NACHHALTIGKEIT FÄNGT BEI UNS AN
AGENTUREN ALS AKTIVE GESTALTERINNEN
DER TRANSFORMATION!

GPRA



MÄRZ 2023



NACHHALTIGKEIT FÄNGT BEI UNS AN

Nachhaltigkeit beginnt bei uns. Bei jeder/m Einzelnen. Bei allen Arbeitgeber:innen. Bei einzelnen Agenturen und dem Agenturverbund. Jetzt. Wir haben heute die Chance, das Morgen zu beeinflussen. Als zukunftsgerichtete Corporate Citizens der nächsten Generation und für die nächste Generation.

Der Kampf gegen den Klimawandel sowie die Bekämpfung sozialer Ungerechtigkeit und gesellschaftlicher Krisen gehören zu den dringlichsten Herausforderungen unserer Zeit. Um eine echte Veränderung zu schaffen, um eine Chance zu haben das 1,5 Grad Ziel noch zu erreichen, muss sich jetzt massiv etwas ändern. Im Selbstverständnis aller und durch konkrete Handlungen.

Der konforme Umgang (Compliance) mit der sich verschärfenden Gesetzgebung u. a. im Rahmen des European Green Deal betrifft schon heute die Agenturbranche und wird künftig mehr und mehr entscheidend für unseren Geschäftserfolg sowie für die Gesellschaft und Gesamtwirtschaft sein.

Auch immer mehr Kunden fordern von ihren Agenturen Beweise für deren nachhaltiges Wirtschaften. Vor dem Hintergrund zahlreicher Regulierungen nehmen Unternehmen uns in die Pflicht, unser Handeln zu dokumentieren. Agenturen haben als Teil der Wertschöpfungskette schließlich einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Nachhaltigkeits-Agenda und Klimabilanz ihrer Kunden.

Letztendlich fordern auch Mitarbeiter:innen und Bewerber:innen dezidiert „mehr Nachhaltigkeit“ von den Agenturen als Arbeitgebe:rinnen ein. Gemeinsam mit ihnen haben wir einen doppelten Hebel für die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit: über das eigene Tun und über die Arbeit für unsere Kunden.

UNSER VERSTÄNDNIS VON NACHHALTIGKEIT: NACHHALTIG IST, WAS LANGFRISTIG HILFT!

Wir haben ein holistisches Verständnis von Nachhaltigkeit, das eng an die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihre Sustainable Development Goals (SDGs) angelehnt ist.

In ihrem Sinne gilt:

NACHHALTIG IST, WAS EINEN ECHTEN IMPACT HAT, EINE MESSBARE POSITIVE VERÄNDERUNG ERREICHT.

Nachhaltige Entwicklung kann nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zielen erreicht werden.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung arbeitet in all diesen Dimensionen und hat sowohl die Nachhaltigkeit der eigenen Agentur als auch die der Kunden fest im Blick.

WIR WOLLEN AUF DREI EBENEN ARBEITEN:

FOOTPRINT HANDPRINT BRAINPRINT



FOOTPRINT
NEGATIVEN IMPACT VERMEIDEN UND REDUZIEREN.

Agenturen sind wichtige Change Agents, um den verantwortungsvolleren Umgang mit Ressourcen voranzutreiben und zur Dekarbonisierung der Gesellschaft beizutragen. Wir fangen bei uns selbst an und helfen unseren Kunden, ihre Ziele zu erreichen. Dabei orientieren wir uns an dem Leitprinzip “Vermeidung vor Reduktion vor Kompensation”.



HANDPRINT
POSITIVEN IMPACT FÖRDERN UND VERSTÄRKEN.

Wir wollen Engagement zeigen und mutig den Weg zu ökologischem und sozialem Fortschritt beschreiten. Dabei nehmen wir z. B. eine Vorreiterrolle mit Blick auf Gleichberechtigung, neue Arbeitsweisen und eine zukunftsgerichtete, integrierende Arbeitskultur ein – durch das eigene Tun ebenso wie durch die Beratungsleistung für unsere Kunden.

BRAINPRINT
RELEVANTES WISSEN AUFBAUEN UND VERBREITEN.

Wissenstransfer und Aufklärung sind Treiber für Transformation. Wir haben ein Selbstverständnis von Agenturen als Challenger, Impulsgeber und Anbieter von Lösungen. Daher bauen wir Wissen zu Nachhaltigkeit im Sinne unserer jeweiligen Marktausrichtungen auf und geben es weiter.

ÜBERGEORDNETES LEITPRINZIP: FOKUS AUF IMPACT

1

WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG – UND FANGEN BEI UNS AN.

