinien:

- **Regional und nachhaltig**
Jedes Jahr wird durch unsere Agentur ein Betrag für Beschaffung und Einkäufe von Produkten und Dienstleistungen ausgegeben - vom Bleistift über technisches Equipment bis hin zu Reinigungsleistungen und Dienstleistungen im Rahmen von Messeauftritten, Presseveranstaltungen und Events. Wir sind stets bestrebt, bei gleicher Leistung den günstigen Anbieter zu wählen. Dennoch wollen wir in Zukunft unserer Verantwortung gegenüber den kommenden Generationen noch mehr als bisher gerecht werden und den folgenden Kriterien und Richtlinien bei der Wahl des richtigen Anbieters noch mehr Gewicht verleihen.
- **Nähe vor Distanz**
Wir bevorzugen Produkte und Dienstleistungen aus unserer unmittelbaren Umgebung zur Schonung von Ressourcen und zur Förderung der lokalen Wirtschaft, dessen Teil auch unser Unternehmen ist.
- **Auswahl der Partner, Dienstleister und Zulieferer**
Wir bevorzugen Zulieferer, Partner und Dienstleister, die sich klar zu nachhaltigem Denken und Handeln bekennen. Wir legen größten Wert darauf, dass auch unsere Dienstleister, Partner und Zulieferer unserer ethischen Leitlinien teilen und vor allem in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung, unsere Ziele teilen und unterstützen.
- **Für eine gesunde Umwelt**
Wo möglich geben wir den Produkten Vorzug, die ökologisch unbedenklich sind, zumindest zum Teil aus wieder verwertbaren Materialien hergestellt sind und keine oder wenig Belastung für die Umwelt darstellen.

Richtlinien zur Müllentsorgung:

Auch in einer kleinen Organisationsstruktur fällt immer noch eine erhebliche Menge Abfall an - diese gilt es durch gezielte Vermeidung zu reduzieren, und den Rest durch konsequente Mülltrennung einer sinnvollen Entsorgung zuzuführen.

Unser Beitrag zur umweltfreundlicheren Müllentsorgung:

- Jeder Schreibtisch verfügt über einen Papierbehälter. Zusätzlich verfügt jedes Bürozimmer über einen Abfallbehälter für Papier/Pappe (ohne Mülltüte) zur Mülltrennung. In der Kaffeeküche befindet sich ein Behälter für Restmüll und ein Behälter für Bioabfälle.
- Somit halten wir uns an das Münchner Drei-Tonnen-System und trennen sorgfältig Papier, Bioabfälle und Restmüll.
- Batterien gehören nicht in den Restmüll, sie werden im Serverraum gesammelt und entsprechend entsorgt. Ebenso die defekten Leuchtstoffröhren und sonstige Leuchtmittel. Die Mitarbeiter entsorgen Glas und Pfandbehälter eigenverantwortlich und selbstständig.
- Unsere Tonerkartuschen werden, wenn sie leer sind, wieder aufgefüllt. Dadurch benutzen wir sie mehrfach und können die Büroartikelkosten senken und dabei die Umwelt schonen.
- Die Leerung der Papiertonnen erfolgt mindestens einmal wöchentlich.

1.3 Arbeitsnormen

Unternehmensgrundsatz: *„Wilde & Partner tritt für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung ein.“*

Wilde & Partner fördert aktiv die Gleichstellung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir begrüßen deshalb Bewerbungen von Frauen und Männern, unabhängig von deren kultureller und sozialer Herkunft, Alter, Religion, Weltanschauung, Behinderung oder sexueller Identität.

All das erreicht die Agentur durch Teilzeitarbeitsmodelle, flexible Arbeitszeiten und eine humane Arbeitsatmosphäre. Als besondere Auszeichnung hat Wilde & Partner deshalb im Jahr 2013 den Bayern-SIEgER-Award und den Best Practice 2013 Oberbayern erhalten.

In den Arbeitsverträgen sind schriftlich formulierte Grundsätze, die Mitarbeiterrechte und -pflichten und deren Vergütung und Leistungen eindeutig ausweisen. Dazu gehören beispielsweise geregelte Arbeitszeiten und Ausgleich der Überstunden durch extra Urlaubstage.

Die Agentur unterstützt außerdem Blinden- und Behindertenwerkstätten, bei denen wir Toilettenpapier, Küchentücher und Besen beziehen.

Darüber hinaus arbeitet die Agentur ausschließlich mit Lieferanten und Partnern, die im Sinne von Global Compact agieren.

Die Arbeitsplätze sind nach gesundheitsrechtlichen Richtlinien eingerichtet. Für Anfang des kommenden Jahres werden außerdem zwei Ersthelfer unter den Mitarbeitern ausgesucht, die einen Erste-Hilfe-Kurs belegen werden.

Zur Messung der Ergebnisse kontrolliert das Head Office ständig die oben angegebenen Punkte.

Ausschnitt Pressemeldung ''Best Practice 2013 Oberbayern'':

P R E S S E M E L D U N G

Anerkennung für familienfreundliches Arbeitsumfeld:

Bayerische Staatsregierung zeichnet Münchner Kommunikationsagentur

w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH aus

München (w&p) – Anerkennung von höchster Seite für die Schaffung eines vorbildlichen familienfreundlichen Arbeitsumfeldes. Die Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH überzeugte in der Kategorie „kleine Unternehmen“ und wurde als Best-Practice Unternehmen für Oberbayern im landesweiten Wettbewerb SIEgER 2013 ausgezeichnet. Der Wettbewerb wird jährlich vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familien und Frauen ausgerichtet.

(...)

1.4 Korruptionsbekämpfung

Unternehmensgrundsatz: „*Wilde & Partner tritt gegen alle Arten der Korruption ein, einschließlich Erpressung und Bestechung.*“

Wilde & Partner lehnt ausdrücklich die Zusammenarbeit mit korrupten Unternehmen (z.B. Unternehmen, die Kinderarbeit praktizieren oder Unternehmen, die in Niedriglohnländern produzieren) ab. Die Agentur arbeitet ausschließlich mit Partnern zusammen, die das gleiche Unternehmensleitbild wie Wilde & Partner praktizieren.

2. COMMUNICATION ON PROGRESS 2014

2.1 Umweltschutz

Wilde & Partner wurde im Oktober 2014 wieder mit dem Green Globe Zertifikat ausgezeichnet. Durch die Änderung unseres Stromanbieters und die kontinuierliche Umsetzung unserer Umweltleitlinien hat die Agentur dieses Jahr die Auszeichnung mit 99% von 100% erhalten.

Hierzu eine kleine Zusammenfassung unserer Berichterstattung an Green Globe:

- Im Rahmen der Reisekostenabrechnung wurde 2012 erstmalig eine Jahresübersicht der CO₂ Emissionen erfasst. Diese dient als Grundlage zur stetigen Verbesserung der Reiseaufwendungen. Somit kann 2013 der erste Vergleich durchgeführt werden. Im Jahr 2012 haben wir mit 15.006,12 kg CO₂ die Luft sauberer gehalten und dadurch im Vergleich zum Vorjahr ein Viertel weniger CO₂ verbraucht.
- Ständige Unterweisung aller Kollegen in die strikte Mülltrennung innerhalb der Agentur sowohl in den Büroräumlichkeiten als auch in der Teeküche.
- Informationsaustausch mit allen Kollegen im wöchentlichen Agentur jour fixe zum Thema „Nachhaltiges Office Management“ mit Erfolgskontrolle durch die Task Force „Green Globe.“
- Umwelt-Frosch: ein Maskottchen zum „Anprangern“ der Umwelt-Sünder wird auf dem Schreibtisch von demjenigen gestellt, der die Green Globe Vorschriften nicht beachtet hat (Licht, Kühlschrank, Heizung, Müll, Ausschalten Drucker/Bildschirm, Fenster). Dieser hat sich in der Vergangenheit gut bewährt. Die Kollegen gehen mit den Vorschriften sensibler um.

Verbesserungen hinsichtlich Energie-, Wasser- und Müllverbrauch

- Datenmüll - ständige Datenminimierung auf dem Server: Elektronisches Löschen und Aufräumen von Dateien (Kundendateien und interne Dateien). Minimierung der E-Mails und deren Anlagenvolumen. Alle Mitarbeiter haben ein limitiertes E-Mail Konto und eine interne Ablagestruktur mit vorgegebener Archivierung, die einmal im Monat kontrolliert wird.
- Archivierung von elektronischen Kundendokumenten von CDs wurde auf den Server umgestellt. Dadurch werden zur Archivierung keine CDs mehr verwendet. Wir archivieren elektronische Dokumente ausschließlich auf dem Server und sind auf dem Weg zum papierlosen Büro. Dadurch wurde der Einkauf von CD Rohlingen stark eingeschränkt.
- Der Kellerraum wurde entrümpelt. Weißware, Papier, CDs wurden getrennt zu den jeweiligen Wertstoffhöfen gebracht und ordnungsgemäß entsorgt.

- Austausch von weiteren acht PCs, einem Team-Notebook, nach neuesten Kriterien.
- 2012 Herbst - Anschaffung einer professionellen Antivirus Software mit Reporting zur Bekämpfung von Virenattacken.
- Arbeitsplatzoptimierung: An allen Plätzen wurden die PC-, Drucker- und andere IT-Kabel ausgetauscht, eingedämmt und optimiert, so dass Energie und Platz eingespart werden konnte.
- Neues von unseren Kunden: Seit 1. April 2013 reisen alle bahn.corporate-Kunden ausnahmslos und standardmäßig im DB Fernverkehr mit 100% Ökostrom.
- Für unseren langjährigen Kunden ITB Berlin ist ein ganzjähriges CSR-Engagement selbstverständlich. Folgende Projekte werden von der ITB kontinuierlich unterstützt: Atmosfair, ECPAT, Solar Impulse, u.v.a.
- Ein weiterer Kunde aus den Emiraten, das Ras Al Khaimah Tourism Development Authority (TDA), hat die AWARE Foundation ins Leben gerufen, unter deren Dach sich Hotels und Tourismuseinrichtungen der Region zusammenschlossen, um groß angelegte Umweltkampagnen durchzuführen.
- Unser langjähriger Kunde Fairmont Hotels & Resorts hat sein preisgekröntes Umweltprogramm überarbeitet. Das neue Konzept ist noch ökologischer, wirtschaftlicher und sozial nachhaltig. Siehe dazu auch http://www.wilde.de/aw/home/Referenzen/Kunden_nach_B Branchen/Fairmont_Hotels_Resorts/Pressemitteilungen_1557224/~Idi/Fairmont_Hotels_Resorts_3852773/

Wilde & Partner betreibt bewusst und aktiv eine nachhaltige Umweltpolitik, die sowohl in unserem gemeinsamen Agenturalltag gelebt wird, als auch nach außen in Bezug auf unsere Kunden, Geschäftspartner und Medien zum Ausdruck gebracht wird. Uns liegt es sehr daran, nicht nur das obligatorische Pensum an umweltfreundlichen Maßnahmen zu erfüllen, um unser „grünes“ Zertifikat zu erhalten. Wir verpflichten uns zur kontinuierlichen Verbesserung der Umwelt, führen neue Maßnahmen durch, bringen innovative Ideen und finden nachhaltige Lösungen, um unser Agenturkonzept stets zu verbessern.

2.2 Menschenrechte

Wilde & Partner hat im September 2014 einen „Social Day“ organisiert. Dabei wurde für das Münchner Kindl-Heim eine Besichtigungstour in Münchner Unternehmen und Betriebe durchgeführt. Das Ziel war die Förderung schulischer und beruflicher Perspektiven speziell für Flüchtlinge.

Eine Mitarbeiterin von Wilde & Partner hat nach diesem Tag sogar eine Patenschaft für einen der Flüchtlinge übernommen. Sie haben regelmäßigen Kontakt und der Jugendliche hat bereits ein Angebot für ein Schnupperpraktikum in einem Betrieb dank dieser Aktion erhalten.

Im Folgenden sieht man unsere Präsentation über dieses Projekt und einen Artikel auf www.saalzwei.de:

Wilde & Partner

Wilde & Partner Aktionstag mit dem Münchner Kindl-Heim



Juli 2014

Wilde & Partner

Münchner Kindl-Heim - 1960, 1980, 2000 und heute



Wilde & Partner

Wilde & Partner unterstützt das Münchner Kindl-Heim - machen Sie mit!

