



Corporate Social Responsibility

Selbsterklärung nach DIN ISO 26000

1. Fassung

zebra | group GmbH

Kaßbergstr. 35 | 09112 Chemnitz

Telefon: (0371) 5 39 17-0

E-Mail: chemnitz@zebra.de | zebra.de

Mindbox GmbH

Werner-Hartmann-Str. 5 | 01099 Dresden

Telefon: (0351) 888 27-0

E-Mail: willkommen@mindbox.de | mindbox.de

Inhaltsverzeichnis

WER WIR SIND. - WORAN WIR GLAUBEN. - WOFÜR WIR STEHEN.....	3
Einleitung.....	3
SIEBEN GRUNDSÄTZE DER CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	4
1. Rechenschaftspflicht.....	4
1.1. Glaubwürdigkeit.....	4
1.2. Nachhaltige Geschäftspraktiken	4
1.3. Soziales Engagement vor Ort.....	5
1.4. Internationales Engagement	5
1.5. Kundenkommunikation	6
1.6. Partnerschaften und Zusammenarbeit.....	7
1.7. Unterstützung der Kommune.....	9
2. Transparenz	11
2.1. Kundenauswahl.....	11
2.2. Marketingkampagnen.....	11
2.3. Arbeitspraktiken.....	12
2.4. Umweltfreundliche Initiativen	14
3. Ethisches Verhalten	16
3.1. Ehrlichkeit in der Kommunikation	16
3.2. Gerechte Behandlung von Mitarbeitenden	17
3.3. Einhaltung von Standards	17
3.4. Verantwortungsvolle Kommunikationsinhalte	17
4. Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen.....	18
4.1. Kunden.....	18
4.2. Mitarbeitende	19
4.2.1. Gesundheitsmanagement für unsere Mitarbeitenden.....	19
4.2.2. Mentale Gesundheitsförderung der Mitarbeitenden.....	20
4.3. Dienstleistende, Lieferanten und Partner:innen	21
4.4. Öffentlichkeit.....	21
5. Achtung der Rechtsstaatlichkeit	22
6. Achtung internationaler Verhaltensstandards.....	23
7. Achtung der Menschenrechte	23
ANHANG: RECHENSCHAFTSBERICHT 2023	24

Wer wir sind. - Woran wir glauben. - Wofür wir stehen.

Einleitung

Die **zebra | group GmbH** gehört mit der Online-Marketing-Tochter **Mindbox GmbH** zu Deutschlands führenden Kommunikationsagenturen und steht für „digital-reale“ Markenführung. In Chemnitz und Dresden entwickeln wir crossmediale Lösungen in den Bereichen Marketingstrategie, Kreation und Umsetzung von On- und Offlinekampagnen sowie deren Vermarktung in digitalen Kanälen und relevanten Touchpoints.

Als **Agenturgruppe** übernehmen wir eine maßgebliche Rolle in der Gesellschaft, indem wir aktuelle Trends identifizieren und für unsere Kunden nutzbar machen. Als multifunktionales Sprachrohr agieren wir als Vermittler zwischen den Entwicklungen der Zeit und den Bedürfnissen unserer Auftraggeber sowie den Bedürfnissen deren Kunden. Dieser Funktion verpflichtet, wollen wir als Agenturgruppe, eine Vorbildfunktion erfüllen. Wir sind uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und wollen diese sowohl in unseren eigenen Handlungen als auch in der Kommunikation und Zusammenarbeit mit Kunden und der Öffentlichkeit übernehmen.

Als inhabergeführte Gruppe verstehen wir Nachhaltigkeit nicht als Trend, sondern als essenziellen Bestandteil unserer **Unternehmensidentität** und -kultur. Diese Haltung spiegelt sich in unseren langfristigen Beziehungen zu Kunden und Lieferanten wider, in der Art und Weise, wie wir unsere Mitarbeitenden fördern und in unserem Engagement für die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Wir sind stolz darauf, dass wir seit unserer Gründung im Jahr 1991 kontinuierlich zu einer positiven gesellschaftlichen und ökologischen Entwicklung beitragen.

In unserer Arbeitsweise sind wir geprägt von Innovation und Digitalisierung. Wir nutzen kreative Ansätze, um Lösungen für komplexe Herausforderungen zu finden. Diese setzen wir auch aktiv für Initiativen zur **Demokratieförderung und für soziales Engagement** ein.

Ein zentrales Element unserer Unternehmensstrategie ist ein agiles **Programm zur Nachhaltigkeitsentwicklung**. Dieses Programm ist nicht isoliert, sondern eng mit dem Change-Management und dem Personalmanagement verbunden. Wir wissen um die Bedeutung von Nachhaltigkeit als treibende Kraft für langfristigen Erfolg und integrieren dieses Prinzip in sämtliche Bereiche unseres Unternehmens. Durch diese ganzheitliche Herangehensweise stärken wir als Agenturgruppe unsere eigene Positionierung und tragen zur positiven Entwicklung der Gesellschaft bei.

Aus dieser Verantwortung heraus setzen wir uns folgende Ziele **gemäß den Grundsätzen**, wie sie im DIN ISO 26000 „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“ vorgeschlagen werden. Wir versichern, dass wir die Selbsterklärung freiwillig anwenden und in regelmäßigen Abständen überprüfen, aktualisieren und weiter ausbauen werden.

Sieben Grundsätze der Corporate Social Responsibility

1. Rechenschaftspflicht

1.1. Glaubwürdigkeit

Wir planen einen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen, der die Initiativen und Fortschritte im Bereich der sozialen, ökonomischen und Umweltverantwortung darlegt und Informationen über umweltfreundliche Praktiken, soziales Engagement, ethische Arbeitsstandards und Wirtschaftsleistung enthält. Der Bericht soll der Messbarkeit und Kontrolle der Einhaltung unserer gesteckten Ziele dienen.

Unterjährig sind relevante Aktionen in unseren Social-Media-Kanälen auf [Instagram](#) und [LinkedIn](#), auf der [Homepage](#) und in Fachzeitschriften transparent verfolgbar.

Zudem finden sich unsere Maßnahmen für das Jahr 2023 im Bereich Corporate Social Responsibility aufgelistet als **Rechenschaftsbericht im Anhang dieser Selbsterklärung** (siehe Seite 24 ff.) für einen transparenten Überblick.

1.2. Nachhaltige Geschäftspraktiken

Agenturgruppenübergreifend haben wir verschiedene Maßnahmen durchgeführt, um den **Stromverbrauch** zu reduzieren, wie z. B. die Installation energieeffizienter Beleuchtungssysteme, die Nutzung von Stromspargeräten, die Implementierung von Automatisierungstechnologien zur Regulierung des Energieverbrauchs und die Schulung der Mitarbeitenden im Hinblick auf den sparsamen Umgang mit Energie.



Anstatt papierbasierter Prozessketten haben wir auf das „**digitale Büro**“ umgestellt. Dokumente werden digitalisiert und elektronische Arbeitsabläufe implementiert. Diese Maßnahmen reduzieren den Papierverbrauch und den Bedarf an physischen Ressourcen. Außerdem ermöglicht es den Mitarbeitenden auch, flexibler und effizienter, beispielsweise aus dem Homeoffice heraus, zu arbeiten. Für dennoch notwendige Drucke, u. a. für Verträge oder Zeugnisse, nutzen wir mit dem EU-Ecolabel-zertifiziertes Papier für den Bürobedarf.

Weiterhin geben wir **Online-Meetings**, vorzugsweise über die Software Microsoft Teams, wann immer es möglich ist, den Vorrang vor Präsenzveranstaltungen besonders im Hinblick auf Kundentermine. Anstatt die Termine vor Ort durchzuführen, nutzen wir digitale Plattformen und Technologie, die es unseren Kunden und Geschäftspartnern sowie Mitarbeitenden ermöglichen, Geschäftstreffen bequem remote oder unterwegs zu organisieren und daran teilzunehmen. Diese Maßnahme reduziert die CO₂-Emissionen aufgrund eingesparter Fahrzeiten und trägt zur Kosteneinsparung und Zeiteffizienz bei. Gleichzeitig wird der Bedarf an physischen Ressourcen wie Büroflächen und Transportmitteln minimiert.

1.3. Soziales Engagement vor Ort

Eine unserer besonderen Herzensangelegenheiten ist unser ehrenamtliches Engagement für die Initiative **Lukas Stern e. V.**



Der [Lukas Stern e.V.](#) vermittelt zwischen Menschen, die Hilfe brauchen, denen, die helfen wollen und denjenigen, die bei der Erfüllung eines Herzenswunsches helfen können. Denn oft kommt es nicht nur auf Geld, sondern auch die notwendigen Kontakte und ein gutes Netzwerk an.