Wir sind überzeugt, dass wir als Agenturen eine führende¬ und begleitende Rolle zu mehr Nachhaltigkeit in Organisationen und in der Gesellschaft einnehmen können. Nach dem Motto „Walk the Talk“ beginnen wir bei uns selbst: Wir sind uns einig, dass wir als Branche die Verantwortung haben, Nachhaltigkeit auch agenturintern voranzutreiben. Im Vergleich zu produzierendem Gewerbe ist der Fußabdruck in Kommunikationsagenturen klein. Hebel gibt es aber auch im Kleinen und in der Gesamtbetrachtung des Fußabdrucks im GPRA-Verband liegt echter Impact.

Wir sind überzeugt, dass ein gemeinsamer Standard für Nachhaltigkeits-Reporting und zur Erhebung einer Klimabilanz für (GPRA-Mitglieds-)Agenturen ein möglicher Weg ist, Nachhaltigkeit voranzutreiben.

UNSERE VISION: Alle GPRA-Agenturen sorgen dafür, die Agentur als besseren Arbeitsplatz für Mitarbeiter:innen zu entwickeln, die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren und im Rahmen unserer Kundenarbeit sowie darüber hinaus einen positiven Effekt auf Gesellschaft und Umwelt zu haben. Wir reduzieren vermeidbare Emissionen, fördern Gleichberechtigung und Diversität und arbeiten aktiv an Wissensvermittlung im Bereich Nachhaltigkeit. Denn Wissen ist der erste Schritt in Richtung Veränderung.

WIR FANGEN BEI UNS AN. Gleichzeitig erwarten wir im Sinne einer langfristigen und zukunftsgerichteten Partnerschaft von unseren aktuellen und potenziellen Kunden, dass sie den Klimawandel und gesellschaftliche Herausforderungen anerkennen und ihren Teil zur Lösung beitragen, dabei das Handeln in den Fokus stellen, eine klare Nachhaltigkeits-Roadmap definieren und diese vorantreiben. Wir unterstützen Unternehmen dabei in unserer Agenturrolle.

2

WIR NUTZEN KOMMUNIKATION FÜR DIE TRANSFORMATION – UND SCHAFFEN DAMIT ECHTEN IMPACT.

Wir sind überzeugt, dass wir mit unserer Arbeit einen Beitrag leisten können. Dabei verpflichten wir uns zur Einhaltung des Kommunikationskodex sowie Compliance mit allen weiteren branchenrelevanten Richtlinien und Gesetzen.

Wir nutzen das Beste aus unserer PR-Heritage und verknüpfen dies mit zukunftsgerichteten Themen, um echten Impact zu schaffen und das Vertrauen in die Kommunikationsbranche als Treiber für positive Veränderung weiter zu stärken.

Wir wollen mit dem überzeugen, was wir am besten können: Komplexität reduzieren, aufklären, Themen und Prozesse steuern. Verständnis erreichen. Awareness und Akzeptanz schaffen. Aktivieren. Nach extern für unsere Kunden, aber auch nach intern.

3

WIR SEHEN NACHHALTIGKEIT ALS KONTINUIERLICHE REISE – UND AGIEREN FÜR UNSERE KUNDEN ALS WEGWEISER.

Nachhaltigkeit ist komplex. Es gibt Kunden und Agenturen, die erst am Anfang ihres Weges sind und es gibt Kunden und Agenturen, die schon ein gutes Stück Weg hinter sich haben. Wir werten nicht, aber wir zeigen Haltung. Wir verstehen Nachhaltigkeit als kontinuierliche Reise und sehen uns als Sparringpartner und Impulsgeber. Wir zeigen Möglichkeiten auf und nehmen vielfältige Rollen ein, als Motor, Navigator oder auch als Leuchttürme. Wir zeigen Wege auf, die unseren Kunden sowie anderen Agenturen helfen, ihre Reise zu beschleunigen oder neue Wege zu gehen.

Wir weisen unsere Kunden in unserer Beraterrolle darauf hin, wenn wir Wege als falsch oder Umweg erachten – wir sehen es als unsere Pflicht, Kunden in ihren Zielen zu unterstützen, aber auch vor Risiken zu schützen.

4

WIR SETZEN AUF TRANSPARENZ UND ERGEBNISSE – UND SORGEN DAMIT FÜR POSITIVE VERÄNDERUNG.

Wir kommunizieren glaubwürdig und faktenbasiert, liefern Beweise für unsere Aussagen und verstehen Transparenz als Leitmotiv in der Nachhaltigkeitskommunikation. Greenwashing hat in unserem Selbstverständnis keinen Platz!