- Wilde & Partner Aktionstag: Am Dienstag, den **9. September 2014**, organisieren wir für das Münchner Kindl-Heim eine Besichtigungstour in Münchner Unternehmen und Betrieben
- **Das Ziel** ist die Förderung schulischer und beruflicher Perspektiven speziell für Flüchtlinge

Ablauf:

- Kurze Einführung in das Berufsbild, die Aufgabenfelder und die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten
- Anschl. Rundgang durch den Betrieb mit Begleitung
- Wilde & Partner stellt den Transfer und begleitet den Tag
- Auch Mitarbeiter des Kindl-Heims sind dabei



Wilde & Partner

Wir wollen uns weiter sozial engagieren!



- Münchner Kindl-Heim: 121 Jahre alt, Träger ist die Landeshauptstadt München
- 80 Mitarbeiter (www.mkhweb.de)
- heilpädagogische Kinder- und Jugendhilfeeinrichtung; 140 Plätze, davon 40 Tagesgruppenplätze
- bietet differenzierte Hilfen zur Erziehung an, die zur Stabilisierung und Förderung der Entwicklung und gesellschaftlichen Integration beeinträchtigter Kinder, Jugendlicher und junger Erwachsener dienen
- Immer mehr unbegleitete Flüchtlinge (z.B. aus Afghanistan, Somalia) kommen in das Münchner Kindl-Heim



Wilde & Partner

Wilde & Partner unterstützt das Münchner Kindl-Heim - machen Sie mit!

- **Gruppengröße:** 10 bis 15 Personen im Alter von ca. 12 bis 18 Jahren
- **Uhrzeit:** zwischen 9 und 17 Uhr
- **Zeitlicher Aufwand:** maximal 2 Stunden
- **Wir bitten um Ihre Mithilfe ...**

und würden uns sehr freuen, wenn wir am Wilde & Partner Aktionstag für das Münchner Kindl-Heim Ihren Betrieb bzw. Ihr Unternehmen besichtigen dürfen!



Wilde & Partner

Wilde & Partner Aktionstag für das Münchner Kindl-Heim

am Dienstag, den 9. September 2014

Ablaufplan

09.30 Uhr Abholung Jugendliche und Begleitpersonen am Münchner Kindl-Heim
Oberbiburger Straße 45
81547 München
www.mkhweb.de

Münchner Kindl-Heim: Begleitung voraussichtlich durch Britta Stegmaier
und Ulrike Röthig
Wilde & Partner: Olena Weissgerber und Marion Krimmer

Kleinbus der Firma Geldhauser wird von Wilde & Partner gestellt.

09.45-11.00 Uhr München Riem: Schreiner-Innung München
Rundgang durch Schreinerei-Werkstatt

Sigmund-Riefler-Bogen 17
81829 München
Tel. 089 420 121-3

www.schreiner-innung-muenchen.de

Ansprechpartner / Begleitung: Marvin Dicke
marvin.dicke@schreiner-innung-muenchen.de



11.30-12.30 Uhr München Haidhausen: Dynamo Fahrradservice Biss e.V.
Besichtigung Fahrrad-Werkstatt

Haager Str. 11
81671 München
Tel. 089 448 720-0
www.dynamo-muenchen.de



Ansprechpartnerin / Begleitung: Astrid Benda
Astrid.Benda@dynamo-muenchen.de

w&p Wilde & Partner
Public Relations GmbH



Nymphenburger Straße 168
80634 München/Germany

Tel. +49 (0)89 - 17 91 90 - 0
Fax. +49 (0)89 - 17 91 90 - 99
info@wilde.de

wilde.de
facebook.com/WildeundPartner
www.wilde.de
twitter.com/WildePR

Wilde & Partner

13.00-14.00 Uhr **München Altstadt : Best Western Hotel Cristal**
Rundgang Hotel - Rezeption, Konferenzräume, Küche, Zimmer

Schwanthalerstraße 36
80336 München
Telefon: 089 551 11-0
www.cristal-hotel.de

Ansprechpartner: Alexander Knoll
ak@we-munich.de



14.30-15.30 Uhr **München Neuhausen: Neulinger Brot & Feinbäckerei**
Besichtigung Bäckerei, Backstube und Konditorei

Volkartstr. 48
80636 München
www.baeckerei-neulinger.de

Ansprechpartner / Begleitung: Ludwig Neulinger
Mobil: 0176 322 65-772
info@baeckerei-neulinger.de



16.00-17.00 Uhr **München Untermenzing: Pflanzen-Kölle**
Rundgang Gärtnerei und Produktion

Gotiboldstraße 9
81247 München
Tel. 089 891 221-0
www.pflanzen-koelle.de

Ansprechpartner/ Begleitung: Frau Heintz, Herr List
georg.list@pflanzen-koelle.de



anschl. **Rückkehr zum Münchner Kindl-Heim**

itze
ible
rige

w&p Wilde & Partner
Public Relations GmbH

Green Globe zertifiziert



Nymphenburger Straße 168
80634 München/Germany

Tel. +49 (0)89 - 17 91 90 - 0
Fax +49 (0)89 - 17 91 90 - 99
info@wilde.de

wilde.de
facebook.com/WildeundPartner
newroom.wilde.de
twitter.com/WildePR

"Eintauchen in eine komplett andere Welt"

Wer nicht gerade für eine Menschenrechts-Organisation arbeitet, kennt Flüchtlinge allenfalls aus dem Fernsehen. Nicht so Yvonne Molek. Die Unternehmerin unterstützt zusammen mit ihren Mitarbeitern junge Menschen aus Afghanistan, Somalia und Syrien dabei, hiesige Berufsbilder kennenzulernen. Ob das zu ihrer PR-Agentur passt, die sich sonst um Kunden der Luxushotellerie oder Airlines kümmert? Auf jeden Fall, meint Molek: Es tut ihrem Team sogar gut, sich mal mit einer völlig anderen Materie zu beschäftigen und vor der Haustür Gutes zu tun.

München, den 03. Dezember 2014 - Von Yvonne Molek

Der Alltag in unserer Kommunikationsagentur wird bestimmt von Brainstormings, Beratung, Planung, Textarbeiten und viel Organisation für und mit unseren 70 Kunden. Das ist nicht nur abwechslungsreich und spannend, sondern es stellt auch hohe Ansprüche an die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter, die sich bei ihren Kunden täglich aufs Neue beweisen müssen.

Zu unserem Selbstverständnis gehört es jedoch auch, soziale Verantwortung zu übernehmen. Mir war es von jeher wichtig, mit meinem Unternehmen einen Beitrag für eine zukunftsfähige Gesellschaft zu leisten. Fester Bestandteil des

Stellenprofils eines Senior PR-Beraters ist bei uns der Punkt „Engagement“ – für mich bedeutet das, intern Anregungen zu geben und im sozialen Bereich Initiativen zu ergreifen.

Durch eben solch ein persönliches Engagement wurden wir im Vorjahr auf das Münchner Kindl-Heim aufmerksam, eine heilpädagogische Kinder- und Jugendhilfeeinrichtung der Landeshauptstadt München. Schnell wurde mir klar, dass wir uns hier aktiv einbringen können und wollen. War mein Erstgedanke noch, Wände zu streichen oder Gartenarbeit zu leisten, so drehte sich das Ganze im Austausch mit dem Kindl-Heim in eine komplett andere Richtung: Es stellte sich heraus, dass unbegleitete, minderjährige Flüchtlinge derzeit den Großteil der Kinder und Jugendlichen bilden, die in dem Heim Hilfe zur Stabilisierung und Förderung ihrer persönlichen Entwicklung erhalten. Um ihnen auch eine Zukunftsperspektive aufzuzeigen, ist es für sie überaus wichtig, mehr über die Chancen und Möglichkeiten in unserer Arbeitswelt zu erfahren. So entstand die Idee, dass Wilde & Partner ihnen einen Einblick in die Berufswelt ermöglicht – und zwar in Theorie und Praxis.



Berührungsängste? Die Mitarbeiter waren Feuer und Flamme

Zweifellos konnten wir hier unsere Stärken ausspielen: Als Kommunikations-Spezialisten verfügen wir nicht nur über ein großes Netzwerk, sondern wir können auch planen und organisieren. Das Ergebnis war letztlich eine ganztägige Tour durch fünf Münchner Betriebe, die jungen Flüchtlingen des Kindl-Heims einen Blick hinter ihre Kulissen gewährten. Unsere Mitarbeiter waren Feuer und Flamme für dieses Projekt und steuerten viele Ideen und persönliche Kontakte bei. Mich hat es sehr gefreut zu sehen, dass es hier keinerlei kritische Stimmen, Berührungsängste oder Bedenken gab. Ich hatte vielmehr das Gefühl, dass es gut tat, sich mit einer völlig anderen Materie zu beschäftigen und quasi vor der eigenen Haustüre einen sinnvollen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten.

Bei unserer eintägigen Bus-Tour durch München besichtigten wir mit 13 jugendlichen Flüchtlingen fünf Unternehmen, darunter eine Bäckerei, ein Hotel und eine Schreinerei. Es ging dabei viel um berufliche Einstiegsmöglichkeiten, aber auch um Chancen zur Weiterentwicklung. Das Interesse von Seiten der Flüchtlinge war groß, und ich denke, dass nicht nur sie viel gelernt haben. Auch für uns war es ein Eintauchen in eine komplett andere Welt – die Welt junger Migranten, von denen jeder eine individuelle Geschichte mit sich führt und eine persönliche Perspektive sucht.

Hier sollten sich Unternehmen verstärkt engagieren. Sie haben die Möglichkeit, mit ihrem Know-how, aber auch mit ihren Kontakten einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration von Immigranten zu leisten. Die deutsche Wirtschaft kann sich nicht nur die Qualifikation vieler erwachsener Flüchtlinge nutzbar machen. Sondern gerade bei jungen Flüchtlingen besteht mit Blick auf den Mangel an Auszubildenden in vielen Berufen die Perspektive, einen konkreten Beitrag für die weitere wirtschaftliche Entwicklung zu leisten: Durch die Gewinnung der Mitarbeiter von morgen.

Weitere Eindrücke vom Flüchtlingsprojekt [finden sich hier](#).

Yvonne Molek ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Kommunikationsagentur [Wilde & Partner Public Relations](#) in München. Mit 35 festangestellten Mitarbeitern betreuen sie Kunden aus Tourismus, Transport, Logistik sowie Hotellerie und Lifestyle.

An dieser Stelle berichten abwechselnd Managerinnen und Unternehmerinnen aus ihrem Führungsalltag - exklusiv für SAAL ZWEI-Leserinnen.

Weitere Informationen zu den [Kolumnistinnen finden Sie hier](#).

2.3 Arbeitsnormen

Im Jahr 2014 hat die Geschäftsleitung beschlossen, für die Mitarbeiter eine individuelle Altersvorsorge aufzubauen und in selbige nachhaltig zu investieren. Wilde & Partner zahlt monatlich allen Kollegen und Kolleginnen einen Betrag, der sich nach Zugehörigkeit der Agentur bemisst und unabhängig von den individuellen Gehältern ist, in eine attraktive Altersvorsorge ein. In der Zeitschrift W&V steht dazu folgender Artikel:

KARRIERE & JOB | EMPLOYER BRANDING

Das Vorsorgemodell

MITARBEITERBINDUNG Nach fünf Monaten Vorbereitung investiert die Münchner PR-Agentur Wilde & Partner seit Mai in eine betriebliche Altersversorgung ihrer Mitarbeiter.

Hier wollen sie stehen: Vor dem großen Firmenschild im Eckzimmer der Kolleginnen direkt über der Buchhandlung Hugendubel in der Nymphenburger Straße, um ein Zeichen zu setzen. Die Mitarbeiter der PR-Agentur von Wilde & Partner freuen sich auf das Gruppenbild, mit dem sie die neue Initiative ihres Arbeitgebers feiern wollen. Man kennt das von den großen der Branche und ganz besonders von den Netzwerkagenturen. Dass aber ein verhältnismäßig kleiner, inhabergeführter Spezialist wie die Münchner Touristikagentur eine Altersversorgung für alle Mitarbeiter aufsetzt, ist eher selten.

Wie es dazu kam? „Wir beobachten seit einiger Zeit, dass bei den Mitarbeitern das Thema ‚private Altersvorsorge‘ einen neuen und durchaus existenziellen Stellenwert bekommen hat“, erzählt die geschäftsführende Gesellschafterin Yvonne Molek. Gerade in den vergangenen zwei Jahren, die von mehreren Hochzeitswellen geprägt waren, wuchs wohl das Bewusstsein, die Altersvorsorge in die eigenen Hände nehmen zu müssen, so schloss die Agenturchefin aus vielen Unterhaltungen und Personalgesprächen. „Das Thema ist erstaunlicherweise insbesondere jüngeren Kolleginnen und Kollegen, die mit durchschnittlich 34 Jahren die Mehrheit unter den 35 Mitarbeitern ausmachen, ein Anliegen.“ Der demografischen Gruppe, die zukünftig am wenigsten von staatlichen Rentensystemen profitiert.

