

Gruppenweite Strategie und Aktivitäten von Scholz & Friends für mehr

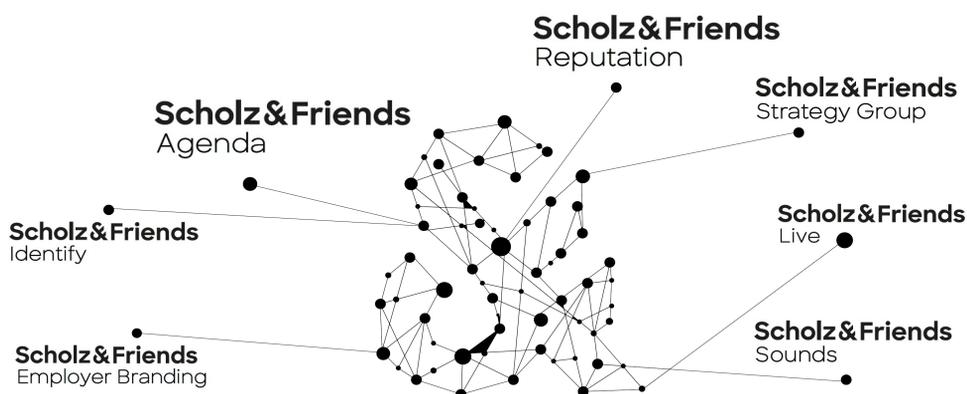
Nachhaltigkeit

Mit Leidenschaft und Kreativität schaffen wir seit 40 Jahren Markenerlebnisse, die das Denken, Fühlen und Handeln von Menschen verändern. Heute entwickeln rund 1.500 Friends an acht Standorten einzigartige Lösungen für einzigartige Kund*innen. Strategische Exzellenz, kreativer Anspruch und vertrauensvolle Partnerschaften sind die Grundlagen unseres Erfolges – in Deutschland, Europa und weltweit. Scholz & Friends ist Teil des globalen Netzwerks VMLY&R innerhalb von WPP. Dies eröffnet unseren Kund*innen die Möglichkeit für internationale Lösungen in mehr als 40 Ländern.

Unsere Verantwortung

Einen Beitrag zur Verwirklichung einer nachhaltigeren und gerechteren Zukunft zu leisten ist heute wichtiger denn je. Scholz & Friends als Agenturgruppe macht da keine Ausnahme – schließlich möchten wir mit unserer Expertise im Bereich Kreation und Nachhaltigkeit einen positiven Beitrag leisten. Wir sind entschlossen uns in Zukunft noch stärker für Themen einzusetzen, die unseren Mitarbeitenden und weiteren Anspruchsgruppen wichtig sind. Daher stehen wir unseren Kund*innen bei Nachhaltigkeitsthemen zur Seite. Und als Agenturgruppe haben wir uns eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie mit Zielen gegeben. Insbesondere ergreifen wir konkrete Maßnahmen zur Verbesserung unserer eigenen Klimabilanz.

Zwei unserer Kompetenzmarken beraten seit vielen Jahren erfolgreich im politischen und unternehmensbezogenen Umfeld von Nachhaltigkeit. Mit Scholz & Friends Agenda begleiten wir Verbände und Einrichtungen aus dem öffentlichen und institutionellen Sektor beim gesellschaftlichen Agenda Setting für Nachhaltigkeits- und Verantwortungsthemen. Mit Scholz & Friends Reputation haben wir eine der renommiertesten Nachhaltigkeitsberatungen aus dem deutschen Markt in den eigenen Reihen. Neben ihrem breiten Kundespektrum unterstützt sie auch uns als Agenturgruppe dabei, ambitionierte Ziele zu entwickeln und Maßnahmen umzusetzen.



Scholz & Friends Reputation

Die Kompetenzmarke Scholz & Friends Reputation

Als Teil der Scholz & Friends Berlin GmbH unterstützt Reputation Unternehmen bereits seit 16 Jahren dabei, Nachhaltigkeit fundiert in ihre Geschäftstätigkeit zu integrieren und Verantwortung von einem defensiven Risikothema zu einer Chancenplattform zu machen. Als Expert*innen für Nachhaltigkeitsberatung entwickeln und implementieren wir passgenaue Nachhaltigkeits- und ESG-Strategien mit messbaren Zielen und Maßnahmen sowie einer effektiven Nachhaltigkeits-Governance. Zudem beraten wir zu aktuellen und künftigen Regulierungsanforderungen und begleiten Unternehmen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsberichten oder der Entwicklung einer Klimastrategie.