Namensgeber des Vereins ist ein todkrankes Kind namens Lukas. Die aufopferungsvollen Menschen hinter Lukas Stern e. V. haben sich zum Ziel gesetzt, Freude und Hoffnung in das Leben von schwer erkrankten Menschen sowie Menschen mit Handicap zu bringen, egal ob jung oder alt. Die Initiative arbeitet in der Regel eng mit Krankenhäusern, medizinischem Personal und betroffenen Familien zusammen, um die Wünsche der Kinder zu erfüllen. Diese Wünsche können sehr vielfältig sein und reichen von besonderen Ausflügen über den Besuch von Prominenten bis hin zu langersehnten Geschenken oder Erlebnissen, um gemeinsam mit den Liebsten Erinnerungen zu schaffen.

Weil die Arbeit von Lukas Stern e. V. auf finanzielle Spenden und der Unterstützung von Freiwilligen angewiesen ist, braucht es dafür auch Kommunikation. Und deshalb unterstützen wir mit dem, was wir am besten können: wirksame Kommunikation und mit unseren Netzwerken. So sorgten wir beispielsweise dafür, dass „Lukas Stern“ bei einer befreundeten nationalen Digitalradio-Unternehmensgruppe [kostenlose Radiospots](#) schalten konnte. Unser Kreativteam entwickelte und produzierte den dafür notwendigen Radiospot pro bono. Insgesamt ist das Projekt "Lukas Stern" eine bewegende Initiative, die dazu beiträgt, das Leben der betroffenen Menschen und ihrer Familien ein wenig heller zu machen und ihnen unvergessliche positive Momente zu ermöglichen.

1.4. Internationales Engagement

Wir wollen unseren Beitrag leisten, um die Welt ein kleines Stück besser zu machen.



Daher unterstützen wir [HOPE Cape Town](#), eine staatlich anerkannte Hilfsorganisation in Südafrika. 2001 von dem deutschen Pfarrer Stefan Hippler gegründet, betreut und unterstützt **HOPE Cape Town** Kinder und deren Familien, die von HIV betroffen sind. Die Organisation wird vollständig durch private Sponsoren, Stiftungen und Unternehmen finanziert und ist auf Spendengelder angewiesen, um Fachpersonal vor Ort auszubilden und zu beschäftigen, aber auch um Hilfsmaßnahmen zu finanzieren. Seit 2019 unterstützen wir die internationale NGO pro bono mit einem Team aus leidenschaftlichen Kreativen. Im Kern unserer Arbeit steht unser [wertvoller Beitrag rund um Kommunikation](#). Wir verschaffen HOPE Cape Town die Aufmerksamkeit, um eine hohe Spendenbereitschaft zu aktivieren.

In den Jahren 2019 und 2023 begaben wir uns auf eigene Kosten mit einem mehrköpfigen Team aus Redakteur:innen, Filmleuten und Content-Producern für mehrere Tage nach Kapstadt, um über die Schicksale der Kinder in den Townships und die Geschichte der Hope-Stiftung zu erzählen. Aus tausenden

Fotos, über 15 Stunden Videomaterial, zahlreichen Interviews und Gesprächen entstehen umfassende Kommunikationsmittel für die integrierte Öffentlichkeitsarbeit der gesamten Organisation.

Mehr als zehn Mitarbeiter:innen arbeiten in Chemnitz und Dresden am Projekt „HOPE“. Bisher entstand eine neue Homepage, ein umfangreiches, bilinguales Magazin, mehrere dokumentarische Kurzfilme, ein Spenden- und ein Imagevideo sowie Broschüren. Zusätzlich leisten wir Support für die Content-Erstellung auf den Social-Media-Kanälen. Wir produzieren aus dem Bewegtbild-Material kurze Videoclips, Texte und Präsentationen für die Öffentlichkeitsarbeit von HOPE Cape Town.



In Deutschland gibt es einige Menschen, die bereits kräftig für HOPE Cape Town Spenden generieren, selbst spenden und sogar eine jährliche Gala veranstalten, um die Kapstädter:innen zu unterstützen. Eine dieser Personen ist Viola Klein. Die Unternehmerin initiierte vor mehr als 20 Jahren die [HOPE Gala](#) in Dresden. Auf dieser Gala werden jährlich Spenden generiert, die direkt nach Kapstadt fließen, um dort Gutes zu tun. Wir unterstützen auch diese größte weltweite Spendengala der Organisation mit kreativer Power bei der Bühnenshow und mit filmischen Einspielern. Besonders gefreut haben wir uns, als bei der vergangenen Gala ein Gast von unseren Filmen so emotional berührt gewesen ist, dass er die Finanzierung eines Wasserbrunnens in Höhe von 5.000 Euro noch an diesem Abend zugesagt und übernommen hat. Das ist der Impact, den wir uns für HOPE wünschen!



HOPE Cape Town widmet sich aber nicht nur der Eindämmung von HIV durch Prävention, Aufklärung und Behandlung, sondern bietet noch mehr Unterstützung vor Ort. Am Rande des gefährlichsten Townships Kapstadts, Delft, ist eine kleine Oase der Hoffnung entstanden - der „The Nex-Campus“. Dieser Safe Space bietet die Möglichkeit des Austauschs, schafft Arbeitsplätze und ermöglicht Weiterbildungen. Mit unserer Unterstützung entstehen die notwendigen Kommunikationsmittel, um beispielsweise auf das aktuelle Projekt [„Plant a seed of hope“](#) und die Übernahme von Patenschaften für einen oder mehrere Gärten, „Community Gardens“, von vier Quadratmeter aufmerksam zu machen. Hier soll frisches Obst und Gemüse angebaut werden und die Bewirtschaftung derer auch als Ausbildung dort ansässiger Menschen dienen.

1.5. Kundenkommunikation

Wir informieren unsere Kunden über die Bemühungen im Bereich der sozialen Verantwortung, um sie zu ermutigen, ähnliche Projekte in ihren eigenen Organisationen zu implementieren. Dazu nutzen wir alle verfügbaren Kommunikationskanäle, Presseberichte sowie unser komplettes Netzwerk für die Sichtbarkeit unseres Engagements, wir halten dazu Vorträge und stehen für Support zur Verfügung. Stets mit dem Ziel, gleichgesinnte Unternehmensinhabende, Geschäftsführende, Branchenkolleg:innen sowie unsere Kunden dazu zu bringen, sich ebenfalls sozial wie ehrenamtlich zu engagieren.

1.6. Partnerschaften und Zusammenarbeit



Deutschlands
führende
Agenturen

Seit 2020 sind wir stolzes [Mitglied im Gesamtverband der Kommunikationsagenturen \(GWA\)](#) und verpflichten uns zu den höchsten Standards in der Werbebranche. Die Mitgliedschaft im [GWA](#) unterstreicht unser Engagement für Qualität, Professionalität und ein starkes Netzwerk, das uns ermöglicht, die besten Praktiken und ethische Standards zu fördern und zu implementieren. Weiterhin hilft uns die Mitgliedschaft auch dabei, branchenspezifische Weiterbildungsangebote für unsere Mitarbeitenden zu nutzen sowie bei einer besseren Vernetzung mit den Menschen der nationalen Kreativszene. Auf der anderen Seite ist der GWA auch Sprachrohr der Agenturen gegenüber Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Wir finden es wertvoll, einen so starken Interessenvertreter an unserer Seite zu haben, und wollen zudem mit unserer Mitgliedschaft ein Stück zur Strahlkraft des Verbandes beitragen.

Aktive, ehrenamtliche Verbandsarbeit im **GWA**



Als Mitglied im GWA haben wir im Rahmen der ehrenamtlichen Vorstandsarbeit für die Region Ost unseres Geschäftsführers Joerg G. Fieback als Brancheninitiative die **Demokratiekampagne** auf den Weg gebracht. Joerg G. Fieback leitete die Arbeitsgruppe im GWA-Vorstand gemeinsam mit der Verbandspräsidentin Larissa Pohl.

Die Kampagne des Gesamtverbandes der Kommunikationsagenturen [#miteinanderfuerdemokratie](#) zielt darauf ab, demokratische Grundwerte und Prinzipien der Gesellschaft zu verteidigen und die Menschen zu ermutigen, sich aktiv dafür einzusetzen. Es geht um respektvolles Miteinander, Offenheit, Toleranz, Vielfalt, künstlerische Freiheit und Meinungsfreiheit. Sie sind die Grundlage jeglicher Kreativität - der Geschäftsgrundlage aller GWA-Mitglieder.