„So wichtig Altersvorsorge ist, so groß ist für viele auch die bürokratische Hürde, das Thema anzugehen“, berichtet Mario Arnold. „Die enorme Vielzahl an Modellen und Angeboten erschwert den Vergleich, obwohl gerade hier nicht unbedacht gehandelt werden sollte.“ Der Junior-PR-Berater, der seit ein- einhalb Jahren bei Wilde & Partner arbeitet, wird Ende des Jahres, wenn er zwei Jahre dabei ist, an dem Rentenmodell beteiligt. Der junge PRler schaut voraus und zahlt bereits seit dem Studium in eine private Vorsorge. Nun freut er sich über das zusätzliche betriebliche Standbein fürs Alter.

Ganz persönlich und individuell

Die Initiative „private Altersvorsorge“, die vor fünf Monaten in Planung ging und seit Mai in trockenen Tüchern ist, enthält ein ganzes Bündel von Maßnahmen, mit denen die Agentur sich in der Medienmetropole München als attraktiver Arbeitgeber positionieren will. Vor allem die Wertschätzung gegenüber dem Team soll zum Ausdruck kommen, auch um es natürlich – wenn möglich – langfristig ans Unternehmen zu binden. Diese Absicht kommt an: „Ich sehe das Angebot als eine Gehaltserhöhung, von der ich langfristig profitiere. Für mich ein Mehrwert und ein weiteres Argument für meinen Arbeitgeber“, betont Teamleiterin Julia Pawelczyk, die seit zehn Jahren fürs Haus arbeitet.

Die PR-Agentur, die seit mittlerweile 28 Jahren Kunden in den Segmenten Travel & Tourism, Transport Logistics, Hospitality Industry und Spa & Lifestyle betreut, ist auf einen Stamm absoluter Spezialisten mit Nischen-Know-how angewiesen. Und so lautet der neue Anreiz: Nach zwei Jahren Betriebszugehörigkeit zahlt die Agentur monatlich 50 Euro pro Mitarbeiter ein. Nach fünf Jahren bereits schon 100 Euro. Nach vier Jahren ist die finanzielle Absicherung „safe“ und könnte im Falle eines Jobwechsels mitgenommen werden. Rund 30 000 Euro jährlich wird die mittelständische Firma nun investieren.

Die Umsetzung der Maßnahme war aufwendig und alles andere als unkompliziert. Da einige der Kollegen – wie beispielsweise Mario Arnold – schon eigene Sparkonzepte verfolgten, musste ein Versicherungsträger gefunden werden, der möglichst viele individuelle Lösungen zuließ. „Gut ist, wenn man eine

Auf die gute Vorbereitung kommt es an

Betriebliche Altersvorsorge muss strategisch geplant werden.

Mittelständische Arbeitgeber können mit dem Angebot einer zusätzlichen finanziellen Altersvorsorge punkten. Das gilt besonders für kleinere Agenturen, in denen vor allem viele junge Menschen arbeiten, die meist noch keinerlei Gedanken an das Alter verschwenden. Bevor jedoch ein Unternehmen in die zusätzliche Rentenabsicherung investiert, sollten im Vorfeld wichtige Fragen geklärt werden: Welches Modell

passt zu uns? Direktversicherung oder Pensionskasse? Klassisch oder fondsgebunden? Wie stark kümmern sich die Mitarbeiter bereits selbst um ihre Rentenabsicherung? Wie flexibel und wie sicher ist das jeweilige Modell? Kann man den Abschluss zu einem neuen Arbeitgeber mitnehmen etc.? Profis raten, gleich zu Anfang eine Steuerkanzlei oder einen anderen unabhängigen Berater in die komplexe Planung einzubeziehen. js

Foto: Christoph Bern



Unternehmenskultur: Die Mitarbeiter von Wilde & Partner (Gruppenbild) sind ein eingespieltes Team, das sich in den eigenen Büroräumen besonders wohlfühlt. Alle zwei Monate beherbergt die PR-Agentur eine neue Ausstellung (o.). Die Sammlung der Flugzeugmodelle ist ständig zu sehen.

Steuerkanzlei oder einen anderen unabhängigen Berater zu Rate zieht, die helfen, den schier unübersichtlichen Dschungel an unterschiedlichen Modellen und Anbietern zu lichten, zu vergleichen und zu prüfen", sagt Prokuristin Nicola Vogt (s. Kasten).

Die Agentur will mit dem Versicherungsmodell neben dem aufgelegten Fortbildungsprogramm ein weiteres Signal in Richtung Kontinuität und Sicherheit setzen. Die Erfolgsformel für das kontinuierliche Wachstum der Agentur basiere, so die Partner Thomas Wilde und Yvonne Molek, auf der seit 28 Jahren gelebten Mixed-Leader-Philosophie, nach der Frauen und Män-

ner ihr spezifisches Know-how gleichwertig in gemischten Teams einbringen. Erst im vergangenen Jahr ist Wilde & Partner von der Bayerischen Staatsregierung als Gewinner im landesweiten Wettbewerb „BayernSIEGER“ für die Förderung der Frauen in Führungspositionen und die Schaffung eines familienfreundlichen Arbeitsumfelds ausgezeichnet worden – neben der jetzt neuen Altersvorsorge ein weiteres Engagement, auf das die Agenturkollegen stolz sind und das ihre Unternehmenskultur widerspiegelt.

Judith Stephan | job@wuv.de

Im Jahr 2014 hat Wilde & Partner weitere Home Office Arbeitsplätze für Teilzeit- und Vollzeitkräfte ausgebaut. Wilde & Partner gewann nicht nur im Jahr 2013 den SIEgER Wettbewerb für familienfreundliche Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeiter, sondern lebt Tag für Tag aktiv diesen Agenturgrundsatz. Im Laufe des Jahres hat die Geschäftsleitung zahlreiche Interviews und Vorträge über dieses Thema gehalten.

Am 3. April und 27. Mai 2014 hat Geschäftsleitung Yvonne Molek folgenden Vortrag zu diesem Thema gehalten:

Kind und Karriere unter einem Hut.

»Ein effektives Zeitmanagement und die richtige Kommunikation sind die wichtigsten Voraussetzungen für das Gelingen von Familie und Beruf.«

Mit dieser Kernaussage des Vortrags wendet sich **Eva-Maria Popp** als eine der ersten Expertinnen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf an berufstätige Eltern.

Gleichzeitig appelliert sie an die Personalverantwortlichen in Unternehmen, durch die ganzheitliche Unterstützung von berufstätigen Eltern das Engagement in Sachen Gesundheitsprävention, Personalrecruiting und Personalmarketing zu perfektionieren.



BASIC ERFOLGSMANAGEMENT
DIE ERFOLGSAGENTUR



3. April 2014 • 17:00-19:00 Uhr
Industriestr. 28, 81245 München

Die Veranstalter wünschen einen gelungenen und inspirierenden Abend!

famany

famany zeichnet familienfreundliche Unternehmen mit seinem Siegel aus und präsentiert Sie mit einem schönen Profil - ein echter Mehrwert bei der Suche und Bindung guter Mitarbeiter.

Sira

Sira munich berät Unternehmen zum Thema Kinderbetreuung und hilft, die aktuelle Situation aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu beurteilen und effiziente sowie wirklich nachhaltige Lösungen zu schaffen.

Grußwort von Yvonne Molek

Sehr geehrte Damen und Herren,



die Debatte beginnt mit einem großen Missverständnis – und endet zum Leidwesen der Betroffenen in der Verharmlosung. Viele, die heute über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie diskutieren tendieren dazu, eine der größten Herausforderungen unserer Gesellschaft auf den vermeintlichen Wunsch von Frauen zu reduzieren, sich neben ihre Rolle in der Familie auch beruflich „verwirklichen“ zu wollen. Das Dilemma: das berechnete Anliegen der Frauen landet in der falschen Schublade - und damit auf der Tagesordnung der brisanten Themen unserer Zeit unter dem Sammelbegriff „Verschiedenes“ auf einem der hintersten Plätze.

Wir gehen mit der Zukunft des Wirtschaftsstandortes Deutschland – aber vor allem mit der Zukunft unserer Kinder - fahrlässig um, wenn wir die vorhandenen Ressourcen „verschleudern“. Wir können es uns nicht leisten, hochqualifizierten und hoch motivierten Frauen weiterhin den Zugang zur Arbeitswelt durch falsche Weichenstellungen zu verschließen und ungeheures Potential brach liegen zu lassen.

Es ist Fünf vor Zwölf! Und das liegt nicht nur an der mangelnden Initiative seitens der Politik. Viele Frauen schleppen ein längst veraltetes Frauenbild mit sich herum, das offenbar mit der Muttermilch verabreicht wurde.

Familien müssen aus traditionellen Aufgabenverteilungen hinauswachsen, neue Denkmuster entwickeln und leben. Das heißt in der Konsequenz auch: Männer müssen einen Schritt zurück treten und Frauen auf Augenhöhe akzeptieren. Der erste Schritt allerdings muss von uns Frauen unternommen werden.

In diesem Sinne möchte ich alle Mütter und Väter ermutigen diesen Schritt zu tun und ihren Arbeitgebern den Rat geben sie dabei tatkräftig zu unterstützen.

Ihre
Yvonne Molek
w&p Wilde & Partner
Public Relations GmbH



*Gewinner des Wettbewerbs SIEGER (www.sieger-bayern.de)
In der Kategorie „Kleine Unternehmen“*

Marion Krimmer, eine der Prokuristinnen von Wilde & Partner, hat zum Thema „Vereinbarung Familie und Arbeitsplatz“ folgendes Interview mit randstad (Personaldienstleister) gehalten:

randstadkorrespondent

Wissenswertes für die Personalarbeit

Juni 2014



„Flexibilität muss auf beiden Seiten stattfinden“

SCHWERPUNKT Marion Krimmer, Prokuristin bei der PR-Agentur Wilde & Partner, berichtet im Interview über praktische Erfahrung im Umgang mit Eltern vor und nach der Elternzeit bei einem mittelständischen Dienstleister.



„Vor der Elternzeit“ sind die Menschen anders als „nach der Elternzeit“ - teilen Sie diese Erfahrung?

Marion Krimmer: Das kann ich bestätigen. Ein Kind ist für Mann und Frau gleichermaßen ein großer Einschnitt. Das komplette bisherige Leben verändert und die bisherigen Prioritäten verschieben sich. Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf den Berufsalltag.

Hat sich Ihr Arbeitgeber auch darauf eingestellt?

Marion Krimmer: Bei mir persönlich war es so, dass ich nach der Geburt meines Sohnes vor zwölf Jahren in ein Home Office Modell wechseln konnte. Übrigens als erste in unserer 28jährigen Agenturhistorie. Hier wurde in meinen Augen sehr viel Weitblick bewiesen, denn zu dieser Zeit war das Arbeiten im Home Office eher ungewöhnlich. Auch bei den übrigen Müttern und Vätern, die seitdem in Elternzeit gegangen sind, ist unser Arbeitgeber sehr flexibel.

Macht es einen Unterschied, ob dabei Führungskräfte gemeint sind oder normale Mitarbeiter?

Marion Krimmer: Für uns macht dies keinen Unterschied. Jeder Arbeitgeber befindet sich in einer ganz individuellen Situation, und auf diese wird eingegangen. Es herrschen Strukturen und Regeln, die für alle gelten, aber individuell verhandelt werden.

Sie leiten selbst ein Team: Haben Sie schon mal die veränderten Eigenschaften frisch gebackener Eltern bzw. von Rückkehrern erlebt?

Marion Krimmer: Das habe ich. Erst in diesem Jahr kam eine Mitarbeiterin nach einem Jahr Elternzeit zurück in mein Team. Sie war zuvor schon eine sehr gute Mitarbeiterin, und an der Qualität ihrer Arbeit hat sich nichts geändert. Und obwohl sie in Teilzeit arbeitet, werden die Kunden sehr zuverlässig und absolut eigenverantwortlich betreut. Das Verantwortungsbewusstsein und die Koordinationsfähigkeit kann ich nur bewundern.

Wie sind Sie, wie ist das Team damit umgegangen?

Marion Krimmer: Wir haben natürlich die entsprechenden Strukturen geschaffen. Jeder bei uns ist eigentlich auch ein sogenanntes „Back-up“ bei anderen Agenturkunden sprich Ansprechpartner, wenn der Lead-Berater im Urlaub oder auf Terminen ist. Bei einem Teilzeitmitarbeiter ist dies jedoch schwierig, denn er ist nicht ganztags im Büro und erreichbar. Somit haben wir eine andere Konstellation geschaffen, die hervorragend funktioniert.