Unsere Kommunikationsexpert*innen identifizieren gemeinsam mit unseren Nachhaltigkeitsberater*innen geeignete Themen und Botschaften für die Nachhaltigkeitskommunikation unserer Kund*innen. Sie leiten aus der Nachhaltigkeitsstrategie fundierte und glaubwürdige Kommunikationsstrategien ab, entwickeln Argumentationslinien, identifizieren Zielgruppen und Kommunikationskanäle. Hand in Hand mit den Kund*innen setzen sie intern wie extern effiziente Kommunikationsmaßnahmen um.

Im Kontext der sozialen Nachhaltigkeit berät unser internationales Team auch in den Bereichen Menschenrechte und Lieferketten sowie Diversität, Equity, Inklusion & Belonging. Entlang des gesamten kreativen Prozesses bieten wir unseren Kund*innen „Diversity Sparrings“ an.

Vier Argumente für Scholz & Friends Reputation als Nachhaltigkeitsberatung

- **Wir gehören zu den Top 5.**
Wir sind eine der größten und renommiertesten Nachhaltigkeitsberatungen mit dem USP der Anbindung an das Kommunikationsorchester von S&F.
- **Wir verfügen über umfassende Expertise.**
Unser Angebot umfasst alle relevanten Aspekte und Bedarfe von Unternehmen zu Nachhaltigkeit.
- **Wir arbeiten für ein breites Kundenspektrum.**
Für Einsteiger und Vorreiter, für Mittelständler und DAX-Konzerne bieten wir passgenaue Beratung.
- **Wir haben langjährige Erfahrung.**
Seit 16 Jahren sind wir als Nachhaltigkeitsberatung erfolgreich am Markt tätig.



Scholz & Friends Reputation

Portfolio der Kompetenzmarke Scholz & Friends Reputation



NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Wesentlichkeitsanalysen, Nachhaltigkeitsprogramme, Managementansätze, Governance-Modelle, Leitbildentwicklung, Stakeholdermanagement



ESG & SUSTAINABLE FINANCE

ESG-Strategie & -Management, Ratingmanagement, Analysen zur Regulierung zu Sustainable Finance



NICHTFINANZIELLES REPORTING

Reporting nach freiwilligen und regulatorischen Anforderungen, Standards und Frameworks; Konzeption, Redaktion, Layout



SORGFALTPFLICHTEN IN LIEFERKETTEN

Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz, menschenrechtliche Risikoanalyse, Präventionsmaßnahmen, Grundsatzerklärung und Berichterstattung



UMWELT & KLIMA

Klimastrategien und -management, Reporting nach TCFD, CDP; Kreislaufwirtschaft, Biodiversität



CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY

Digitalisierung und Nachhaltigkeit, Integration von CDR in Nachhaltigkeitsstrategie, CDR-Reporting nach Standards, Wirkungsanalysen



NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Visionen, Interne Kommunikation, Positionierung am Markt, Zielgruppen und Kernbotschaften, Kommunikationskonzepte mit Maßnahmenideen



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Engagementprojekte, Community Involvement, Aufbau von Partnerschaften, Wirkungsorientierte Ausrichtung von Maßnahmen

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Scholz & Friends

Das Partnerboard von Scholz & Friends hat am 15. Dezember 2021 unsere Nachhaltigkeitsstrategie und eine damit verbundene Governancestruktur verabschiedet. Damit ist Nachhaltigkeit prioritär in unsere unternehmerische Agenda eingebunden und klar in der Agenturkultur verankert.

Vorausgegangen war im Jahr 2021 eine umfangreiche Materialitätsanalyse, über die Scholz & Friends seine wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen identifizierte. Folgende 15 Themen wurden für Scholz & Friends festgelegt und mit konkreten Zielen, Maßnahmen und KPIs untermauert. Sie werden uns in unseren Entscheidungen und unserem Handeln leiten.