Der Verband stellt sich mit dieser Kampagne allen Strömungen entgegen, die unsere Demokratie bedrohen. Hass, Hetze, Diskriminierung und Demokratiefindlichkeit werden nicht akzeptiert.

In Partnerschaft mit vielen Medienhäusern, Verlagen, Verbänden und Außenwerbern hat der Branchenverband die Kampagne auch nach außen sichtbar gemacht.

Außerdem wurde sie durch die Verbreitung in den sozialen Netzwerken beworben und hat so das Bewusstsein für die Bedeutung unserer Demokratie geschärft.

Mit der Aktion werden GWA-Agenturen eingeladen, sich pro bono mit Aktionsideen, Kampagnen und Content für demokratiefördernde Vereine und Organisationen einzusetzen. Wer seine Expertise und sein Know-how für Demokratie, Vielfalt und Toleranz einbringen möchte, kann sich auf der Homepage des Verbands registrieren lassen. Die Agenturen werden publiziert, sodass interessierte NGOs und Institutionen direkten Kontakt aufnehmen können.

Im Osten geht die Werbung auf.



Die Initiative „**Ideenplanet Ost**“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der GWA-Agenturen Oberüber Karger (Dresden), PIO (Leipzig), ressourcenmangel (u.a. Berlin/Dresden) und zebra | group (Chemnitz/Dresden). Zusammen sind die vier Agenturen eine gute Mischung der Kreativszene in den neuen Bundesländern und stehen stellvertretend für eine bunte und leistungsfähige Branche. Der „[Ideenplanet Ost](#)“ verfolgt das Ziel, insbesondere nationale Marketingentscheider:innen neugierig auf die Szene im Osten zu machen.

Für viele ist der Osten kreativ gesehen ein blinder Fleck auf der Landkarte. Und genau diesen blinden Fleck wollen wir sichtbar machen. Erlebbar. Hier in Ostdeutschland passiert etwas. Hier ist jede Menge los. Wir haben nur noch nicht laut genug ins Orbit gefunkt, um wahrgenommen zu werden.

Deshalb: Willkommen auf dem Ideenplaneten Ost.

Möge die Werbekraft mit uns sein.

Entdeckt Neues auf unserem schönen Planeten.

Wir strotzen nur so vor Leidenschaft, Ehrgeiz – wir brennen für das, was wir machen. Und auch wenn es sich noch nicht über die Grenzen des Ostiversums herumgesprochen hat: Hier passiert etwas. Positives. Hier gibt es leistungsfähige Agenturen, eine hungrige Kreativszene, unverbrauchte Talente und innovative Kunden. Dresden gilt als eine der größten Start-up Städte Deutschlands. Leipzig ist das neue Berlin. Chemnitz ist Europäische Kulturhauptstadt 2025.

Im Osten gibt es GWA-Agenturen. Effie-Gewinner. ADC-Sieger. Kreativ- und Tech-Talente in vielen spannenden Konstellationen. Kurzum: Der Kreativstandort Ost hat enormes Potenzial. Das ist noch nicht ausgeschöpft.

Eine unserer Missionen: mit dem **#Funkkontakt** ein virtuelles, regelmäßiges Format für den Austausch der Agentur- und Kreativbranche in der Region Ost und Berlin schaffen – offen für interessierte Branchenkolleg:innen aus der gesamten Republik.

Anlässlich der Verleihung des Effies in Leipzig, der „Werbeoscar“ der Branche verliehen vom GWA, starteten wir gemeinsam mit dem GWA und dem Ideenplanet Ost eine noch nie dagewesene [Nachwuchs-Offensive](#) in Form einer **Studi-Fahrt zum Effie**. Von Berlin, Dresden, Mittweida und Chemnitz starteten drei Busse mit wissbegierigen Studierenden zum renommierten Branchenevent der Werbewelt. Denn auch die Agenturbranche ist vom Fachkräftemangel betroffen und wir wollen uns mit der Aktion aktiv für den Nachwuchs engagieren, die Attraktivität des Agenturberufes stärken und für unsere Branche stark machen. Mit solchen Angeboten rufen wir den erzwungenen Zufall herbei. Denn wo, wenn nicht auf solchen Veranstaltungen erfährt der Nachwuchs, warum es sich lohnt in der Werbung und in einer Agentur zu arbeiten. Wir schaffen die Angebote, die dann auch genutzt werden können.

1.7. Unterstützung der Kommune

Nichts muss bleiben, wie es ist. Ganz besonders in Chemnitz nicht.



„Light our Vision“, kurz LOV, ist ein Lichtkunstfestival. Die Initiator:innen haben es sich zur Aufgabe gemacht, verborgene Potenziale der Stadt Chemnitz zu beleuchten und unsere Innenstadt zu beleben. Wir unterstützen die Vision, dass sich Chemnitz, der Hauptstandort unserer Agenturgruppe, architektonisch und städteplanerisch weiterentwickelt und so noch sichtbarer zu einer attraktiven und lebenswerten Großstadt für Menschen und Unternehmen wird. Wir sind überzeugt, nationale Anziehungskraft entfalten wir nur durch mehr Strahlkraft für Chemnitz.

Die Idee und Ausrichtung des [Lichterfestivals „Light our Vision“](#) wird getragen vom Verein „Baukultur für Chemnitz e. V.“ unterstützt vom Arbeitskreis „Chemnitz - Kulturhauptstadt 2025“ der Architektenkammer Sachsen. Der Verein wurde im März 2022 von Mitglieder:innen der Architektenkammer Sachsen und gemeinsamen Visionär:innen, unter Vorsitz von Claudia Fischer, gegründet, um Projekte und Ideen u. a. aus den Arbeitskreisen der Architektenkammer Sachsen mittels Spenden und öffentlichen Geldern in Chemnitz umsetzen zu können.

Eine wichtige Komponente des Projekts ist die Nutzung von Licht als künstlerisches Medium, um öffentliche Räume zu transformieren und eine positive Atmosphäre zu schaffen. Durch die Installation von Lichtskulpturen, interaktiven Installationen und anderen kreativen Lichtkonzepten in verschiedenen Stadtteilen von Chemnitz soll nicht nur die ästhetische Qualität des Stadtraums verbessert werden, sondern auch eine Plattform geschaffen werden, um soziale Themen anzusprechen und den Dialog innerhalb der Gemeinschaft zu fördern.

Darüber hinaus strebt „Light our Vision“ an, junge Künstlerinnen und Künstler aus Chemnitz und Umgebung einzubeziehen, um ihre Talente zu fördern und gleichzeitig neue Perspektiven auf lokale Herausforderungen zu bieten. Durch Workshops, künstlerische Residenzen und partizipative Projekte werden die Teilnehmenden ermutigt, sich aktiv an der Gestaltung ihres Lebensumfelds zu beteiligen und positive Veränderungen in ihrer Gemeinschaft zu bewirken.

Mit [unseren ehrenamtlichen Marketingmaßnahmen](#) waren wir von Anfang an dabei, um gemeinsam die illuminierende Vision der Initiatorinnen Claudia Fischer und Linda Hüttner vom Baukultur für Chemnitz e. V. zum Leben zu erwecken. Wieso? Weil wir daran glauben, dass solche Ideen und Visionen Chemnitz als **Kulturhauptstadt 2025** fördern und in das richtige Licht setzen. Ein Thema, welches uns seit der [Bewerbung Chemnitz' für die Kulturhauptstadt 2025](#) beschäftigt und antreibt. Für uns hat das Lichterfestival nicht nur einen Platz im Herzen, sondern auch im Festivalkalender des Kulturhauptstadtjahres 2025.

Crowdfunding, Website, Out-of-Home-Werbung, Pressemitteilungen, Presseartikel, Media Plan, Social Media Marketing, Advertising, Content-Planung sowie Film- und Fotodokumentation während der Veranstaltung - all dies wurde mit unserem kreativen Blick und effizientem Ressourcenmanagement pro

bono realisiert. Diese umfassende Palette an Marketingmaßnahmen war unser Engagement bei der Förderung und Präsentation des LOV-Festivals, von traditionellen Medienkanälen bis hin zu crossmedialen Strategien.

Die anhaltende Dankbarkeit für unsere Arbeit ist bis heute spürbar. Diese Erfahrung unterstreicht, dass eine gelungene Veranstaltung nicht nur von der Umsetzung, sondern auch von der engen Verbindung mit der Gemeinschaft und den lokalen Unterstützenden abhängt. Gemeinsam mit unseren Kolleg:innen intern sowie extern setzen wir damit ein Zeichen für Chemnitz. Die zahlreichen begeisterten Rückmeldungen der Besuchenden via Social-Media-Direktnachrichten, Kommentaren, persönlichen E-Mails und in Persona sind das schönste Zeugnis für unseren Erfolg.