Muss ein Unternehmen, das sich familienfreundlich nennt, für den Umgang mit bzw. die Integration von Rückkehrern einen Plan/ein Programm haben?

Marion Krimmer: Ein Unternehmen sollte auch Mitarbeiter in Elternzeit nach wie vor in bestimmte Ereignisse einbinden und den Kontakt halten. Bei uns ist es z.B. selbstverständlich, dass auch Eltern, die gerade beruflich pausieren, zu Agenturfeiern oder Veranstaltungen wie unsere Vernissagen in den Agenturräumen eingeladen werden. Der Kontakt darf gar nicht abreißen, so dass auch der Wiedereinstieg in das Berufsleben keinen Neuanfang, sondern eine Art Fortsetzung darstellen soll. Aber natürlich ist uns bewusst, dass der Mitarbeiter längere Zeit aus dem beruflichen Alltag entschwunden war und für ihn zugleich neue Rahmenbedingungen herrschen. Daher geben wir ihm Zeit und Raum, um sich wieder einzufinden. Ich denke nicht, dass hierfür ein Plan oder ein Programm notwendig ist. Man benötigt vielmehr Verständnis und viel guten Willen.

Wie viele „Kopfstände“ sollte ein Arbeitgeber machen, um gute Leute zu binden?

Marion Krimmer: Hier ist mir wichtig zu betonen, dass die Flexibilität auf beiden Seiten stattfinden muss. Auch ein Arbeitnehmer muss einmal Ausnahmen von der Regel machen. Als ich nach meinem zweiten Kind wieder zu arbeiten anfang, reiste ich z.B. schon nach kurzer Zeit für mehrere Tage zu einem Jahresmeeting meines damaligen Hauptkunden in die USA. Ich habe meine Teilnahme überhaupt nicht in Frage gestellt und alles mit dem entsprechenden Vorlauf organisiert. Ein schlechtes Gewissen darf hier übrigens nicht mitreisen – Erziehung ist nicht alleine Frauensache.

Ihr Unternehmen ist mittelständisch, hat weniger als 50 Mitarbeiter: Macht es das leichter, mit Eltern umzugehen? Oder sind die Belastungen schwerer wegzustecken als in einem großen Unternehmen?

Marion Krimmer: Wie ein Unternehmen mit dem Thema Elternzeit umgeht, hat nichts mit seiner Größe zu tun, sondern mit seinem Willen zur Flexibilität und der grundsätzlichen Unternehmensstrategie. Bei uns ist man sich in der Geschäftsleitung bewusst, dass die Mitarbeiter unser größtes Kapital sind. Deshalb investieren wir in ein stimmiges Betriebsklima und in zufriedene Mitarbeiter – und zwar nicht nur durch Flexibilität bei unseren Mitarbeitern, die Eltern geworden sind. Wir haben beispielsweise auch eine Art Betriebsrentensystem eingeführt, was in der heutigen Zeit ebenfalls eher ungewöhnlich ist. Das soziale Verantwortungsbewusstsein für die Mitarbeiter ist in meinen Augen bei Wilde & Partner wirklich außergewöhnlich.

Zur Person:

Marion Krimmer leitet das Team „Travel & Lifestyle“ der Agentur Wilde & Partner (→ www.wilde.de) in München. Das Unternehmen gehört seit 28 Jahren zu den führenden Kommunikations-Spezialisten für die Segmente Travel & Tourism, Transport & Logistics, Hospitality Industry und Spa & Lifestyle in Europa. Von der Bayerischen Staatsregierung wurde es 2013 als Gewinner im landesweiten Wettbewerb „Bayern SIEgER“ für die Förderung von Frauen in Führungspositionen und die Schaffung eines familienfreundlichen Arbeitsumfeldes ausgezeichnet.



Zudem hat Yvonne Molek das Vorwort des Buches „Ja, ich schaff' das! - Familie und Beruf unter einem Hut“ von Eva-Maria Popp verfasst.



Work-Life-Balance

Keine Frage: die politischen Parteien in unserem Land haben es verinnerlicht, auch Frauen wie selbstverständlich in Führungspositionen zu berufen. Selbst das Verteidigungsministerium ist heute keine Männerdomäne mehr. Das ist gut so und hat durchaus Signalwirkung. Es gehört mittlerweile zum guten gesellschaftlichen Ton, Frauen im politischen Bereich gleichberechtigt aufzustellen. Wie jämmerlich sieht es dagegen auch heute noch in den Vorstandsetagen der DAX-Konzerne aus! Und nicht nur dort sind Frauen in verantwortlichen Positionen nach wie vor Mangelware. Wie ärmlich: Jede Berufung einer weiblichen Führungskraft ins Management eines größeren Unternehmens wird in den Medien immer noch als außergewöhnliche Erfolgsmeldung des weiblichen Geschlechtes zelebriert.

Es ist auch ebenso unstrittig: Es geht nicht ohne die geeigneten gesellschaftspolitischen Rahmbedingungen, um den Weg zu ebnen und Frauen in ihren Entwicklungsmöglichkeiten und Karrieren zu fördern. Studiengänge, in denen Frauen heute unterrepräsentiert sind, müssen künftig einen höheren Studentinnen-Anteil erreichen. Zweifelsohne muss hier stärker in das Bildungssystem investiert werden.

Das durchschnittliche Qualifikationsniveau von Frauen war noch nie so hoch wie heute und wächst erfreulicherweise stetig weiter. Die heute 30- bis 40jährigen Frauen - genauso qualifiziert wie Männer und so gut ausgebildet wie nie zuvor - steigen durchaus oft mit adäquaten Gehältern in Unternehmen ein und nehmen die ersten Stufen der Karriereleiter in einem ähnlichen Tempo wie die männlichen Kollegen. Doch dann kommt für viele Frauen das jähe Ende: Nach einer Babypause finden sich die Frauen - oftmals überqualifiziert - in Teilzeit oder in Minijobs wider. Viele Frauen lösen so ihre eigene Situation der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Es scheint für das erste sehr praktisch und „familienfreundlich“ zu sein, so die ersten Weichen zurück in den Arbeitsmarkt zu stellen. Doch der Schein trügt: Der Wiedereinstieg mit einem Minijob-Modell erweist sich erfahrungsgemäß als der falsche Weg, um an die Karriere anzuknüpfen. Ganz unabhängig von der Honorierung. Der finanzielle Aspekt mit einer langfristigen Existenzsicherung wird oftmals erst später bedacht: Ein Minijob-Einkommen sichert weder die Existenz noch die eigene Altersversorgung. Immer wieder erleben wir die Situation, dass vor allem Frauen mit Familienverantwortung einen Wiedereinstieg nur im Niedriglohnsektor schaffen. Oder nur mit Minijobs als „Hinzuverdienerin“ eine Möglichkeit der Erwerbstätigkeit haben. Von den Bedarfen bei einer eventuellen späteren Scheidung ganz zu schweigen. Mit dem neuen Unterhaltsrecht müssen Frauen heute sehr schnell finanziell auf eigenen Beinen stehen - und was ist, wenn man jahrelang nur stundenweise berufstätig war? Das ist kein schönes, aber ein wichtiges Thema, auch wenn junge Frauen in der Familiengründungsphase nicht gern daran denken.

Viele hochqualifizierte junge Frauen mit Ehrgeiz kapitulieren nach der Babypause vor dem Wiedereinstieg, vor dem Tempo, vor der Verantwortung. Und viele scheitern leider auch am mangelnden Selbstbewusstsein. Sie scheuen sich davor, hinter vorgehaltener Hand als „Rabenmutter“ titulierte zu werden. Das erschreckende daran: Der Trend scheint aus meiner Beobachtung eher wieder in

die Richtung zu gehen, dass Frauen ihre eigene Karriere „opfern“ und ein Rollenverhalten annehmen, das eigentlich schon längst der Vergangenheit angehören sollte. Ganz nach dem Motto: einen Schritt vor, zwei Schritte zurück. Viele Frauen fragen sich angesichts einer oftmals ausweglosen Perspektive, warum man sich überhaupt wieder der Karriere zuwenden soll. Und „flüchten“ in die Rolle der Mutter und Hausfrau. Die Konsequenz: die Zahl der in Vollzeit tätigen Frauen nimmt ab. Diese Entwicklung ist nicht nur erschreckend, sondern alarmierend. Und das sollten sich alle auf den Plan rufen, die sich Gedanken um die mittel- und langfristige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Deutschland machen.

Ich meine: Wir gehen fahrlässig mit der Zukunft unseres Landes um, wenn wir nicht vehementer darauf drängen, dass die richtigen Weichen gestellt werden. Es ist Fünf vor Zwölf: Die demografische Entwicklung in unserem Land ist so exakt vorhersehbar wie das Datum für den offiziellen Winteranfang. Teilzeit- und Minijobs als Standardangebot für Frauen ist angesichts der Herausforderungen in einem Land mit immer älter werdenden Menschen - auch und vor allem aus der Perspektive der kommenden Generationen - nicht hinnehmbar. Eine Industrienation kann es sich schlicht und einfach nicht leisten, die Potentiale von Frauen „brach“ liegen zu lassen und einem Familienbild zu opfern, das schon lange nicht mehr zeitgemäß ist. Um nicht falsch verstanden zu werden: dies ist kein Plädoyer gegen die Familie. Das Gegenteil ist der Fall. Frauen müssen motiviert und nicht desillusioniert werden.

So ist es sicherlich kein Zufall, dass sich karrierebewusste Frauen gegen Kinder entscheiden. Oder als Alleinerziehende mit Kind, aber ohne Partner ihren Weg machen. Diese Frauen sind in der Regel selbstständig oder als Beamtin tätig, können oft auf ein starkes Betreuungs-Netzwerk zurückgreifen und sich im besten Fall auch eine Nanny und Putzhilfe für den Haushalt leisten. Und sind dadurch meist in der Lage, ihre Zeit oder Auszeiten ohne Restriktionen zu strukturieren. Doch wie sieht es mit der Work-Life-Balance bei den Frauen aus, die nicht über die nötigen finanziellen Mittel verfügen und keine akademische Laufbahn eingeschlagen haben?

Unsere Agentur wurde mit dieser Situation konfrontiert. Heute vertrete ich die Meinung, dass es die Aufgabe der Arbeitgeber ist, geeignete Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu schaffen. Work-Life-Balance spielt heute mehr denn je bei der Auswahl des Arbeitgebers eine erhebliche Rolle. Fakt ist: Heiß begehrte Fachkräfte lassen sich nicht mehr für einen anspruchsvollen Job gewinnen, wenn bestimmte Voraussetzungen nicht gegeben sind. Und ich spreche hier nicht von finanziellen Anreizen. Keine Frage - es bereitet keinem Arbeitgeber übermäßig Freude, mit eher „unbequemen“ Situationen und neuen Ansprüchen von Seiten der Arbeitnehmer konfrontiert zu werden. Der Arbeitgeber hat keine Wahl: Er muss sich mehr denn je mit der Frage auseinandersetzen, wie ein Arbeitsplatz attraktiv gestaltet werden kann und sich Mitarbeiter langfristig halten lassen. Es ist auch nicht damit getan mit sogenannten neuen Arbeitsmodellen zu arbeiten, die ausschließlich darauf ausgerichtet sind, die Arbeitsstunden zu reduzieren. Vielmehr müssen Arbeitsweise und Arbeitsabläufe komplett neu überdacht werden, um die Fähigkeiten von Menschen in Führung, die sich auch im Bereich Familie engagieren wollen, umfänglich auszuspielen und einsetzen zu können. Und das heißt in der letzten Konsequenz auch, dass die Philosophie und Unternehmenskultur hinterfragt werden muss.

Meine eigene Erfahrung hat mir gezeigt: es ist ein mühsamer Prozess. Ich habe mich oftmals gefragt, ob sich meine Anstrengungen am Ende des Tages auszahlen werden und ob ich auf dem richtigen Weg bin. Heute weiß ich: es geht! Als Führungskraft mit Personalverantwortung bei Wilde & Partner Public Relations, einem mittelständischen Unternehmen in München, werde ich täglich damit konfrontiert. Seit fast drei Jahrzehnten beschäftige ich mich mit dem Thema, angesichts des „Kampfes“ um die besten Talente verstärkt in den vergangenen Jahren. Unsere Formel, mit der wir diesen Herausforderungen begegnet sind, lassen sich in wenigen Sätzen zusammenfassen. Das kontinuierliche und gesunde Wachstum unserer Kommunikationsagentur basierte auf der Philosophie, nach der Frauen und Männer ihr spezifisches Know-how in gemischten Teams gleichwertig einbringen. Hier können wir täglich beweisen, dass sich eine mehrheitlich von Frauen in Führungspositionen geführte mittelständische Agentur selbstverständlich auch erfolgreich im Wettbewerb durchsetzen und über ein Vierteljahrhundert konsequent und nachhaltig am Markt behaupten kann.