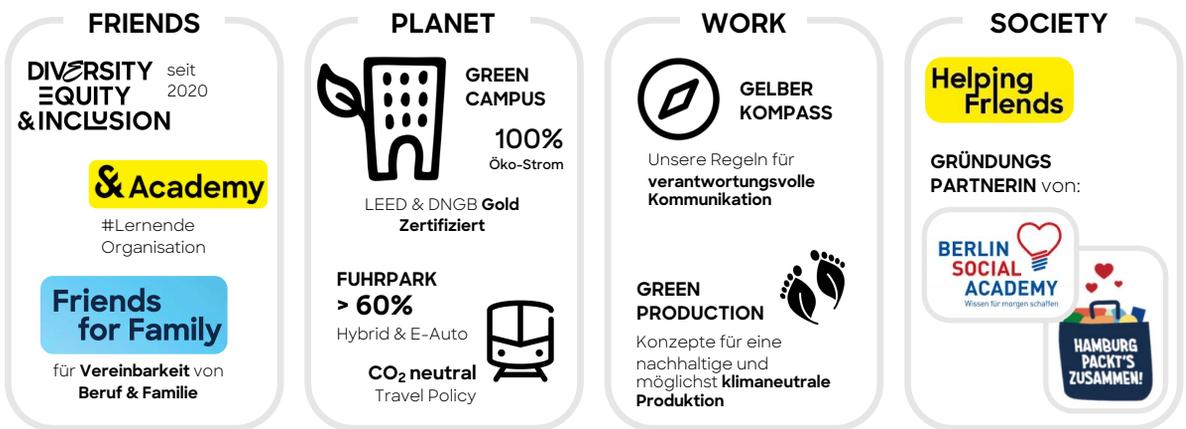
Wesentliche Themen von Scholz & Friends: 15 Verantwortungsthemen in 5 Handlungsfeldern

Unternehmensführung Management	Verantwortungsvolle Unternehmensführung	Datenschutz & Informationssicherheit
	Beschaffung & Lieferkette	
Arbeit für Kund*innen Client Work	Kund*innenzufriedenheit	Nachhaltigkeit in unseren Arbeiten
	Verantwortungsvolle Kommunikation	
Friends Friends	Unternehmenskultur & MA-Zufriedenheit	Talente & Entwicklung
	Attraktiver Arbeitgeber	Diversity, Equity & Inclusion
Umwelt Planet	Klima & Emissionen	Materialien & Ressourcen
	Energie	Umweltbewusstsein
Gesellschaft Society	Gesellschaftliches Engagement & Partnerschaften	

Status Quo von Scholz & Friends

Die Verantwortung der Nachhaltigkeitsstrategie und aller standortübergreifenden Aktivitäten liegt beim CFO von Scholz & Friends. Hier wurde eine Funktion geschaffen, die Umsetzung zu koordinieren sowie die interne und externe Kommunikation zu Nachhaltigkeit zu steuern. Die Umsetzung konkreter Maßnahmen liegt in der Verantwortung der Geschäftsführungen an jedem Standort.

Viele Projekte und Maßnahmen füllen die Nachhaltigkeitsstrategie von Scholz & Friends an allen Standorten mit Leben. Die folgende Übersicht gibt einen Überblick über zentrale Aktivitäten in vier Handlungsfeldern, die für den Arbeitsalltag unserer Friends die größten Auswirkungen haben.



Ausblick

Nachhaltigkeit ist nichts, was nur mit Hilfe eines kleinen Kreises erreicht werden kann. Es muss zum Bestandteil aller Geschäftstätigkeiten sowie zur Aufgabe aller Friends werden. Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht es uns darum, einen Rahmen zu schaffen, leitende Ziele vorzugeben und das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft zu schärfen. Durch die Implementierung der Strategie in unsere tägliche Arbeit möchten wir als Kreativagentur unseren Hebel bei den Kund*innen nutzen. Zugleich wollen wir als gutes Beispiel in der Branche vorangehen. Dafür prüfen wir fortlaufend die Umsetzung unseres Strategie- und Maßnahmenplans an den Standorten und bauen derzeit ein detailliertes Erfassungssystem zum Stand der Zielerreichung auf.

Für weitere Transparenz reichen wir für unseren Berliner Standort die aktualisierte DNK-Erklärung für das Berichtsjahr 2022 nach und streben eine übergreifende DNK-Erklärung für Scholz & Friends für das Berichtsjahr 2023 an.