Chemnitz erleuchtet durch Gemeinschaftsfunken. Als Werbeagentur sind wir stolz, nicht nur die Stadt erhellt zu haben, sondern auch durch effektive und kreative Marketingmaßnahmen einen bleibenden Eindruck hinterlassen zu haben. Diese Erfahrung festigt nicht nur unsere Beziehung zur Stadt, sondern ermutigt uns auch zu weiteren Projekten, die nicht nur Events, sondern auch Gemeinschaften formen.

2. Transparenz

2.1. Kundenauswahl

Die Agentur wählt ihre Kunden sorgfältig aus und berücksichtigt dabei eine Vielzahl von Kriterien, darunter soziale und Umweltstandards. Damit stärken wir das Vertrauen der Stakeholder in uns und unsere Arbeiten und fördern die positiven Auswirkungen auf die Gesellschaft.

Als Mitglied des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA) verpflichten wir uns zu ethischem Verhalten, Fairness und Integrität in all unseren Geschäftsbeziehungen. Dies beinhaltet beispielsweise die Ablehnung unbezahlter Pitches und die Förderung fairer Wettbewerbspraktiken.

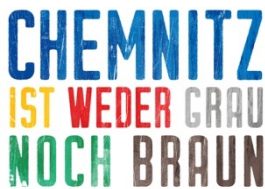
2.2. Marketingkampagnen

Die Art und Weise, wie Marketingkampagnen gestaltet werden, kann soziale Normen beeinflussen oder Umweltauswirkungen haben. Eine transparente Kommunikation über die ethischen Grundsätze, die bei der Entwicklung von Kampagnen eingehalten werden, sowie über potenzielle Auswirkungen auf die Gesellschaft oder Umwelt sind entscheidend.



Wir sind echt. Genau das, was wir vertreten, unterstützen wir auch und tragen es auf allen Kanälen ganz bewusst nach außen. Dafür tauscht auch zebra auch mal seine schwarz-weiße Identität mit bunten Streifen, wie hier anlässlich des **LGBT Pride Months** im Juni, der Gedenkmonat für Lesben, Schwule, Bisexuelle und Transgender - und für die Geschichte, die Kultur und die Beiträge dieser Menschen und ihrer Gemeinschaften.

Eine Aktion engagierter Chemnitzer Bürger:innen, Unternehmer:innen und Wissenschaftler:innen ist die Initiative **„Chemnitz ist weder grau noch braun“**, die in der Stadt Chemnitz ins Leben gerufen wurde, um ein Zeichen gegen Extremismus, Rassismus und Ausgrenzung zu setzen. Die Initiative entstand als Reaktion auf die Ausschreitungen mit Aufmärschen rechtsextremer Kräfte in Chemnitz 2018.



Damals wollten wir [vor Ort ein Zeichen setzen](#), gemeinsam mit dem Industrieverein Sachsen 1828 e.V., dem Verein Kreatives Chemnitz e. V. und engagierten Bürger:innen und Unternehmer:innen der Stadt. Denn die Medien waren voll von Negativschlagzeilen, vernichtenden Kommentaren und angsteinflößenden Bildern hasserfüllter Demonstranten.

Das Hauptziel der [Initiative „Chemnitz ist weder grau noch braun“](#) bestand darin, ein positives und inklusives Bild von Chemnitz zu zeigen. Es ging darum, die Vielfalt der Stadt zu feiern und ein Bewusstsein für demokratische Grundwerte wie Toleranz, Respekt und Zusammenhalt zu stärken.

In weniger als zwei Tagen haben wir pro bono Logo, Website, Anzeigen, Plakate und Banner aus dem Boden gestampft, um rechtzeitig bei der nächsten angekündigten Demonstration Flagge zeigen zu

können. Bis heute haben mehr als 200 Unterstützer rund eine viertel Million Euro gespendet, um das Image von Chemnitz zu retten und für demokratiefördernde Projekte in Sachsen und Deutschland.

Wir gestalteten das Inserat gemeinsam mit 30 Vertretern von Unternehmen und aus der Kreativbranche bei einem spontan organisierten Treffen. Die ganzseitige Anzeige erschien in den Samstagsausgaben überregionaler Zeitungen wie die "Süddeutsche Zeitung", "Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung", „SUPERillu“ und "Freie Presse".



Ein zentraler Aspekt der Initiative ist die Förderung von interkulturellem Austausch und Dialog. Dies wird durch Veranstaltungen wie interkulturelle Festivals, Workshops, Diskussionsforen und künstlerische Projekte erreicht, die dazu beitragen, Barrieren abzubauen und das Verständnis zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu fördern.

2019 gewann die Initiative den **Deutschen Kulturförderpreis**, gestiftet von ZDF und Handelsblatt.

2.3. Arbeitspraktiken

Unsere Arbeitspraktiken haben einen erheblichen Einfluss auf das Arbeitsumfeld in unserer Agentur und zeigen, dass wir unsere soziale Verantwortung ernst nehmen. Wir möchten unseren Mitarbeitenden ein **positives Arbeitsumfeld** schaffen, wo sie sich wohlfühlen und gern leistungsfähig sind.



Wir setzen uns aktiv für Vielfalt und Inklusion am Arbeitsplatz ein, indem wir eine diverse Belegschaft fördern und sicherstellen, dass alle Mitarbeitenden unabhängig von Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit, sexueller Orientierung, Alter oder anderen Merkmalen gleiche Chancen erhalten, was durch unser verbindliches Statement zur „**Charta der Vielfalt**“ unterstrichen wird.

Wir bieten faire und **wettbewerbsfähige Gehälter** sowie angemessene Arbeitsbedingungen, die die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern. Dies umfasst auch flexible Arbeitszeiten, Home-Office-Möglichkeiten und einen **angemessenen Urlaubsanspruch**.

Eine **faire Arbeitsstundenregelung**, die Überstunden ausschließt oder diese eins zu eins ausgleicht, sorgt für ein ausgewogenes Arbeitsleben und trägt zur Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden bei. Zusätzlich haben wir uns freiwillig dazu entschieden, die Leistung unserer Mitarbeitenden durch jährliche **Prämienzahlungen** zu belohnen, um ihre Anerkennung für hervorragende Arbeit und ihre Motivation zu fördern.

Wir investieren in die Entwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem wir jährlich ein Budget für ein umfangreiches **Aus- und Weiterbildungsprogramm festlegen** mit gezielt ausgewählten Seminaren und Schulungen, um die Fähigkeiten und Fertigkeiten zu verbessern sowie Karrieremöglichkeiten innerhalb der Agentur zu fördern. Zudem ist es den Mitarbeitenden möglich eigene Weiterbildungswünsche oder den Besuch von Konferenzen, Messen und Ausstellungen einzubringen sowie drei Stunden ihrer Arbeitszeit pro Monat in individuelle Weiterbildung zu investieren.

Ein **Young-Talent-Programm** für unsere unter 30-jährigen Kolleg:innen zielt ebenfalls darauf ab, die jungen Talente zu schulen, fachlich weiterzuentwickeln und an größeren Projekten wachsen zu lassen.

Generell stehen wir dem **Nachwuchs** sehr offen gegenüber und sind bestrebt durch Praktika, Werkstudium oder seit mehreren Jahren durch Ausbildung die Fachkräfte von morgen in den eigenen Reihen anzulernen.

Unsere Führungskräfte erhalten on top ein spezielles **Führungskräftetraining**, um die Herausforderungen des Führungsalltages gut bewältigen zu können, in ihrer Funktion als Mentor:innen Mitarbeitende fachlich professionell anzulernen und einzuarbeiten und so zur Gesamtzufriedenheit aller Kolleg:innen beitragen.

Unsere Mitarbeitenden dürfen, unter Berücksichtigung einiger Grundregeln, ihre [Hunde mit zur Arbeit](#) bringen. Damit steigern wir das Wohlbefinden am Arbeitsplatz, denn Haustiere am Arbeitsplatz können Stress reduzieren und die Arbeitsatmosphäre sehr positiv beeinflussen.

Die Möglichkeit zum weltweit **hybriden Arbeiten** bietet unseren Mitarbeitenden Flexibilität und fördert eine ausgewogene Work-Life-Balance.