Der hohe Anteil an weiblichen Mitarbeitern verlangt nach Modellen, mit denen sich nicht nur der Wiedereinstieg von Müttern darstellen lässt. Wir haben uns vielmehr auf die Fahnen geschrieben, Frauen und insbesondere auch Mütter mit in die Verantwortung zu nehmen und in der Geschäftsleitung zu wissen. Wir haben neue Team-Modelle erarbeitet, auf individuelle Skills und Bedürfnisse angepasste Stellenprofile erstellt und Arbeitsabläufe gezielt und flexibel verändert. Wir haben Kundenstrukturen mit Agenturbedürfnissen strategisch ausgearbeitet und zu einem Höchstmaß von Effizienz optimiert. Von den neuen Arbeitsmodellen profitieren sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, insbesondere Mütter mit Kindern - aber auch Väter in Elternzeit. Das familienfreundliche Umfeld erlaubt es berufstätigen Frauen, neben der Familie auch in der Agentur Karriere zu machen und Führungsaufgaben zu übernehmen. Selbstverständlich werden Frauen und Männer auch hier gleichgestellt: Arbeiten im „Home-Office“ steht auch männlichen Mitarbeitern als Option offen. Es versteht sich für die Agentur von selbst, dass Mütter beim Wiedereinstieg ins Berufsleben aktiv unterstützt werden, mit flexiblen Arbeitszeitregelungen und Teilzeit-Modellen. Unsere Besprechungen finden in der Regel zwischen 09.00 und 15.00 Uhr statt. Das hört sich einfacher an als es sich im Tagesgeschäft einer international agierenden Kommunikationsagentur, die in ständiger Krisenbereitschaft zu stehen hat, abbilden lässt. Von unseren Kunden können wir nicht einfordern, bei der Auswahl ihres Dienstleisters Rücksicht auf familiäre Ansprüche zu nehmen. Doch unsere Zwischenbilanz lässt sich sehen: uns ist es bislang sehr gut gelungen, hier allen Anforderungen gerecht zu werden. Ja - darauf sind wir stolz.

Doch auch um an dieser Stelle nicht missverstanden zu werden: Unsere Initiativen gehen keineswegs ausschliesslich von der Überlegung aus, unsere Agentur wohlmöglich auf Kosten der Wirtschaftlichkeit als besonders familienfreundlich zu positionieren. Nein - wir arbeiten grundsätzlich Ergebnisorientiert und verlieren unsere unternehmerischen Ziele bei all unseren Initiativen keineswegs aus den Augen. Für die unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eingeräumten Leistungen revanchiert sich das Team durch einen hohen Grad an Loyalität und Verantwortlichkeit. Der Erfolg unserer gelebten Philosophie: Die Fluktuation - insbesondere am Standort München - bewegt sich bei Wilde & Partner seit Jahren im unteren Bereich. Das wiederum gefällt unseren Kunden, die diese - für

Kommunikationsagenturen eher ungewöhnliche - Kontinuität überaus zu schätzen wissen. Für alle Beteiligten eine ganz klassische „Win-Win-Situation“.

Für unsere Initiativen wurden wir zwischenzeitlich auch von anderer Seite reichlich belohnt: Im Juli 2013 wurde unsere Agentur zum familienfreundlichsten Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern in Bayern gekürt. Von der Bayerischen Staatsregierung wurden wir für unser familienfreundliches Umfeld, für Chancengleichheit im Beruf, für die Förderung von Frauen in Führungspositionen und „Mixed Leadership“ von Frauen und Männern als Gewinner in der Kategorie ersten Preis des landesweiten Wettbewerbs Bayern SIeGER 2013 ausgezeichnet. Darüber hinaus erhielten wir als Unternehmen in Oberbayern die SIeGER 2013-Auszeichnung als Best Practice-Unternehmen. Im - eher seltenen - Schulterschluss waren sich die Bayerische Staatsregierung, die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft und der DGB in Bayern einig: „Wilde & Partner Public Relations zeigt“, so Christine Haderthauer, damalige Staatsministerin für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen, „wie durch eine gelebte Familienfreundlichkeit Arbeitgeber und Beschäftigte profitieren. Das Unternehmen hat erkannt: Frauen sind heutzutage so qualifiziert wie nie zuvor und verfügen über Kompetenzen, auf die kein Unternehmen verzichten kann“. Mit der Auszeichnung widerlegt Wilde & Partner die weit verbreitete und zuletzt im Herbstmonitor 2013 des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen gwa noch einmal manifestierte Ansicht, dass Familie und eine Position im Management einer Agentur nur schwer zu vereinbaren und Frauen daher eher selten in der ersten Führungsebene von Agenturen zu finden sind. „Wilde & Partner macht es anders“, resümiert zum Beispiel die Marketingzeitschrift „Horizont“ (Ausgabe 47/13). „Die Agentur wird - entsprechend der Mitarbeiterstruktur von 28 weiblichen und sieben männlichen Mitarbeitern - von vier Frauen und einem Mann geführt. Und agiert seit mehr als zwei Jahrzehnten kontinuierlich außerordentlich erfolgreich“. Im Beratercheck PR-Agenturen der „Wirtschaftswoche“ im August 2013 setzen die über 500 befragten großen und mittelständischen Unternehmen die Münchner Agentur unter die Top 20 der „kompetentesten PR-Agenturen Deutschlands“.

Und selbstverständlich „spielen wir diese Karte aus“, wenn wir uns bei potentiellen neuen Kunden vorstellen oder uns gegenüber Interessierten als attraktiver Arbeitgeber präsentieren.

Mein Credo: Nachmachen ausdrücklich erwünscht! Neben allen positiven wirtschaftlichen Erwägungen bleibt das „gute Gefühl“ den Beweis erfolgreich angetreten zu haben, dass sich Beruf und Familie durchaus vereinbaren lassen. Dieses „gute Gefühl“ nimmt in meiner ganz persönlichen Bilanz einen besonders großen Stellenwert ein: es ist mit Geld nicht zu bezahlen - und bereitet trotz aller Mühen größten Spass!

Yvonne Molek
Geschäftsführende Gesellschafterin
w&p Wilde & Partner
Public Relations GmbH

stellv. Vorsitzende des Bundesvorstands
FIM - Vereinigung für Frauen im Management e.V.

Des Weiteren lebt Wilde & Partner aktiv den Führungsstil „Mixed Leadership“ und „Frauen in Führungspositionen“.

Dazu hat die Geschäftsleitung Yvonne Molek unter anderem einen Vortrag bei der IHK München und bei FORUM für Unternehmerinnen und Gründerinnen e.V. gehalten.

EINLADUNG



Erfolgsfaktor Mixed Leadership

Instrumente für mehr Frauen in Führung

Die IHK für München und Oberbayern lädt Sie herzlich ein.

Wann: Dienstag, 18. November 2014,
14:30 – ca. 18:00 Uhr

Wo: IHK Akademie München
Orleansstraße 10-12
81669 München
Akademiesaal (A 401)

Die Praxis zeigt: Gemischte Teams an der Unternehmensspitze und damit mehr Frauen in Führungspositionen sind kreativer und bringen Unternehmen voran. Dennoch gibt es nach wie vor zu wenige Frauen in den Führungsetagen. Die Wirtschaft vergibt sich damit ganz klar Chancen und verzichtet auf wertvolle Talente. Das muss jedoch nicht sein. Unsere Kompaktveranstaltung „Erfolgsfaktor Mixed Leadership“ stellt praxisorientierte Instrumente vor, die Unternehmen nutzen können, um mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen.

Die Teilnahme ist kostenfrei.

Bitte melden Sie sich spätestens **bis zum 13. November 2014** verbindlich an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Programm:

14:30 Uhr Eintreffen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer,
Begrüßungskaffee

15:00 Uhr Begrüßung
Dr. Manfred Göbl
Stv. Hauptgeschäftsführer
IHK für München und Oberbayern

15:15 Uhr **Damit Frauen auf dem Weg nach oben nicht verloren gehen – Bestandsaufnahme und Ziele**
Prof. Jutta Rump
Institut für Beschäftigung und Employability (IBE)
der Hochschule Ludwigshafen am Rhein

15:45 Uhr **Instrumentenkasten: Mit Mixed Leadership an die Spitze**
Prof. Astrid Szebel-Habig
Prof. Rolf Ulrich Kaps
Institut für Management und Leadership
der Hochschule Aschaffenburg

16:15 Uhr **Was Unternehmen tun**
Deutsche Bundesbank
Karin Döhnel
Gleichstellungsbeauftragte der
Hauptverwaltung in Bayern
w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH
Yvonne Molek
Geschäftsführerin

16:45 Uhr **IHK-Mentoring-Programm proMIX**
Simone Schönfeld
Geschäftsführerin Cross Consult GbR

17:00 Uhr Imbiss und Networking



IHK
München und
Oberbayern

E I N L A D U N G
für Unternehmerinnen und Unternehmer

Zukunftssalon

**ANDERS
GEHT'S
BESSER!**



Eine Veranstaltung des
Forums für Unternehmerinnen
und Gründerinnen e.V. und
der Volksbank Ulm-Biberach eG

Sicherung der eigenen Zukunftsfähigkeit

Gründer, Freiberufler oder Unternehmer mit Führungsverantwortung haben eines gemeinsam: Sie müssen sich dem Wettbewerb und seinen Herausforderungen stellen. Antworten auf strategische sowie operative Fragen und erfolgreiche Lösungswege zeigen Ihnen die Zukunftsalons auf.

Thema des Abends am 11. November 2014

ANDERS GEHT'S BESSER!

„Sträfliche Vergeudung von Ressourcen, wirklichkeitsfremd und für den Wirtschaftsstandort Deutschland höchst blamabel“ – Yvonne Molek wird deutlich, wenn es um ihre Einschätzung zur aktuellen Rollenverteilung im Management deutscher Unternehmen angesichts der Herausforderungen beim demografischen Wandel geht. Beim Zukunftssalon tritt sie den Beweis an, dass es „anders besser“ geht. Die Unternehmerin hat ihre Agentur nach Strategien einer Fußballtrainerin als Team aufgebaut und dabei weibliche und männliche Spieler ausschließlich aufgrund ihrer jeweiligen Qualifikation und speziellen Neigungen aufgestellt. Die Bilanz ihrer Philosophie von „Mixed Leadership“ zwischen Frauen und Männer lässt sich sehen: Die von ihr geführte mittelständische Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations ist in ihrem Segment heute Marktführer in Europa. Yvonne Molek berichtet über den durchaus steinigen Weg, über Widerstände, unsichere Frauen und zweifelnde Männer, über Rituale und warum Life-Balance in einer sehr wettbewerbsintensiven Branche heute unverzichtbar ist. Und sie verrät, warum die von ihr geführte 40-köpfige Kommunikationsagentur nach Einschätzung der Bayerischen Staatsregierung in ihrer Größe „Bayerns familienfreundlichstes Unternehmen“ ist.

PROGRAMM

18:30 Uhr Einlass

19:00 Uhr Begrüßung durch Claudia Kastner, Doris Armbruster, Forum für Unternehmerinnen und Gründerinnen e. V. und Ralph P. Blankenberg, Sprecher des Vorstands der Volksbank Ulm-Biberach eG

19:15 Uhr **MIXED LEADERSHIP**

Als Geschäftsführende Gesellschafterin verantwortet Yvonne Molek die Geschicke einer der Top 50 Kommunikationsagenturen des Landes: w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH zählt seit 27 Jahren zu den führenden Kommunikations-Spezialisten im deutschsprachigen Europa. Die von ihr geführte 40-köpfige Agentur ist nach Einschätzung der Bayerischen Staatsregierung in ihrer Größe „Bayerns familienfreundlichstes Unternehmen“.

20:30 Uhr Diskussion und Ausklang

Die Veranstaltung findet statt am **11. November 2014** in der Volksbank Ulm-Biberach eG, Frauenstraße 60, 89073 Ulm.

Das Forum für Unternehmerinnen und Gründerinnen e.V. sowie die Volksbank Ulm-Biberach eG laden Sie zu dieser Informations- und Dialogveranstaltung herzlich ein!

Die Agentur unterstützt außerdem weiterhin Blinden- und Behindertenwerkstätten, bei denen Toilettenpapier, Küchentücher und Besen bezogen werden.

Darüber hinaus arbeitet die Agentur ausschließlich mit Lieferanten und Partnern, die im Sinne von Global Compact agieren.