Nachhaltigkeitsstrategie und Maßnahmenplan von Scholz & Friends

Handlungsfeld: Unternehmensführung / Management

Wesentliches Thema: Verantwortungsvolle Unternehmensführung (Aspekte: Nachhaltigkeitsmanagement; Compliance; Integrität und regelkonformes Verhalten)			
1	Zielsetzung Etablierung einer gruppenweiten Nachhaltigkeitsstrategie	KPI <ul style="list-style-type: none"> • CR-Strategie im Partnerboard verabschiedet • Nachhaltigkeitsverantwortliche in allen Abteilungen/Standorten festgelegt • Prozess zur Klärung, wie Position(en) mit Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement bei S&F etabliert werden können, wurde gestartet 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung einer CR-Strategie • Festlegung von Nachhaltigkeitsverantwortlichen in allen Abteilungen/Standorten • Klärung, wie Position(en) mit Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement bei S&F etabliert werden können
	Zeithorizont bis Ende 2021		
	Verantwortlich für Zielerreichung Partnerboard		
Wesentliches Thema: Beschaffung & Lieferkette (Aspekte: Fairer Umgang mit Lieferant*innen; Nachhaltige Beschaffung; Umweltauswirkungen in der Lieferkette; Menschenrechte und Arbeitspraktiken in der Lieferkette)			
2	Zielsetzung Zusammenarbeit ausschließlich mit Partner*innen, die sich den hohen Standards des WPP-Verhaltenskodex, Arbeitsrechtsstandards, den Menschenrechten sowie dem Schutz der Umwelt verpflichten	KPI <ul style="list-style-type: none"> • alle Partner*innen unterzeichnen 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> • Prüfung auf Basis eines Kriteriensets • Unterzeichnung des WPP-Verhaltenskodex
	Zeithorizont fortlaufend		
3	Zielsetzung Etablierung einer nachhaltigeren Beschaffung	KPI <ul style="list-style-type: none"> • relevante Produktgruppen wurden benannt • nachhaltige Produktalternativen wurden identifiziert • Prozess zur Umstellung des Einkaufs wurde angestoßen 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von relevanten Produktgruppen • Prüfung von nachhaltigen Alternativen
	Zeithorizont fortlaufend		

Handlungsfeld: Arbeit für Kund*innen / Client Work

Wesentliches Thema: Kund*innenzufriedenheit

(Aspekte: Kreative und strategische Exzellenz; Top-Beratung; Multispezialist mit einem breiten Spektrum an Kompetenzmarken; Service und Kund*innenerlebnis)

1	Zielsetzung Langfristige Bindung von Entscheider*innen und Kund*innen	KPI <ul style="list-style-type: none"> erreichte Punktzahl in einem Kund*innenbewertungstool mind. 80 % regelmäßige qualitative Evaluation 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> regelmäßige Kontaktpflege (Glückwünsche, saisonale Aufmerksamkeiten) standardisierter, aber kreativer, Scholz & Friends-Merchandising Bauchladen jährlicher bzw. halbjährlicher Austausch je Kunde, Etat bzw. Projekt für Top 20
	Zeithorizont fortlaufend		
	Verantwortlich für Zielerreichung Orchestration & New Business		
2	Zielsetzung Stetiger Kund*innenausbau und Kund*innenaufbau sowie Orchestrierung durch Gewinnung von Folge- und Neuaufträgen (Projekt und Rahmenverträge sowie Beauftragung von Tochterunternehmen)	KPI <ul style="list-style-type: none"> Anzahl der Folgebeauftragungen nach Initialprojekt/Vertrag Erfolgsquote bei Pitch und Neugeschäftsanbahnungen (unabhängig von Preisentscheidungen) 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Growth-Matrix für Kund*innen ab 500.000 Euro Jahres-Honorar, Tracking
	Zeithorizont fortlaufend		
	Verantwortlich für Zielerreichung Kund*innenverantwortliche & New Business		

Wesentliches Thema: Verantwortungsvolle Kommunikation

(Aspekte: Aufrichtigkeit in der Kommunikation; Einhaltung von Marketingstandards; Ethische Entscheidungen)