An dem Wohl unserer Mitarbeitenden sind wir über das Arbeitsleben hinaus interessiert. Durch die **betriebliche Altersvorsorge** bieten wir eine langfristige Absicherung für die Menschen, damit sie auch für den Ruhestand finanziell gut aufgestellt sind. Es ermöglicht unseren Mitarbeitenden, sich auf ihre Karriereentwicklung zu konzentrieren, mit der Gewissheit, bereits für ihre finanzielle Absicherung im Alter vorgesorgt zu haben.

Darüber hinaus tragen wir zur **Vereinbarkeit von Beruf und Familie** bei, indem wir teilweise die KITA-Gebühren übernehmen. So können unsere Mitarbeitenden, ihre beruflichen Verpflichtungen erfüllen, während sie gleichzeitig sicherstellen, dass ihre Kinder in einer qualitativ hochwertigen Betreuungsumgebung gut aufgehoben sind. Diese Unterstützungsmaßnahme fördert nicht nur das Wohlbefinden der Mitarbeitenden, sondern stärkt auch ihre Bindung an unser Unternehmen, da sie sich gehört und wertgeschätzt fühlen.

Beim **Onboarding** neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen wir Sicherheitsbelehrungen und Gefährdungsunterweisungen durch, um ein sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten. Außerdem legen wir großen Wert auf **Ergonomie am Arbeitsplatz**, um Belastungen zu vermeiden und die Gesundheit unserer Kolleg:innen zu schützen. Im Rahmen der **betrieblichen Gesundheitsförderung** bieten wir diverse Bewegungs- und Entspannungsangebote an wie Yoga oder Massagen am Arbeitsplatz.

Zudem praktizieren wir **„gesunde Ernährung am Arbeitsplatz“**. Wir beschäftigen eine Köchin, die täglich in der Agentur mit frischen und gesunden Zutaten ein Mittagessen anbietet. Das Mittagessen wird allen Mitarbeitenden zu einem stark vergünstigten Preis angeboten, unseren Praktikant:innen und Auszubildenden sogar kostenfrei. Die gemeinsamen Mittagspausen stärken das soziale Miteinander und bieten eine gute Möglichkeit, dass die Kolleg:innen zusammenkommen, sich mal nicht nur über die Arbeit unterhalten, von der Arbeit abschalten und in gemütlicher Runde ihre Pause verbringen können.

2.4. Umweltfreundliche Initiativen

Wir treffen bewusst Entscheidungen, um negative Umweltauswirkungen zu minimieren. Dazu gehört beispielsweise die Reduzierung von unnötigem Abfall, die Einführung von Recyclingprogrammen und die Nutzung erneuerbarer Energiequellen. So haben wir unsere Lieferverträge auf „**grünen Strom**“ umgestellt.

Dadurch sind wir auch in der Lage auch im Web-Bereich nachhaltig zu agieren in Form von **Green Hosting**. Das heißt, wir nutzen für unsere Web-Präsenzen, IT-Prozesse sowie Serverbetrieb ausschließlich Ökostrom aus erneuerbaren Energien. Weiterhin setzen wir auf leichtgewichtige Design-Lösungen, schlanke und klare Codes, vermeiden unnötig große Datentransfers bei der Server-Kommunikation und setzen auf smarte (Cloud)Infrastrukturen durch virtualisierte und zentralisierte Dienste.

Um weitere Ideen zu sammeln, zu planen und umzusetzen haben wir einen **Nachhaltigkeitsverantwortlichen** bestimmt und die Bildung eines **Nachhaltigkeitsteams** initiiert. Das fünfköpfige Team spielt eine entscheidende Rolle bei der Integration nachhaltiger Praktiken in allen Aspekten unserer betrieblichen Abläufe. Diese sind im Organigramm des Unternehmens benannt und verfügen über explizite Zeitressourcen, um sich ihrer wichtigen Aufgabe widmen zu können. Durch die gründliche Untersuchung aller Prozesse loten wir sämtliche Möglichkeiten aus, um das Thema Nachhaltigkeit effektiv umzusetzen. Dabei verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der nicht nur ökologische, sondern auch soziale und ökonomische Aspekte berücksichtigt. Zudem werden notwendige Rahmenbedingungen bereitgestellt, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Zu den bereits festgelegten Nachhaltigkeitsmaßnahmen zählen unsere **Reiserichtlinien**. Wir haben die Regelung getroffen, keine Flüge unter 500 Kilometer Entfernung zu buchen. Das demonstriert unser Engagement für nachhaltige Mobilität und den Schutz der Umwelt. Zudem fördern wir eine nachhaltige Mobilität, übernehmen Kosten für ÖPNV-Tickets und setzen auf die Online-First-Regelung bei Kundenterminen, um Reisewege einzusparen.

Ein weiteres konkretes Beispiel für unsere Bemühungen ist der Plan zum Bau eines **Hochbeets für den Gemüseanbau** direkt auf dem Grundstück unserer Büroimmobilie in Chemnitz. Durch die Nutzung dieser innovativen Anbaumethode können wir Platz sparen, die Bodengesundheit fördern und den Wasserverbrauch reduzieren. Darüber hinaus ermöglicht uns der Anbau von eigenem Gemüse eine nachhaltige Versorgung unserer hauseigenen Küche mit frischen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln.

Weiterhin sollen zukünftig Lebensmittel zur Mittagsversorgung der Mitarbeitenden in erster Linie aus **Regionalprodukten** bestehen. Dies reduziert nicht nur unseren ökologischen Fußabdruck durch kürzere Transportwege, sondern unterstützt auch lokale Landwirte und stärkt die regionale Wirtschaft.

Die Bereitstellung von Tee und Kaffee, die Nutzung von Leitungswasserspendern sowie vegetarisch-veganes Catering bei Workshops als auch geplant beim täglichen Mittagsangebot der hauseigenen Küche sind Ausdruck unseres Bestrebens, **nachhaltige Lebensmittelkonsumpraktiken zu fördern**.

Die Zusammenarbeit zwischen dem Nachhaltigkeitsteam und anderen Abteilungen ermöglicht es uns, Synergien zu schaffen und innovative Lösungen zu entwickeln, die nicht nur umweltfreundlich sind, sondern auch wirtschaftlichen Nutzen bringen und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden fördert. Durch solche Maßnahmen tragen wir dazu bei, eine nachhaltige Unternehmenskultur zu etablieren und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Dafür stellen wir gern zeitliche und finanzielle Ressourcen bereit.

3. Ethisches Verhalten

3.1. Ehrlichkeit in der Kommunikation

In der Agenturgruppe, bei zebra und Mindbox und untereinander kommunizieren wir ehrlich und transparent mit unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Dies beinhaltet die korrekte Darstellung von Leistungen, Kosten, Zeitplänen und anderen relevanten Informationen. Eine ehrliche Kommunikation schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit gegenüber allen Stakeholdern.

Die Betonung von Ehrlichkeit und Transparenz in der Kommunikation ist entscheidend für den Erfolg unserer Agentur.

Wir stellen sicher, dass wir unseren Kunden gegenüber ehrlich und transparent über die angebotenen Dienstleistungen, Kostenstrukturen und alle damit verbundenen Bedingungen kommunizieren. Es werden **keine versteckten Gebühren oder unerwartete Kosten** erhoben.

Wir kommunizieren klar und offen über die **Zeitpläne** für Projekte und Kampagnen, einschließlich Meilensteine, Arbeitsabläufe und erwartete Lieferzeiten. Falls Verzögerungen auftreten, werden Kunden rechtzeitig informiert und alternative Lösungen vorgeschlagen.

Wir führen regelmäßige **Kundenbefragungen** über eine Online-Plattform durch, um Feedback zu unserer Arbeit und den Arbeitsprozessen einzuholen und um konstruktive Kritik zu erhalten. Dies ermöglicht unseren Mitarbeitenden, ihre Leistungen kontinuierlich zu verbessern und sicherzustellen, dass die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden erfüllt werden.

Wir fördern eine offene Kommunikationskultur **zwischen Management und Mitarbeitenden**, in der Feedback und Ideen ausgetauscht werden können. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden ermutigt, Bedenken anzusprechen und konstruktive Vorschläge zur Verbesserung der Arbeitsabläufe und des Arbeitsumfelds zu machen.

Die Agentur kommuniziert auch transparent mit der **Öffentlichkeit** über ihre Geschäftspraktiken, Werte und Leistungen. Dies erfolgt durch die Bereitstellung von Informationen auf der Website, in Pressemitteilungen oder in sozialen Medien.