Die Gesundheit und Sicherheit aller Mitarbeiter wird gewährleistet durch regelmäßige Unterweisungen, einen Erste-Hilfe-Schrank und Schreibtischstühle, die den gesundheitsrechtlichen Richtlinien entsprechen. 2014 wurden wieder sechs neue, moderne Schreibtischstühle für unsere Mitarbeiter besorgt.

Seit April 2014 haben wir eine Ersthelferin, die im Notfall sofort eingreifen und verletzten Mitarbeitern professionell Hilfe leisten kann.

Zur Messung der Ergebnisse kontrolliert das Head Office ständig die oben angegebenen Punkte.

3. COMMUNICATION ON PROGRESS 2015

3.1 Umweltschutz

Green Globe Zertifizierung 2015

Zertifizierung zum fünften Mal in Folge:

Die w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH konnte sich erneut die angesehene Nachhaltigkeitsauszeichnung durch Green Globe sichern. Damit jährt sich die Zertifizierung in der Kategorie Business bereits zum fünften Mal, so dass das Münchner Unternehmen künftig sogar über den Gold Status der Organisation verfügt. Wilde & Partner war im Jahr 2012 die erste PR-Agentur weltweit, die die Zertifizierung durch Green Globe erhielt.

„Ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen zählt insbesondere in der Tourismusbranche zu den absoluten Pflichteigenschaften eines verantwortungsvollen Unternehmens“, kommentiert Yvonne Molek, Geschäftsführende Gesellschafterin von Wilde & Partner. „Seit nunmehr fünf Jahren investieren wir laufend in die Entwicklung und Einhaltung höchster Umweltstandards. Die erneute Zertifizierung und die Aufnahme in den Gold Status bestätigt uns daher sehr.“

Green Globe prüft die Einhaltung der vordefinierten Nachhaltigkeitsstandards in regelmäßigen Abständen. Spezialisiert hat sich die Organisation insbesondere auf die Unternehmen der Reiseindustrie. Zu den Kategorien zählen unter anderem Hotel & Resort, Attraction, Golf Course, Cruise Ship oder Restaurant. Weitere Informationen zu Green Globe finden Interessenten unter www.greenglobe.com.

1. Erfüllung neuer Indikatoren

Wilde & Partner hat für den Desktop-Audit V1 6 2015 alle neuen Indikatoren bearbeitet und in die Software (Excel) eingetragen, soweit die Anforderungen für die Agentur zutreffend gewesen sind.

2. Neue und fortlaufende Maßnahmen

Im Rahmen der Reisekostenabrechnung wurde 2012 erstmalig eine Jahresübersicht der CO₂ Emissionen erfasst. Diese dient bis heute als Grundlage zur stetigen Verbesserung der Reiseaufwendungen. Somit konnte 2014 ein zweiter Vergleich durchgeführt werden.

29.089,32 kg CO₂ wurden von Juli 2013 bis Juli 2014 verbraucht. Im Vergleich dazu liegt die Agentur-Statistik im Jahr 2014/15 von Juli 2014 bis Juli 2015 bei 35.325,5 kg CO₂. Das sind rund 21,44 % (6.236,18 CO₂) mehr: Der Grund dafür ist einfach zu belegen: Es wurden von der Agentur fast doppelt so viele Geschäftsreisen durchgeführt, da die Agentur eine höhere Anzahl von Kunden, die nicht in München ansässig sind, im Portfolio hat und somit den Kundenstamm erweitern konnte. Die Anzahl der Mitarbeiter ist dadurch ebenfalls gestiegen.

- Weitere Nutzung des reinen Naturstromanbieters www.lichtblick.de
- Ständige interne Kontrolle mit Hinweis auf die strikte Mülltrennung innerhalb der Agentur, sowohl in den Büroräumlichkeiten als auch in der Teeküche; Größere Entsorgungsaktionen im nahegelegenen Wertstoffhof.
- Informationsaustausch mit Agentur-Mitarbeiter im wöchentlichen Agentur jour fixe zum Thema „Nachhaltiges Office Management“ mit Erfolgskontrolle durch die Task Force „Green Globe.“ Information an die Praktikanten und Werkstudenten die nur zeitlich begrenzt in der Agentur tätig sind.
- Stetige Verbesserung und Integration der Zusammenarbeit mit nachhaltig arbeitenden Partnern und Lieferanten, wie z.B. Social Sense (Catering-Service, den die Agentur für Veranstaltungen nutzt). (<http://social-sense.de/index.php/gaumen-freunde.html>).
- Stetige Umstellung von Printmedien auf Online-Medien und Apps, z.B. touristische Fachpresse und Tageszeitungen, wie z.B. Kündigung des langjährigen Abos bei der Süddeutschen Zeitung.
- Im Mai 2015 wurde der Fuhrpark der Agentur nochmals reduziert. Derzeit sind zwei Firmenautos im Einsatz: AUDI Q 5 3,0 TDI, 156mg/pro km CO₂ Ausstoß, sowie CITROEN DS3, 94 mg/pro km CO₂ Ausstoß. Die Agentur-Geschäftsführerin unterhält seit acht Jahren keinen eigenen PKW, sondern nutzt ausschließlich die öffentlichen Verkehrsmittel.
- Agentur-Mitarbeiter, die einen PKW benötigen, wählen beruflich und auch privat CarSharing Angebote, dabei werden Modelle mit Hybrid Antrieb immer bevorzugt.
- In der Teeküche besteht für Mitarbeiter die Möglichkeit Gerichte aufzuwärmen. Um Verpackungsmaterial einzudämmen, werden ausschließlich wieder verwendbare Behältnisse genutzt (z.B. Tupperware, Glasbehälter etc.).
- Bei der Restaurant-Auswahl für Geschäftsessen und Mittagspausen wird Wert darauf gelegt, dass dort jeweils Produkte von Anbietern aus der Region bevorzugt werden.
- Die Restaurants und Geschäfte liegen alle in unmittelbarer Nähe der Agentur, somit kann die Bewirtung für Besprechungen auch zu Fuß geliefert oder abgeholt werden. Die Agentur nutzt dafür keinen Fahrdienst.
- Für die Konferenzraumbewirtung werden ausschließlich Getränke in Glas-Pfandflaschen angeboten.

- Wöchentlicher „Wilde Lauftreff“. Anstatt mit Medienvertretern einen Jour fixe bzw. generelle Treffen in einem Lokal abzuhalten, wurde ein Lauftreffen organisiert. Meist sind vier bis sechs Agentur-Mitarbeiter und bis zu vier Medienvertreter bei dem wöchentlichen Acht-Kilometerlauf dabei.
- Besen, Handbesen, Spültücher aus Baumwolle sowie Toilettenbürsten werden ausschließlich von Blindenwerkstätten bezogen.
- In der Agentur werden Baumwollgeschirrtücher den gängigen Papiertüchern vorgezogen.
- Die Haupt-Lichtschalter in den Agentur-Räumen wurden vermehrt mit einem Umweltzeichen gekennzeichnet.
- Die Mitarbeiter beteiligen sich laufend mit Bücherspenden an dem Lese-Projekt KonText der Hochschule München für straffällige Jugendliche. Hier wurde eine Bibliothek aus gebrauchten Büchern sehr erfolgreich aufgebaut und mittlerweile wurde dieses Projekt auch ausgezeichnet und hat für große Aufmerksamkeit gesorgt.

3. Verbesserungen hinsichtlich Energie-, Wasser- und Müllverbrauch

- Turnusmäßiger Austausch von weiteren PCs und Flachbildschirmen nach Green IT Kriterien.
- Für Kunden und Mitarbeiter steht eine energiefreundliche Kaffeemaschine zur Verfügung, die sämtliche Heißgetränke anbietet. Dadurch wird bei „To-Go Produkten“ der produzierte Plastik/Papiermüll reduziert. Die Kaffeemaschine schaltet in kurzer Zeit automatisch in den Stand-by-Modus.
- Die Spülmaschine wurde kürzlich gegen ein Niedrig-Energie-Effizienz-Klassen-Modell ausgetauscht und schaltet sich nach dem Spülgang automatisch aus.

4. Nachhaltige Philosophie auch bei den Agentur-Kunden

- Agentur-Kunde „Ras Al Khaimah Tourism Development Authority“ (TDA), hat die AWARE Foundation ins Leben gerufen, unter deren Dach sich Hotels und Tourismuseinrichtungen der Region zusammenschlossen, um groß angelegte Umweltkampagnen durchzuführen.
- Agentur-Kunde Sani Resort bietet einen Eco Day an: Es geht hier um Wahrung der Umwelt und Ressourcen und den Fokus auf Regionalität. (http://www.sani-resort.com/en_GB/sani-eco-days)

- Agentur-Kunde Raffles Praslin: Als Öko-Ranger auf der Insel: Mit dem neuen Programm „Ranger for a day“ bietet das Luxusresort Raffles Praslin Seychelles Urlaubern die Gelegenheit, sich aktiv für den Umweltschutz im Indischen Ozean einzusetzen.
- Agentur-Kunde Travel Charme Bergresort Werfenweng, bietet gemeinsam mit der Ortschaft Werfenweng „Sanfte Mobilität“ für die Gäste: Werfenweng als Vorreiter für umweltfreundliches Reisen: Für eine Mobilitätsgarantie vor Ort ist natürlich gesorgt, mit Elektrofahrzeugen, Pferdekutschen und umweltfreundlichen Leihautos.
- Agentur-Kunde Badrutt's Palace bietet zwei Elektro-Tanksäulen in der Hotelgarage an.
- Agentur-Kunde Fairmont Hotels & Resorts: ist dem Umweltschutz und der Nachhaltigkeit tief verpflichtet, die Hotelgruppe setzt sich mit Nachdruck dafür ein, die Auswirkungen des Hotelbetriebs auf die jeweilige Umgebung so gering wie möglich zu halten. Aktuell ist im Rahmen des WWF-Klimaschutzprogramms das gesetzte Ziel erreicht und der CO₂ Ausstoß um die angestrebte Menge reduziert - als erstes Beherbergungsunternehmen der Welt.
- Agentur-Kunde Derag Livinghotels bauen ihren Service aus: In allen deutschen Häusern mit eigener Garage stehen Gästen jeweils zwei Ladeboxen für Elektrofahrzeuge zur Verfügung. Während ihres Aufenthalts haben eAuto-Besitzer damit die Möglichkeit, ihre Fahrzeuge mit Hybrid- oder batteriegestütztem Elektroantrieb in der Tiefgarage unkompliziert und kostenfrei mit Strom aus erneuerbaren Energien aufzuladen.

Green Globe Ausblick 2016

1. Wechsel zu einer klimaneutralen Website (Hosting).
2. Neuer Server/neues Konzept.
3. Erweiterte Kennzeichnung zur Vermeidung von unnötigem Gebrauch von wertvollen Ressourcen an den Lichtschaltern und Wasserhähnen.
4. Weiterer Verzicht auf Komplett-Klimaanlage im Büro.

Seit dem Jahre 2009 hat das Interesse von Wilde & Partner hinsichtlich der kontinuierlichen Verbesserung im nachhaltigen Verhalten an Wertschätzung nicht verloren. Verstärkt leistet die Agentur ihren täglichen Beitrag zum Schutz der allgemeinen Ressourcen zu leisten.

Auch 2015 werden alle seit 2010 begonnenen Maßnahmen kontinuierlich eingehalten und erweitert.

Wilde & Partner betreibt bewusst und aktiv eine nachhaltige Umweltpolitik, die sowohl im gemeinsamen Agenturalltag gelebt wird, als auch nach außen in Bezug auf die Agentur-Kunden, Geschäftspartner und Medienvertreter zum Ausdruck gebracht wird. Die Agentur-Philosophie besteht darin, nicht nur das obligatorische Pensum an umweltfreundlichen Maßnahmen zu erfüllen, sondern das „grüne“ Zertifikat zu erhalten. Die Agentur verpflichtet sich zur kontinuierlichen Verbesserung der Umwelt, Durchführen neuer Maßnahmen, stets innovative Ideen nachhaltige Lösungen zu finden, um somit das Agenturkonzept und die Agentur-Philosophie stets zu verbessern. Die Agentur sieht sich darüber hinaus als Role Model für Kunden und Partner und möchte hauptsächlich den Mitarbeitern diese Rolle vorleben.

Reisebuchungen über MeinFernbus / CO₂-Ausgleich durch atmosfair

Der Fernbus ist grundsätzlich ein umweltfreundliches Verkehrsmittel. Wir sind darauf bedacht, dass unsere Mitarbeiter, mit dem Fernbus reisen. Hier buchen wir über MeinFernbus, da dieser Anbieter mit atmosfair, einer gemeinnützigen Klimaschutzorganisation, zusammenarbeitet. Wir zahlen bei jeder Buchung einen kleinen Klimaschutzbeitrag, der in Klimaschutzprojekte mit erneuerbaren Energien oder Energieeffizienzprojekte in Entwicklungsländern investiert wird, z.B. Windkraft, Wasserkraft, Biomasseverstromung, Biogas und effiziente Öfen.