3	Zielsetzung Verabschiedung und Kommunikation von Prinzipien zu verantwortungsvoller Kommunikation bei S&F	KPI <ul style="list-style-type: none"> Prinzipien verabschiedet Angebot in Academy etabliert Anzahl der Vorfälle/Jahr 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung von Prinzipien zur verantwortungsvollen Kommunikation Academy Session konzipieren und umsetzen Aufnahme in Onboardingunterlagen & Friendsnet
	Zeithorizont bis Ende Q2 2022		
	Verantwortlich für Zielerreichung Finance		

Wesentliches Thema: Nachhaltigkeit in unseren Arbeiten

(Aspekte: Begleitung der sozial-ökologischen Transformation unserer Kund*innen; Impact durch unsere Arbeiten; Nachhaltigkeit in der Produktion)

4	Zielsetzung Ausbau der Arbeiten mit inhaltlichem Bezug zu sozial-ökologischer Transformation	KPI <ul style="list-style-type: none"> Anzahl an Projekten mit inhaltlichem Nachhaltigkeitsbezug 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von mindestens einer Pro-Bono-Kampagne zu dem Thema pro Jahr Priorisierung der NH-Themen im Neugeschäft sowie bei Bestandskund*innen
	Zeithorizont bis 2025		
	Verantwortlich für Zielerreichung Partnerboard		
5	Zielsetzung Erstellung eines Konzepts für eine nachhaltige und möglichst klimaneutrale Produktion/Event/FFF (Film-, Funk- und Fernsehwerbung)/Media, klimaneutrales Campaigning usw.	KPI <ul style="list-style-type: none"> Verabschiedung des Konzeptes 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Etablierung einer Position mit Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement bei S&F zur Steuerung des Erarbeitungsprozesses Identifikation von relevanten Bereichen mit Hebelwirkung in unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette Prüfung von nachhaltigen Alternativen Erarbeitung und Implementierung des Konzeptes
	Zeithorizont bis 2023		
	Verantwortlich für Zielerreichung Nachhaltigkeitsmanagement		

Handlungsfeld: Friends / Friends

Wesentliches Thema: Unternehmenskultur & Mitarbeitenden-Zufriedenheit

(Aspekte: Gutes Arbeitsumfeld, Friends-Kultur und Wertschätzung; Moderne Führungskultur; Dialog und Kommunikation; Förderung des Miteinander (Teamevents, Feiern, Reisen))

1	Zielsetzung Förderung einer modernen Führungskultur (Servant Leadership)	KPI • Führungsfeedback • Anzahl Teilnehmenden an Coaching & Training	Maßnahme/-n • Trennung Fach/Führung • Führungskräfte Trainings & Coaching
	Zeithorizont fortlaufend		

Wesentliches Thema: Talente & Entwicklung

(Gewinnung, Entwicklung und Bindung von Talenten; Kompetenzen, Schulungen und Weiterbildungen)

2	Zielsetzung Weiterentwicklung der Mitarbeitenden	KPI • Anzahl der Weiterbildungsangebote • Anzahl Teilnehmer*innen • Feedback	Maßnahme/-n • Konstantes und gut aufgestelltes Development Team • Weiterbildungsbudget • Unterstützung von externer Weiterbildung (Studium etc.)
	Zeithorizont fortlaufend		
3	Zielsetzung Klare Entwicklungsmöglichkeiten	KPI • Developmentpfade erstellt	Maßnahme/-n • Erstellung von Development Pfaden
	Zeithorizont Q4 2022/Q1 2023		
4	Zielsetzung Abbau von Hierarchien und Austausch zwischen Junioren und Top Level	KPI • Anzahl Teilnehmer*innen • Feedback	Maßnahme/-n • Reverse Mentoring
	Zeithorizont fortlaufend		

Wesentliches Thema: Attraktiver Arbeitgeber

(Flexible Arbeitsmodelle (z.B. Remote, Teilzeit); Work-Life-Balance, Vergütung und Benefits; Gesundheitsschutz und Wohlbefinden)