Wir ermutigen motivierte Mitarbeitende eigenständig und meinungsfrei als **Corporate Influencer** in den sozialen Medien aktiv zu sein. Die Beiträge über Unternehmensabläufe, Corporate Culture oder Expertenwissen werden nicht zensiert. Sowohl die Teilnehmenden des Corporate-Influencer-Programms als auch alle Mitarbeitenden genießen das volle Vertrauen vom Management, meinungsfrei nach außen zu kommunizieren, um ein authentisches Bild unserer Arbeitsweise und Unternehmenskultur zu vermitteln.

Durch die konsequente Einhaltung von Ehrlichkeit und Transparenz in der Kommunikation wollen wir das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit bei Kunden, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit stärken und dazu beitragen, langfristige und erfolgreiche Beziehungen aufzubauen.

3.2. Gerechte Behandlung von Mitarbeitenden

Wir fördern **gerechte Arbeitspraktiken** wie faire Entlohnung, gleiche Chancen für alle Mitarbeitenden unabhängig von Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit oder anderen Merkmalen sowie ein respektvolles Arbeitsumfeld ohne Diskriminierung. Dies unterstreicht die positive Arbeitskultur und stärkt das Engagement der Mitarbeitenden.

Wir setzen uns aktiv für die **Förderung von Diversität und Inklusion** am Arbeitsplatz ein. Dies wird durch verschiedene Maßnahmen erreicht, die sicherstellen, dass unsere Agenturgruppe ein vielfältiges und inklusives Arbeitsumfeld bietet, in dem sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschätzt und respektiert fühlen.

Dazu zählt auch unsere **Einstellungspolitik**, die darauf abzielt, eine vielfältige Mischung von Mitarbeitenden anzustellen, die unterschiedliche Hintergründe, Erfahrungen und Perspektiven repräsentiert, um Vielfalt am Arbeitsplatz zu erreichen. Wir setzen uns aktiv für die Rekrutierung von Mitarbeitenden aus verschiedenen ethnischen Gruppen, Geschlechtern, Altersgruppen, Religionen, sexuellen Orientierungen und kulturellen Hintergründen ein.

3.3. Einhaltung von Standards

Wir halten uns an ethische Standards und gesetzliche Vorschriften. Das umfasst die Einhaltung von Urheberrechten, Datenschutzbestimmungen, fairen Wettbewerbspraktiken und anderen rechtlichen Anforderungen. Durch die Einhaltung dieser Standards stehen wir für Integrität und ethisches Handeln.

3.4. Verantwortungsvolle Kommunikationsinhalte

Wir stellen sicher, dass die von uns erstellten Inhalte ethisch und moralisch einwandfrei sind und Irreführungen oder manipulative Werbung vermieden sowie die Auswirkungen von Kommunikationsinhalten auf die Gesellschaft berücksichtigt werden. Eine bewusste Entscheidung für ethische Inhalte trägt dazu bei, einen positiven Beitrag zur öffentlichen Debatte und zur Förderung gesellschaftlicher Werte zu leisten.

Wir haben die Werte Ehrlichkeit, Gerechtigkeit und Rechtschaffenheit in unserer Arbeitsweise und in den Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit verankert, um Vertrauen aufzubauen, langfristige Beziehungen zu pflegen und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten.

4. Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen

4.1. Kunden

Unsere Kunden zählen wir zu unseren wichtigsten Anspruchsgruppen. Deshalb wollen wir ihre Bedürfnisse und Erwartungen verstehen und sicherzustellen, dass die angebotenen Dienstleistungen ihren Anforderungen entsprechen. Das erfordert von uns ein hohes Maß an Flexibilität, um auf Kundenfeedback einzugehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

Beispielsweise **nachhaltige Verpackungen** und umweltfreundliche Verpackungsdesigns sind wichtige Aspekte für einige unserer Kunden, die sich für die Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks einsetzen möchten.

Effizientes Verpackungsdesign kann dazu beitragen, Platz und Gewicht zu reduzieren, was wiederum den CO₂-Ausstoß während des Transports verringert. Dies kann durch die Gestaltung von stapelbaren, komprimierbaren oder leichteren Verpackungen erreicht werden.

Ein Beispiel für [nachhaltiges Packaging-Design](#) ist FIONIC. Für das Unternehmen durften wir ein robustes, ökologisches und mehrfach verwendbares Verpackungsmaterial entwickeln und designen.

Seit vielen Jahren arbeiten wir mit Kunden aus dem Energiesektor zusammen. Durch die betreuten Projekte und Inhalte zu **erneuerbaren Energien, klimafreundlichen Arbeitspraktiken, smarten IT-Lösungen und nachhaltiger Mobilität** sind wir umfassend über die Möglichkeiten informiert und im Austausch mit unseren Kunden. Gerade auf den Gebieten können wir viel voneinander lernen und uns so bestmöglich innerhalb unserer Kundenbeziehung ergänzen. Wir möchten, dass sich unsere Kunden mit der Wahl ihrer Agentur wohl und verstanden fühlen. Auch das ist für uns Motivation und Antrieb in allen Belangen unserer Corporate Social Responsibility auf Augenhöhe mit unseren Kunden zu agieren und so Maßnahmen für mehr **Klimaschutz und Nachhaltigkeit** innerhalb der Agenturgruppe anzuschließen und umzusetzen. Bestleistungen erbringen wir zudem nur im Team, wenn sich die Mitarbeitenden wohlfühlen, wozu auch ein nachhaltiges Arbeitsumfeld zählt. Daher sind wir bestrebt unsere Bemühungen stets weiter voranzutreiben zur Zufriedenheit aller Anspruchsgruppen.

Bei der Umsetzung unserer Kundenaufträge arbeiten wir wann immer möglich mit **Lieferanten und Partnern aus dem regionalen Umfeld** zusammen und favorisieren die Unterstützung durch Behindertenwerkstätten beispielsweise künftig beim Konfektionieren unserer Weihnachtskarte.

Da wir intern bereits unsere Web-Prozesse auf **Green Hosting** umgestellt haben, können wir den Nachhaltigkeitswunsch unserer Kunden nachkommen und im Bereich Web-Entwicklung unsere Erfahrungen und Maßnahmen einfließen lassen und somit nachhaltige Web-Projekte und -Kampagnen anbieten.

4.2. Mitarbeitende

Unsere Mitarbeitenden sind unser wertvollstes „Gut“ innerhalb der Agenturgruppe. In diesem Bewusstsein fördern wir ihre Interessen und berücksichtigen ihre Bedürfnisse, um eine positive Arbeitsumgebung zu schaffen und ihre Motivation und Zufriedenheit zu stärken. Zu den bereits beschriebenen Arbeitspraktiken möchten wir hier nochmals die Punkte fair bezahlte Arbeitsplätze, Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung und die Pflege eines offenen und ehrlichen Kommunikationsklimas hervorheben.

4.2.1. Gesundheitsmanagement für unsere Mitarbeitenden

Die **Ergonomie am Arbeitsplatz** ist von großer Bedeutung für das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden. **Höhenverstellbare Tische** bieten eine maßgeschneiderte Lösung, die es den Menschen ermöglicht, ihre Arbeitsfläche auf die für sie ideale Höhe einzustellen, um eine optimale Körperhaltung zu gewährleisten und potenzielle Belastungen und Fehlhaltungen zu reduzieren.

Durch individuelle **Stühle**, die an die Bedürfnisse und Vorlieben angepasst werden können, wird weiterhin eine ergonomische Arbeitsumgebung gefördert, die Komfort und Unterstützung bietet, während die Gesundheit der Mitarbeitenden geschützt wird. Zusätzlich bieten **Rückzugsmöglichkeiten** in Form von ruhigen und abgeschirmten Bereichen die Möglichkeit für Mitarbeitende, sich kurzzeitig zurückzuziehen, um sich zu konzentrieren, zu entspannen oder Privatsphäre für wichtige Gespräche zu schaffen. Durch diese gezielten Maßnahmen zur Förderung der Ergonomie am Arbeitsplatz wird nicht nur das Wohlbefinden der Mitarbeitenden gesteigert, sondern auch ihre Produktivität und Zufriedenheit langfristig gestärkt.

Betriebsinterne Initiativen zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeitenden sind von unschätzbarem Wert für das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit des Teams. Ein betrieblicher Yogakurs bietet nicht nur eine Möglichkeit zur körperlichen Entspannung und Flexibilität, sondern fördert auch mentale Klarheit und Stressabbau, was letztendlich zu einem ausgeglichenen Arbeitsumfeld führt.