Atmosfair ist eine gemeinnützige Klimaschutzorganisation, die national sowie international eine führende Rolle einnimmt. Alle atmosfair Klimaschutzprojekte sind nach CDM Gold Standard, dem höchsten Standard weltweit, zertifiziert und müssen zusätzlich vom atmosfair-Beirat "Umweltintegrität" genehmigt werden.

Der Klimaschutzbeitrag sorgt dafür, dass in diesen Projekten eine der Busfahrt entsprechende Menge CO₂ wieder eingespart wird.

Die Klimaschutzprojekte von atmosfair sparen nicht nur nachweislich CO₂-Emissionen ein, sie haben auch konkrete Vorteile für die Menschen vor Ort, z.B. Reduzierung der Lebenshaltungskosten, weniger Atemwegserkrankungen, Bekämpfung von Abholzung und Schaffung von dauerhaften Arbeitsplätzen.

Die Einsparung der CO₂-Emissionen und die zusätzlichen lokalen Vorteile werden regelmäßig vor Ort von externen, haftenden UN-akkreditierten Prüforganisationen kontrolliert und zertifiziert.

Beispielprojekte in Entwicklungsländern:



Effiziente Kocher sparen Brennholz zum Beispiel in Lesotho, Nigeria und Ruanda.



Kleinwasserkraftwerk in Honduras.



Bau einer Biogasanlage in Kenia



Überprüfung der CO₂-Einsparungen im Sunderbans-Projekt in Indien

3.2 Menschenrechte

Wilde & Partner hat sich im Jahr 2015 ganz besonders für das Thema Flüchtlingshilfe eingesetzt. Mitarbeiterinnen der Agentur haben mit tatkräftigem Einsatz die Diakonia München unterstützt. Im August und September wurden hier innerhalb der Agentur Kleider- und Sachspenden gesammelt. Die Geschäftsführerin Yvonne Molek hat in diesem Rahmen eine ehrenamtliche Arbeit vor Ort geleistet und dort unter anderem Kleiderspenden sortiert.

Der Agenturkunde VIR (Verband Internet Reisevertrieb e.V.) hat außerdem eine Weihnachtsaktion für Flüchtlinge initiiert, bei der Weihnachtsgeschenke mit Hygieneartikeln, Kleidung und Spielzeug verschenkt werden. Einige Mitarbeiter von Wilde & Partner haben hier eine große Sammelbestellung auf Amazon getätigt, um dieses Projekt zu unterstützen.

Für die Flüchtlinge aus Eritrea wurde ebenfalls eine Kleidersammlung durchgeführt, sowie eine Spende eines Computers und Bildschirms an ein Flüchtlingsheim getätigt. Die Geschäftsführerin nahm an einem Informationsabend teil, bei dem der Buchautor Zekarias Kebrab seine Flucht aus Eritrea und die damit verbundenen Erlebnisse schilderte. Sie hat dort ersten Kontakt mit ihm aufgenommen und ist für das Sponsoring und die Mit-Initiierung seines Besuches verantwortlich.

<http://www.amazon.de/Hoffnung-Herzen-Freiheit-Sinn-Aufgeschrieben/dp/340460167X>

Des Weiteren hat die Agentur den 20-jährigen Volkan, derzeit im entwicklungspolitischen Freiwilligenjahr in Namibia tätig, bei einem Schulprojekt unterstützt, bei dem Kinder und Jugendliche, die sich den Besuch einer staatlichen Schule aus finanziellen Gründen nicht leisten können, in Mathematik und Englisch unterrichtet werden. Die Mitarbeiter von Wilde & Partner haben Schreib- und Büromaterial, Kleidung und auch Spielzeug gespendet.

Yvonne Molek unterstützt das Tanzprojekt des Vereins MitSprache, indem sie durch ein Sponsoring zwei jugendlichen Afrikanerinnen ermöglicht, bei einer Tanzausbildung in den Schulferien teilzunehmen.

Über mehrere Monate hinweg wurde eine große Spendenaktion für das Projekt KonText der Münchner Fachhochschule durchgeführt, bei der die Mitarbeiter Bücher in verschiedenen Sprachen spendeten. Diese werden im Rahmen des Projektes für Lesegruppen und die Errichtung einer Bibliothek für straffällige Jugendliche verwendet, die sich in der Jugendarrestanstalt München befinden. Mittlerweile wurde dieses Projekt auch ausgezeichnet und hat für große Aufmerksamkeit gesorgt.

Zwei Mitarbeiter von Wilde & Partner sind schon seit längerem aktive Mitglieder der DKMS (Deutsche Knochenmark-Spender Datei). 2015 wurde darüber intern eine Präsentation gehalten, was viele weitere Kollegen dazu bewegt hat, sich zur grundsätzlichen Bereitschaft für eine Stammzellenspende zu registrieren. Der Kollege Mario Arnold wurde als geeigneter Spender für einen männlichen Leukämie-Patienten aus den USA identifiziert. Er erklärte sich bereit, in einem zweitägigen Klinikaufenthalt in Berlin peripher Stammzellen zu spenden. Wie die Agentur einige Monate später erfahren hat, hat der Leukämie-Patient die Stammzellentransplantation gut überstanden und ist auf dem Weg der Genesung. Sobald die vorgeschriebene Anonymitätsfrist verstrichen ist, möchte Mario Arnold Kontakt zu seinem „Stammzellen-Zwilling“ aufnehmen.

Die Agentur unterstützt außerdem weiterhin Blinden- und Behindertenwerkstätten, von denen Toilettenpapier, Küchentücher und Besen bezogen werden.

Das Catering für unsere Firmenevents wird fortlaufend von Social Sense durchgeführt. Folgende Berichterstattung hat dazu stattgefunden:

■ SOCIAL SENSE GEMEINNÜTZIGE GMBH

ARBEIT UND AUSBILDUNG FÜR FRAUEN, DIE ES SCHWER HABEN

dem allgemeinen Arbeitsmarkt behaupten zu können, einen ersten Schritt ins Berufsleben. Mithilfe eines Praktikums, das auf die individuellen Bedürfnisse der Bewerber soweit wie möglich eingeht, lernen sie die Herausforderungen des beruflichen Alltags in ihrem Tempo zu meistern. Wir trainieren ihre beruflichen Kompetenzen und stärken so ihr Selbstwertgefühl. Die Frauen werden ermutigt, eine Zukunftsperspektive zu entwickeln und ihr Leben selbstbewusst und eigenverantwortlich in die Hand zu nehmen. Und das Angebot kommt gut an: Waren es im Anfangsjahr 2012 noch 28 Frauen und Männer, denen wie ein Praktikum vermitteln konnten, sind es 2013 bereits 33 und 2014 schon 53 gewesen.

Mentoringprojekt

Zum 30.11.2014 musste das Mentoring-Projekt beendet werden. Trotz intensiver Arbeit und laufenden Anpassungen des Konzepts ist es nicht in ausreichendem Maße gelungen, die Idee des Mentorings für leistungseingeschränkte Menschen bzw. Langzeitarbeitslose in Unternehmen zu etablieren. Schwierig gestaltete sich das Matching zwischen den Anforderungen der Unternehmen und den Möglichkeiten der Mentees. Mangel an Zeit und an genügend Mitarbeitern war ein häufig genannter Grund für die 163 kontaktierten Unternehmen, weshalb sie sich nicht auf die angebotenen Mentoren-Schulungen einlassen wollten. Erst als die Mitarbeiterinnen der Social Sense selbst die Aufgaben des Mentors übernommen hatten, konnten zwei Mentees binnen kürzester Zeit mit ihrer Unterstützung eine Arbeit finden. Für den Europäischen Sozialfonds (ESF) und das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Soziales, die dankenswerterweise das Projekt weitgehend finanziell ermöglicht hatten, kam dieser erste Erfolg zu spät.

„Wir bedauern das vorzeitige Projektenende, sind aber weiterhin von der Idee, der Notwendigkeit und dem Bedarf des Mentorings überzeugt“, so Projektleiterin Stefanie Wengel. „Heutzutage haben es

„Menschen mit Lebenslauf“ in unserer Leistungsgesellschaft sehr schwer, ihre Stärken wieder zu wecken und einzusetzen. Gleichzeitig produziert ebendiese Leistungsgesellschaft immer mehr Menschen, die dem Druck nicht mehr gewachsen sind und deshalb aus dem System fallen“.

Für uns heißt das: Das Ziel des Projekts bleibt bestehen, nach einem anderen Weg wird gesucht, wobei die Erfahrungen, die man in den fast eineinhalb Jahren sammeln konnte, eine gute Grundlage für neue Ideen bilden.

Gaumen Freunde



Auch im Jahr 2014 konnten die Gaumen Freunde ihren Umsatz steigern. In der Café- und Suppenbar in Thalkirchen sowie im Stehcafé des Kinderkram-Ladens in Sendling stabilisierten sich die Umsätze der Gaumen Freunde auf einem guten Niveau. Beide Standorte werden täglich mit jeweils 30 Mahlzeiten beliefert. Ein deutlicher Zuwachs konnte im Bereich des Caterings für Kindertagesstätten verzeichnet werden: Neun Kinderkrippen, sieben Kindergärten, sieben Mittagsbetreuungen und Horte sowie zwei Wohngruppen wurden täglich mit ca. 600 Essen versorgt. Jeden Mittwoch werden zusätzlich 30 Mittagessen für den SkF-Mittwochstisch ausgeliefert. Eine enorme Steigerung konnten die Gaumen Freunde im letzten Jahr beim Catering für Veranstaltungen verzeichnen: Insgesamt 120 Catering-Einsätze, bei denen bis zu 300 Personen verköstigt wurden, hat das Team gestemmt. Besonders freuten wir uns über viele Neukunden wie z.B. die State Street Bank, die DEKRA GmbH, die Katholische Stiftungsfachhochschule München, die ASM Assembly Systems

SOCIAL SENSE GEMEINNÜTZIGE GMBH

ARBEIT UND AUSBILDUNG FÜR FRAUEN, DIE ES SCHWER HABEN

GmbH & Co. KG, die Maiwald Patentanwalts GmbH, den BRK-Kreisverband München, das Erzbischöfliche Ordinariat, die w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH und die ART-CON Steuerberatungsgesellschaft mbH.

Durch die vielen neuen Aufträge konnte eine weitere Stelle für einen schwerbehinderten Mitarbeiter in unserem Betrieb geschaffen werden.

picobella



Bereits 2013 hatte picobella die Anerkennung als Schwerpunktbetrieb für die Abschlussprüfung zur Dienstleistungshelferin Hauswirtschaft erhalten. Somit konnte im letzten Jahr bereits eine Auszubildende hier ihre Prüfung absolvieren – und das mit Erfolg! Auch für 2015 hat sich eines unserer Mädchen für die Prüfung im Schwerpunkt Wäscherei angemeldet.

kinderkram



Der kinderkrum-Laden hat mittlerweile einen großen Kreis an Stammkunden und ist zu einer festen Größe im Stadtteilleben in Sendling geworden. Zu den Kunden zählen sowohl junge Familien wie auch Menschen, die in der Nähe arbeiten oder zur Schule gehen und ihre Mittagspause im Stehcafé verbringen.