Voraussetzung für eine positive Veränderung ist eine solide Datenlage. Wir fordern alle GPRA-Agenturen auf, Daten strukturiert zu erheben, um zu analysieren, wo sie aktuell in puncto Nachhaltigkeit stehen und welche Optimierungspotenziale es gibt. In einem nächsten Schritt ermutigen wir, die Ergebnisse offenzulegen.

Gleiches gilt auch in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden.

5

WIR WOLLEN STANDARDS SETZEN – UND BIETEN MIT EXPERTENWISSEN ORIENTIERUNG.

Wissen ist der Schlüssel zu Veränderung. Nachhaltigkeit ist eine Spezialdisziplin, die auch Spezialwissen erfordert. Die aktuelle Herausforderung: Es gibt keine verbindlichen Definitionen oder Standards für „Nachhaltigkeit“.

Nachhaltigkeitswissen ist nicht geschützt. Jede:r kann sich Nachhaltigkeitsexpert:in nennen. Wir wollen in Eigenverantwortung gemeinsame Standards schaffen, die Vertrauen schaffen und Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Mitgliedsagenturen Orientierung bieten.

Expertenwissen hat einen Preis. Wir bieten dieses Expertenwissen (Strategie & Umsetzung) zu angemessenen Honoraren.



Viele Agenturen haben sich schon auf die Nachhaltigkeitsreise gemacht. Durch dezidierte Beratungsangebote, Wissenstransfer, durch klima- und gesellschaftsrelevante Initiativen.

Erhebungen in der Branche zeigen: Es tut sich was. Aber noch nicht schnell genug. Wir sehen Nachholbedarf auf verschiedenen Ebenen. Durch die gemeinsame Arbeit wollen wir die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit in der Branche beschleunigen:

Wir identifizieren Handlungsnotwendigkeiten, analysieren Optimierungspotenziale und tauschen uns zu Erfolgen sowie Misserfolgen aus, um voneinander zu lernen.

Wir wollen zertifizierte Qualitätsstandards setzen, Erfolge skalieren und miteinander gestalten.

Wir wollen Leitlinien definieren, zu denen sich die GPRA-Mitgliedsagenturen verpflichten und an denen sich die gesamte Kommunikationsbranche orientieren kann.

Orientierung durch Leitlinien und Standards, Best Practices sowie Toolkits stehen bei unserer Roadmap im Fokus.

ZIELE DES ARBEITSKREISES

Aufklärung zu Nachhaltigkeit, Branchenstandards entwickeln,
ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit erreichen und die
Transformation aktiv mitgestalten.

DABEI ARBEITET DER ARBEITSKREIS AUF DREI EBENEN:

1. Nachhaltigkeit in der Kundenarbeit und Qualität der Beratungsleistung.

2. Nachhaltigkeit innerhalb der Agenturwertschöpfungskette selbst.

3. Als nachhaltig handelnde Beratungsunternehmen wahrgenommen werden.

Wir verstehen uns als Vordenker:innen, Impulsgeber:innen, Challenger:innen, Unterstützer:innen, Wegweiser:innen und Mitgestalter:innen – für die GPRA Mitgliedsagenturen ebenso wie unsere Kunden.

Wir wollen aus der Agenturwelt einen aktiven Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel sowie zu Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen leisten – insbesondere innerhalb und aus der Arbeitswelt heraus.

Wir treffen Entscheidungen, die auf die Ziele des European Green Deal einzahlen.

BETEILIGTE AGENTUREN: crossrelations brandworks, Edelman Deutschland, Engel & Zimmermann, Fink & Fuchs, HEINRICH Kommunikation, segmenta und Weber Shandwick. Leitung: Anja Eckert (Weber Shandwick)

ÜBER DEN GPRA E.V.

Die GPRA ist seit 1974 der Verband der führenden PR- und Kommunikationsagenturen Deutschlands und hat ihren Sitz in Berlin. Mit strengen Aufnahmekriterien und hohen Anforderungen an ihre Mitglieder setzt sie Standards in der PR-Branche und fördert den Austausch zwischen den Mitgliedern und Meinungsbildnern. Die GPRA repräsentiert 38 Agenturen mit circa 2.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und einem Marktanteil von fast 50 Prozent.

GPRA

GPRA e.V.
Alt-Moabit 90 · 10559 Berlin
Fon: +49 (0) 30 405599 38
Mobil: +49 (0) 176 647 630 61
E-Mail: info@gpra.de

Anja Eckert-Ellerhold
aeckert@webershandwick.com
Peter Heinrich
peter.heinrich@heinrich-kommunikation.de