Die jährliche Teilnahme am **Firmenlauf** begeisterter Laufkolleg:innen aus den Teams stärkt nicht nur die Gesundheit, sondern auch den Zusammenhalt untereinander, den Teamgeist und die Identifizierung mit dem Unternehmen. Hierfür übernehmen wir gern als Arbeitgeber die Startgebühren für unsere Sportlerinnen und Sportler. Besonders schön zu sehen ist es, wenn sich dem Event weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anschließen und die Läufer:innen von der Strecke aus motivieren und anfeuern. Nach gelaufener Strecke mündet die Aktion in einer gemeinsamen Feierabendrunde, die wir als Firma gern u. a. mit Getränken unterstützen.

Darüber hinaus tragen gemeinsame **Wanderungen** als Angebot zur aktiven Erholung nicht nur zur körperlichen Fitness bei, sondern stärken auch das Teamgefühl und fördern den Austausch außerhalb des Arbeitsplatzes, was wiederum die Mitarbeiterbindung und -motivation stärkt.

Durch diese vielfältigen Angebote zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeitenden zeigen wir nicht nur unser Engagement für das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden, sondern investieren auch in ihre langfristige Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit.

4.2.2. Mentale Gesundheitsförderung der Mitarbeitenden

Wir legen großen Wert auf die **mentale Gesundheit** unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bieten verschiedene Unterstützungsmaßnahmen an, um deren Wohlbefinden zu fördern.

Dazu gehören gecoachte **Workshops**, die den Mitarbeitenden helfen, Stressbewältigungstechniken zu erlernen, ihre Selbstfürsorge zu verbessern und effektive [Strategien zur Bewältigung](#) von Arbeitsbelastungen zu entwickeln. Diese Workshops werden von erfahrenen Expert:innen geleitet, die den Mitarbeitenden dabei helfen, ihre mentale Gesundheit zu stärken, Resilienz aufzubauen und eine gesunde Work-Life-Balance zu erreichen.

In regelmäßigen Abständen führen wir **Mitarbeiter:innenumfragen** online durch, um zu erheben, wie zufrieden die Kolleg:innen mit verschiedenen Themen innerhalb der Agenturgruppe sind. Die abgefragten Themen reichen beispielsweise von Kommunikationskultur, über Feedbackkultur, allgemeine Zufriedenheit sowie die Zufriedenheit mit den Führungskräften. Hier haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit anonym ehrliches, ungefiltertes Feedback zu geben und Dinge deutlich zu machen, die vielleicht auch zu Unzufriedenheit führen. Auf Basis der Umfrageergebnisse erstellt unser People-und-Culture-Team der Agenturgruppe einen Maßnahmenplan, wie wir uns in schlecht-bewerteten Bereichen gemeinsam im Rahmen von Team-Workshops, Trainings und Coachings verbessern können. Ziel ist es, eine positive, angenehme Arbeitsatmosphäre zu schaffen, in denen sich die Mitarbeitenden wohl, gehört und wertgeschätzt fühlen.

Zudem veranstalten wir **Teamevents**, die den Zusammenhalt und das gute Miteinander stärken. Dazu zählen beispielsweise Sommerfeste, Weihnachtsfeiern, gemeinsames Public Viewing, Grill-Mittagspausen oder gemeinsame Frühstücke. Wir sind überzeugt davon, dass eine lockere, ungezwungene Atmosphäre dazu beitragen kann, Vorurteile oder Befindlichkeiten untereinander abzubauen. So lassen sich Probleme leichter ansprechen, klären und miteinander konstruktive Lösungen finden, die zu einem positiven Arbeitsklima beitragen und zum Frustabbau, was wiederum auf die mentale Gesundheit aller Mitarbeitenden einzahlt, wenn sich keiner ungehört oder unverstanden fühlen muss.

Zusätzlich stehen den Mitarbeitenden die Türen offen, um über ihre Anliegen, Sorgen oder Stressoren zu sprechen. Die **Führungskräfte und das HR-Team** der Agenturgruppe stehen jederzeit zur Verfügung, um Unterstützung und Beratung anzubieten und sie bei der Bewältigung persönlicher oder beruflicher Herausforderungen zu unterstützen. Mit unseren drei Fulltime-Arbeitskräften im Departement „People & Culture“ haben wir - bezogen auf unsere Unternehmensgröße - eine branchenweit einzigartige Pro-Kopf-Quote. Die Teamleiterin dieser Abteilung ist Teil unserer Geschäftsleitungs-Crew und damit sehr nah an allen unternehmerischen Entscheidungen unserer Geschäftsführung.

4.3. Dienstleistende, Lieferanten und Partner:innen

Wir arbeiten mit verschiedenen Lieferanten und Partnern zusammen, um unsere Dienstleistungen zu erbringen. Es ist wichtig, **faire und partnerschaftliche Beziehungen** zu unseren Partnern aufzubauen und sicherzustellen, dass deren Interessen ebenfalls respektiert werden.

4.4. Öffentlichkeit

Auch der **Gemeinschaft und der Gesellschaft** gegenüber haben wir eine Verantwortung. Das bedeutet die Sicherstellung der Einhaltung umweltfreundlicher Praktiken und die Beachtung ethnischer Standards, um einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Schließlich müssen wir als Agenturgruppe auch die Interessen von **Regulierungsbehörden** und der breiteren Öffentlichkeit berücksichtigen. Das umfasst die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, die transparente Kommunikation über ihre Aktivitäten und die Bereitschaft zur Rechenschaftspflicht gegenüber der Öffentlichkeit.

5. Achtung der Rechtsstaatlichkeit

Eine Kommunikationsagentur arbeitet oft mit Inhalten, Designs, Marken und anderen geistigen Eigentumsrechten. Es ist daher unerlässlich, dass wir das **Urheberrecht** und andere Rechte Dritter respektieren und einhalten. Dies bedeutet, dass wir sicherstellen müssen, dass wir über die erforderlichen Rechte verfügen, um die von uns genutzten Materialien zu verwenden, und dass unsere Mitarbeitenden keine Urheberrechtsverletzungen begehen.

Um Urheberrechtsverletzungen zu verhindern, ergreifen wir folgende Maßnahmen:

Wir haben klare **Richtlinien** und Verfahren zur Einhaltung des Urheberrechts definiert, die die Verwendung von urheberrechtlich geschützten Materialien, das Erstellen von Inhalten und die Verbreitung von Informationen abdecken.

Regelmäßige **Schulungen und Belehrungen** für Mitarbeitende sind obligatorisch wahrzunehmen, um das Bewusstsein für Urheberrechtsfragen zu schärfen. Mitarbeitende werden über die Bedeutung des Urheberrechts informiert, welche Arten von Materialien geschützt sind und wie sie legal verwendet werden können.

Wir setzen **Technologien** ein, die den Schutz vor Urheberrechtsverletzungen unterstützen, wie z. B. Content-Management-Systeme mit entsprechenden Rechteverwaltungen und Überwachungstools zur Erkennung unautorisierten Gebrauchs von geschützten Inhalten.

Wir überprüfen und aktualisieren unsere Richtlinien und Verfahren regelmäßig, um sicherzustellen, dass sie den aktuellen rechtlichen Anforderungen entsprechen und auf neue Entwicklungen im Bereich des Urheberrechts zu reagieren.

Wir arbeiten mit **Rechtsanwälten** zusammen, die auf Urheberrecht spezialisiert sind, um potenzielle Risiken zu identifizieren, rechtliche Fragen zu klären und gegebenenfalls rechtliche Schritte einzuleiten.

Uns ist es wichtig eine **Unternehmenskultur** zu fördern, die den Respekt für das Urheberrecht und die kreative Arbeit anderer unterstützt. Dies wird durch interne Kommunikation, Anerkennung der Rechte von Urhebern und die Förderung ethischen Verhaltens erreicht werden.

Durch die Kombination dieser Maßnahmen können wir wirksame **Strategien** zur Verhinderung von Urheberrechtsverletzungen implementieren und so unsere rechtliche und ethische Integrität wahren.

Wir verarbeiten personenbezogene Daten im Rahmen unserer Tätigkeiten, sei es für Marketingzwecke, Kundenkommunikation oder andere Zwecke. Daher sind wir der Sicherstellung zur Einhaltung der geltenden **Datenschutzgesetze und -bestimmungen** verpflichtet, um die Privatsphäre und die Rechte der betroffenen Personen zu schützen.

Wir stellen die Einhaltung aller relevanten **Arbeitsgesetze und -vorschriften** sicher, um unsere Mitarbeitenden fair zu behandeln und ihre Rechte zu schützen. Dazu gehören Arbeitszeitvorschriften, Mindestlohnbestimmungen, Gesundheits- und Sicherheitsstandards am Arbeitsplatz und vieles mehr.

Wir beachten Recht und Gesetz unbedingt und halten es ein, um rechtliche Risiken zu minimieren, das Vertrauen unserer Kunden und anderer Stakeholder zu stärken und langfristige Erfolge sicherstellen.