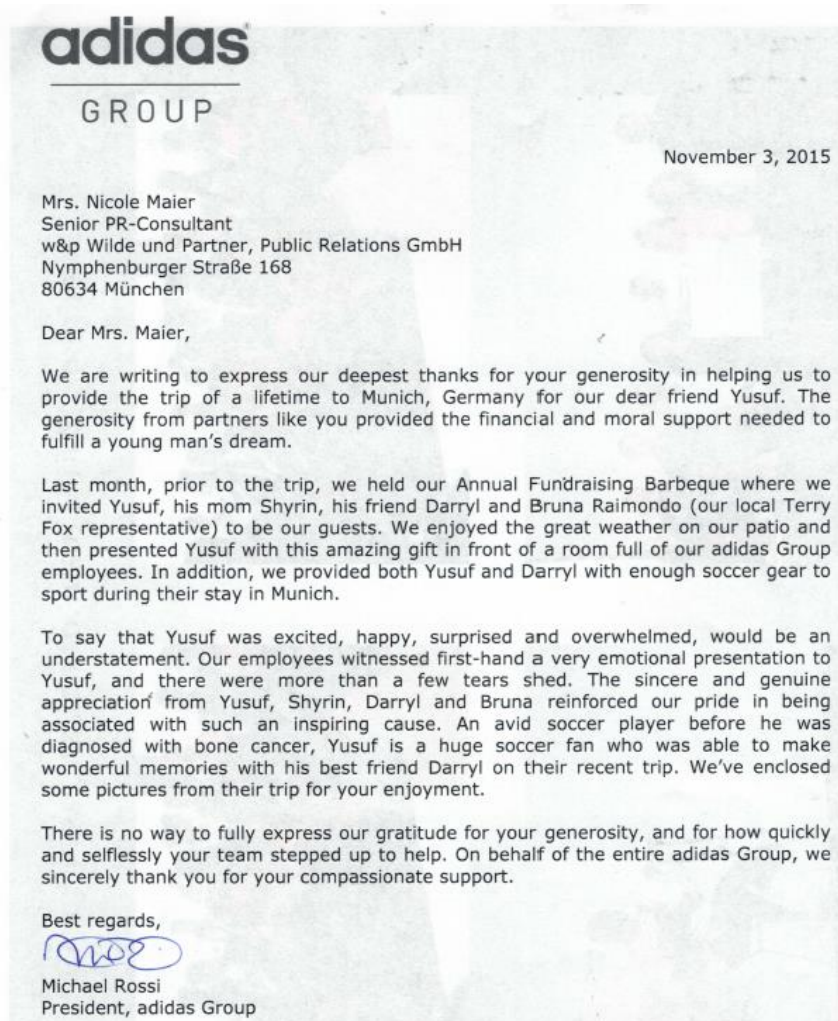
Die Kundenbindung glückt durch die hohe Serviceorientierung des gesamten Teams und die gute Qualität der Ware. Durch die hochwertigen Spenden werden immer mehr Kunden auf den Laden aufmerksam und kommen dank der angenehmen und freundlichen Atmosphäre im Laden wieder.

Es finden regelmäßig Kooperationen mit stadtbekannten und vor allem stadtteilinternen Kinder-Flohmärkten statt. Hier wird eine große Menge an Kleidung, Büchern, Spielen, Babyausstattung und Kinder-Sportartikeln akquiriert. Die Präsenz bei den Flohmärkten hat einen doppelten Nutzen: Der kinderkrum-Laden kann dort die nicht verkauften Waren als Sachspenden akquirieren und zum anderen für den Laden bei der Hauptzielgruppe persönlich werben. Auch in den einschlägigen Printmedien wird mittlerweile über Anzeigen auf den kinderkrum-Laden regelmäßig aufmerksam gemacht. Zusätzlich finden Aktionen wie zum Beispiel Kinderschminken statt. Im Stehcafé werden kulinarische Extras angeboten wie frisch gebackene Waffeln oder Bärenkekse. Außerdem gibt es regelmäßig attraktive Sonder-Rabatte für bestimmte Artikel. Die Umsätze haben sich seit der Eröffnung kontinuierlich und deutlich gesteigert, was den Mädchen und Frauen des Beschäftigungsprojektes zu Gute kommt, die im Laden ein ausgezeichnetes Übungsfeld haben, um sich und ihre Fähigkeiten zu erproben.

Wir danken allen Spendern, Förderern und Privatleuten, die die Social Sense im vergangenen Jahr unterstützt haben:

- dem Europäischen Sozialfonds
- der State Street Bank
- der Auerbach Stiftung
- der Stiftung Mixed Leadership
- Telefonica
- der SWM-Bildungsstiftung
- der Hubertus Beck Stiftung
- der Castringius Stiftung
- der Liga Stiftung
- der Sparda Bank
- dem Zonta Club Fünf-Seen-Land

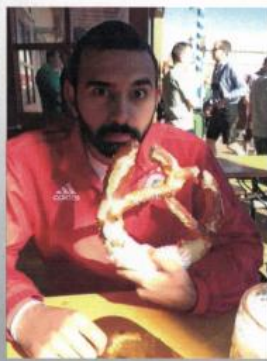
Der Agenturkunde FRHI Hotels & Resorts mit Sitz in Toronto, Kanada, arbeitet seit vielen Jahren mit der Marke Adidas zusammen. Über FRHI erreichte uns von Michael Rossi, Präsident Adidas Canada, eine Bitte um Unterstützung. Es ging um ein Projekt mit der Terry Fox Foundation, einer Stiftung für Kinder und Jugendliche mit Knochenkrebs. Der 19-jährige Yusuf Hurji gehört zu den Personen, deren Kampf gegen den Krebs seit Jahren von der Stiftung unterstützt werden. In diesem Jahr entschied sich Yusuf allerdings aus persönlichen Gründen, sich keinen weiteren Behandlungen zu unterziehen. Er erstellte eine sogenannte „Bucket List“ mit Dingen, die er gerne noch erleben würde. Eine seiner größten Leidenschaften ist der Fußball und der FC Bayern München sein internationaler Lieblingsverein. Daher plante die Terry Fox Foundation gemeinsam mit Partnern wie Adidas und Air Canada als Überraschung für Yusuf eine Reise zum Spiel des FC Bayern München gegen den FC Borussia Dortmund in München. Eine der Herausforderungen war die Organisation eines Hotelzimmers für vier Nächte für Yusuf und seinen Freund, da in diesem Zeitraum gerade das Oktoberfest stattfand und die Hotelzimmer in München nahezu ausgebucht waren. Gemeinsam mit unserem Münchner Kunden Geisel Privathotels einigten wir uns darauf, die Kosten in Höhe von 1.000 Euro zu teilen und damit einen Beitrag für dieses Projekt zu leisten. Der Agentur wurde 2015 für dieses Projekt das Qualitätssiegel des Unternehmen für die Region e.V. verliehen.



adidas Group Presentation to Yusuf Hirji September 2, 2015



"TRIP OF A LIFETIME" September 30 – October 5, 2015



I really can't thank you guys enough for the experience of a lifetime. Everything was thought out so well and planned so perfectly I didn't have to worry about anything except enjoying myself! (Which I did A LOT) I was able to go to Oktoberfest, down the street to view the historical buildings in the middle of down town. I also got to take the hop on hop off bus tour around the city to see the BMW museum, the Nuremburg palace and much more!

The game was not just a highlight of my trip but probably the best evening of my life! I was going to take lots of pictures but ended up getting lost in the moment and practicing my German with the crowd!

I can't thank you guys enough it was really the trip of a lifetime.

Thanks so much!

Yusuf

adidas Group Canada Marks Terry Fox 35th Anniversary with a Trip of a Lifetime for Brave Foundation Ambassador

Main Channel

Publishing Date

30.09.2015

In 1980, after being diagnosed with cancer at age 18, a brave young Canadian named Terry Fox humbly set out to run across Canada, and raise \$1 for every Canadian to help fund cancer research. His determination captured a nation, and has since inspired the establishment of The Terry Fox Foundation, which has since raised over \$650 million globally for cancer research. On the eve of the 35th Anniversary of Terry's Marathon of Hope, the reach of this Canadian hero continues to be felt around the world, and through the adidas Group.

As Terry set out on his cross-Canada Marathon of Hope, he reached out to adidas Canada to request shoes for his journey, a request our company gladly supported. A relationship that started those 35 years ago has continued to grow, with the adidas Group raising over \$563,000 over the past nine years for The Terry Fox Foundation. During this time, we've also had the privilege of working with many of their incredible ambassadors to promote awareness in Canada, one of whom touched us deeply over the past 12 months.

Last year, adidas Group Canada first met a courageous 19 year old young man named Yusuf Hirji, when he spoke at our annual employee fundraising barbeque. Yusuf's story immediately connected with our employees.

In the summer of 2012, at just 16 years old and working toward a soccer scholarship, Yusuf was diagnosed with osteosarcoma, a tumor in his left leg just above the knee. Facing the same cancer Terry Fox was diagnosed with in 1977, the direction of Yusuf's life was immediately altered. Yusuf became the first cancer patient at The Hospital for Sick Children (in Toronto) to volunteer for a pilot "backpack" project which allowed him to complete some of his treatments as an outpatient, minimizing stays at the hospital. He also became a mentor to a fellow teenager who was recently diagnosed with cancer, less than three months after his own diagnosis. In October 2012, Sick Kid's surgeons performed a complex surgery to remove the tumor, and at that time were able to save his leg. On March 25th, 2014, Yusuf completed his chemotherapy treatment schedule and was in remission.

In June 2015, Yusuf underwent emergency back surgery after suddenly losing feeling in his abdomen and legs. It was then that a lesion was discovered on his spine and he learned his cancer was back. Due to a stubborn fever, chemotherapy had to be postponed and it was further discovered that Yusuf had an infection which was traced to an abscess in his leg. His surgeons determined that another surgery and recovery time were not favorable for him, and had to amputate his leg.

Yusuf was doing as well as could be expected under the circumstances; his spirits were up and he tried to find the positives in the situation, like less medication and less likelihood of blood clots.

Just two months later however, with the support of his family, Yusuf made the very brave decision to end his treatments and make the best of the time he has left. He shared that he has about 12-18 months to live, and he is determined to live it to the fullest. He is quickly checking items off his "bucket list" with a recent sky diving experience, taking in a Toronto FC Soccer game and travelling to California with his parents.

Though saddened by the news, our Canadian employees were inspired by Yusuf's courage and spirit, and decided to add an unforgettable adidas Group

experience to his list. As a huge soccer and adidas fan, we are sending him to Europe to see a Bayern Munich match in October. Thanks to the generosity and compassion of great partners like Air Canada, Fairmont Hotels, Wilde



& Partner Public Relations, and Exceptional Limousine Service, Yusuf will travel in style to and from the match, and will be hosted by our Global counterparts while in Munich to ensure he has a great European soccer experience.

Yusuf's courage, positive attitude and energy are an inspiration to us all, helping to energize our fundraising efforts for the 35th Anniversary and beyond. And the special connection he built with his friends at the adidas Group is a reminder of how fortunate we are to help people fulfill their potential each day. Yusuf initially indicated that as long as he was well enough, he wanted to continue to share his message and the need to help others. However, he has since decided that his most recent speech at our offices on September 2 will be his last. We are grateful for his time with us, and proud to be associated with wonderful people like Yusuf and the wonderful volunteers and supporters of The Terry Fox Foundation.

For more information on The Terry Fox Foundation and how to support the Terry Fox Run in your community, please visit www.terryfox.org.

3.3 Arbeitsnormen

Wilde & Partner ist seit 2015 Mitglied bei:

- „Familienpakt Bayern“ - eine Initiative des Freistaates Bayern die Vereinbarkeit in Familie und Beruf kontinuierlich zu verbessern.
- AK „Frauen in der Wirtschaft“ der IHK München und Oberbayern
- Unternehmens-Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ - ein Unternehmensprogramm des Bundesfamilienministeriums

Im Februar 2015 hat Yvonne Molek an dem IHK Workshop „Vom ehrbaren Kaufmann zur verbindlichen Corporate Social Responsibility“ teilgenommen.

Im Rahmen einer breit angelegten Studie zur Flexibilisierung der Arbeitswelt (FlexA) des Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege beteiligte sich die Agentur im September 2015 bereits ein zweites Mal an Mitarbeiterbefragungen, deren Ergebnisse konsequent intern umgesetzt wurden.

Seit Januar 2015 wird ein Maßnahmenkatalog erarbeitet, der kontinuierlich im Sinne der Mitarbeiterzufriedenheit umgesetzt wird.



Seit 2014 investiert die Agentur in eine individuelle Altersvorsorge für alle Mitarbeiter, die länger als zwei Jahre bei Wilde & Partner arbeiten. Im November 2015 wurde dazu ein Informationstag organisiert, um den Mitarbeitern die wichtigsten Informationen und Vorteile dieser Altersvorsorge mitzuteilen.

Die Gesundheit und Sicherheit aller Mitarbeiter wird gewährleistet durch regelmäßige Unterweisungen, einen Erste-Hilfe-Schrank und Schreibtischstühle, die den gesundheitsrechtlichen Richtlinien entsprechen. 2015 wurden wieder neue, moderne Schreibtischstühle für unsere Mitarbeiter besorgt.

3.4 Korruptionsbekämpfung

Wilde & Partner lehnt weiterhin ausdrücklich die Zusammenarbeit mit korrupten Unternehmen (z.B. Unternehmen, die Kinderarbeit praktizieren oder Unternehmen, die in Niedriglohnländern produzieren) ab. Die Agentur arbeitet ausschließlich mit Partnern zusammen, die das gleiche Unternehmensleitbild wie Wilde & Partner praktizieren.

Die Agentur-Mitarbeiter sind außerdem darauf bedacht, keine Geschenke von Kunden anzunehmen. Spezielle Mitarbeiterrabatte und -konditionen, vor allem für Hotelübernachtungen bei Kunden, dürfen nur in Ausnahmefällen und nach Absprache mit der Geschäftsleitung angenommen werden.