6. Achtung internationaler Verhaltensstandards

Wir orientieren uns an international anerkannten **Verhaltensstandards** und stellen so sicher, dass unsere Aktivitäten und Entscheidungen nicht nur nationalen, sondern auch internationalen Anforderungen und Erwartungen entsprechen. Diese stärken unser Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Agenturgruppe. Es trägt auch dazu bei, positive Veränderungen in der globalen Gemeinschaft zu fördern.

Wir stellen sicher, dass unsere Aktivitäten und Geschäftspraktiken mit den Prinzipien und Standards der **UN-Menschenrechtskonventionen** übereinstimmen. Das bedeutet die Einhaltung fairer und sicherer Arbeitsbedingungen und der Ausschluss keine Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen einzugehen, die Menschenrechtsverletzungen begehen, sind für uns ein „No-Go“.

Wir orientieren uns an den internationalen **Umweltschutzabkommen** und den entsprechenden -konventionen. Das beinhaltet, die Beachtung der Richtlinien zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen, die Nutzung erneuerbarer Energien und nachhaltige Beschaffungspraktiken.

Wir halten internationale Standards und Leitlinien zur **Förderung von Vielfalt und Inklusion** ein, um zu garantieren, dass unsere Arbeitsplatzkultur inklusiv ist und die Vielfalt der Mitarbeiter respektiert und geschätzt wird.

7. Achtung der Menschenrechte

Wir verurteilen Diskriminierung in jeglicher Form und setzen uns dafür ein, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unabhängig von Rasse, Ethnizität, Religion, Geschlecht, sexueller Orientierung oder anderen Merkmalen **gleichbehandelt** werden.

Wir respektieren und fördern die **Meinungsfreiheit und Pressefreiheit**, sowohl innerhalb der Organisation als auch in der externen Kommunikation und Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern.

Wir stellen sicher, dass die **Datenschutzrechte** unserer Mitarbeitenden, Kunden und anderer betroffener Parteien geschützt werden und dass alle Datenschutzbestimmungen und -vorschriften eingehalten werden.

Wir haben ein hohes Bewusstsein unserer **sozialen Verantwortung** und setzen uns aktiv für das Gemeinwohl ein, indem wir uns an gemeinnützigen und kommunalen Projekten beteiligt, um die lokale Gemeinschaft zu unterstützen oder umweltfreundliche Praktiken zu fördern.

Anhang: Rechenschaftsbericht 2023

Im Jahr 2023 haben wir eine Reihe von Maßnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit umgesetzt, um unsere Verpflichtungen gegenüber Umwelt und Gesellschaft zu erfüllen. Dieser Bericht bietet einen transparenten Überblick über die durchgeführten Aktionen und unterstreicht unser kontinuierliches Bemühen, nachhaltige Geschäftspraktiken in unseren Betrieb zu integrieren. Hiermit möchten wir unsere Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit teilen und Rechenschaft über unsere Aktivitäten ablegen.

Maßnahme	Ziel	Ergebnis	Plan für 2024
Umstellung auf ökozertifiziertes Papier	Reduzierung des Papierverbrauchs	zu Jahresende 2023 Umstellung auf Recyclingpapier zu 75 % erfolgt	vollständige Umstellung
Einführung Duplexdruck als Standard	Reduzierung des Papierverbrauchs	Anpassung zu 75 % erfolgt	vollständige Umstellung
Errichtung eines Hochbeetes zum Gemüse,- und Kräuteraanbau	Einführung der Selbstversorgung	Angebote eingeholt Standort identifiziert	Errichtung und Bepflanzung
Installation eines Vogelhauses aus nachhaltigen Materialien	Schaffung eines Lebensraumes für Vögel	Angebote eingeholt, Standort identifiziert	Anbringung
Bau von Insektenhotels	Förderung der Artenvielfalt durch Schaffung von Lebensraum	Angebote eingeholt, Standort identifiziert	Errichtung
Umstellung auf regionale Lebensmittel für die hauseigene Küche	Reduzierung der CO2 Emissionen durch Transport	Prüfung der allgemeinen Machbarkeit durch Probezeit	weitestgehende Umsetzung sowie Lieferant Produkte im Sortiment hat
Umstellung auf ökozertifizierte Reinigungsprodukte	Reduzierung der Umweltbelastung durch Chemikalien	zu 80 % umgestellt	vollständige Umstellung
Umstellung auf ökozertifiziertes Toilettenpapier/ Küchenpapier	Vermeidung von Abholzung durch Verwendung von Recyclingmaterialien	zu 80 % umgestellt	vollständige Umstellung
Einbindung der Mitarbeitenden zur Identifikation mit der Nachhaltigkeit	Erhöhung des Bewusstseins für Nachhaltigkeit	Vergrößerung des Teams	laufender Prozess
Heranführen der Mitarbeitenden an neue Technologien	Einführung von KI in Workshops, Einführung neuer Technologien zur Effizienzsteigerung und Prozessoptimierung	effizienteres Arbeiten durch gezielten Input zum Umgang	Stabilisierung und Erweiterung des Wissens
Förderung der Mitarbeitenden	allgemeine und individuelle Weiterbildungsangebote	Erkennen von Talenten und Kompetenzen	Ausbau und Evaluierung
Führungskräfte-Training	persönliche Weiterbildung, Führungsqualitäten entwickeln	Kompetenzentwicklung und -stärkung für die Förderung des Commitments der Mitarbeitenden	Anwendung und Evaluation zur Reflektion und Nachjustierung

Workshops zu unseren Werten "Prinzipien guter Zusammenarbeit"	Vertiefung und Identifikation mit der eigenen Corporate Culture	Stärkung der Unternehmenskultur	Stabilisierung
Young Talent Programm	Erkennen von Talenten	Nachwuchsförderung und Entwicklung	Bindung der Talente
Creativ Days	Kreativprozesse ganzheitlich, agenturgruppenübergreifend unterstützen	Erfahrungsaustausch zur Kompetenzentwicklung und Teamorientierung	Anwendung der Erfahrungen, Rückgriff ins Team
Kommunikationstraining	Verbesserung der Kommunikation	Klarheit und Sachlichkeit	Übung und Ausbau
Kernfindung Text	Kreativprozesse ganzheitlich unterstützen	Möglichkeit der Reduzierung auf das Wesentliche	Anwendung
Verkaufstraining	Vertiefung von Kenntnissen und im Aufbau von langfristig zufriedenen Kundenbeziehungen	Sicherheit im Umgang mit Kunden und Anwendung der Argumentation	Identifikation und Bezugnahme zum Unternehmen für weiter Sicherheit
Bewegtbild Produktion	Ergänzung des Fachwissens und der Fachkompetenzen	Vertiefung und Ausbau von fachlichen Kenntnissen	Anwendung und Reflektion
Besuch von Messen & Konferenzen	Wissensvermittlung, Netzwerken	Ausbau des Netzwerks und neuer Input	Nutzen des Netzwerks und Anwendung des Wissens in der Praxis
Einbindung der Mitarbeitenden in sportliche Projekte	Bewusstsein für Gesundheit durch Bewegung	Teilnahme am Firmenlauf 2023 und weiterer Events	Erschließung weiterer Möglichkeiten
Einbindung der Mitarbeitenden in die gesellschaftliche Verantwortung	Transparenz in allen Aktivitäten zur Ermutigung der Unterstützung aller Initiativen	Wahrnehmung und Feedback in den sozialen Medien	Gewinnung von Mitarbeitenden, die weitere Projekte unterstützen, leiten u. identifizieren
Weitere Unterstützung in den bereits angestoßenen Projekten	Aufmerksamkeit, Identifikation, Förderung	Aufrechterhalt der Förderung	Weiterführung
kommunal	LOV, Lukas Stern, Kulturhauptstadt	Finanzielle, mediale und persönliche Unterstützung	eigene Medienpräsenz verstärken für mehr Aufmerksamkeit
national	#miteinanderfuerdemokratie	Ehrenamtliche Vorstandstätigkeit und Leitung der Projektgruppe durch GF Joerg Fieback im GWA, Verbreitung	Unterstützung fortlaufend
international	HOPE Cape Town	Awareness schaffen, Spenden generieren durch Erstellung von Kommunikationsmitteln und Social Media Content	Unterstützung fortlaufend
Prüfung geeigneter Verpflichtungsvorlagen	Hilfestellung bei der Thematikumsetzung, Sicherheit im Umgang und Vertiefung	Herausfiltern „Charta der Vielfalt“	Unterzeichnung und Implementierung