5	Zielsetzung Förderung von flexiblem Arbeiten	KPI • n/a	Maßnahme/-n • 45 Tage work from EU • Laptops für alle • Aufhebung der festen Arbeitsplätze • Flexibilität des Arbeitsortes (Remote Work) • Verkürzung der Kernarbeitszeit
	Zeithorizont Q4 2021		
6	Zielsetzung Vereinbarkeit von Beruf & Familie	KPI • Survey	Maßnahme/-n • Voioo Familienservice • Elternzeit Coachings • Fair Share Bonus • Job Sharing • Teilzeit • Flexible Arbeitszeiteinteilung
	Zeithorizont Q4 2021		
7	Zielsetzung Gesundes Arbeitsumfeld & Mentale Gesundheit	KPI • Anzahl der Krankheitstage • Langzeitkrankheiten • Survey	Maßnahme/-n • Nilo.health • Sportangebote • Firmenlauf
	Zeithorizont fortlaufend		

Wesentliches Thema: Diversity, Equity & Inclusion

(Förderung von Vielfalt und Integration; Chancengleichheit und Geschlechtergleichstellung; Diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld)

8	Zielsetzung Schaffung eines inklusiven Arbeitsumfelds	KPI • Umfragen • Frauenquote	Maßnahme/-n • D.E.I Aktionsplan & Programm • Unconscious Bias Trainings • Kommunikations-trainings • Brave Questions Save Spaces Sessions • ERGs (&Queer, &Mosaic, &Fourcorners) &WOW • Compliance
	Zeithorizont fortlaufend		
9	Zielsetzung Etablierung von Strukturen, die Diversität, Gleichstellung und Inklusion fördern	KPI • 30 % Frauen in Führung Level 1-2 Ende 2021 • 50 % Frauen in Führung Ende 2025	Maßnahme/-n • Beförderungen • Rücktritte • Neue Hirings • Friends & Family
	Zeithorizont fortlaufend		
10	Zielsetzung AGG Compliance	KPI • Anzahl der Meldungen • Reaktionszeit	Maßnahme/-n • Neuer Prozess
	Zeithorizont fortlaufend		

Handlungsfeld: Umwelt / Planet

Wesentliches Thema: Klima & Emissionen
(Aspekte: Reduktion von CO₂- und THG-Emissionen; Verringerung von Emissionen aus unseren Gebäuden; Mobilität (Geschäftsreisen und Dienstwagen); Umweltfreundliche Technologien/Green IT)

1	Zielsetzung Senkung des Scope-1 und Scope-2 CO ₂ -Ausstoß pro Kopf auf 0,41 bzw. bezogen auf Basisjahr 2019 um 50 % pro FTE	KPI <ul style="list-style-type: none"> Absoluter CO₂-Ausstoß gesamt in tCO₂eq CO₂-Ausstoß pro Kopf in tCO₂eq 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Verbesserung Energieeffizienz in IT und Gebäuden: LEED Gold NH-Zertifikat Reduzierung von Flügen, festgehalten in der S&F Reisekostenrichtlinie. (Falls Flüge notwendig sind, dann werden diese kompensiert.) Reduktion von Dienstreisen generell Programm für klimaneutrales Reisen ab 2019 Umstellung des Fuhrparks auf Hybrid und E-Autos; Jobräder; ÖPNV-Tickets Nutzung von Strom aus Erneuerbaren Energien Abschaltung von Servern in Berlin und Hamburg und energieeffizientere Speicherung in der Cloud
	Zeithorizont bis 2030		
1a	Zielsetzung Zwischenziel: Reduktion der Flüge um mind. 33 % (wünschenswert 50 %) bezogen auf Basisjahr 2017	KPI <ul style="list-style-type: none"> Anzahl Flugreisen pro FTE 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Bahn Videoconferencing
	Zeithorizont bis 2030		
1b	Zielsetzung Zwischenziel: Senkung des Flottenverbrauchs im Schnitt um mind. 33 % (wünschenswert 50 %) bezogen auf Basisjahr 2017	KPI <ul style="list-style-type: none"> Durchschnittlicher Flottenverbrauch in g CO₂ / km 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Fokus auf Hybrid oder E-Modelle bei Neubeschaffung Anreize
	Zeithorizont bis 2030		
2	Zielsetzung Entwicklung von Prozessen, die die Messung unseres Scope-3 CO ₂ -Ausstoßes ermöglichen	KPI <ul style="list-style-type: none"> Überblick über die Möglichkeiten zur Erfassung der Scope-3-Emissionen 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Recherche nach geeigneten Tools zur Messung
	Zeithorizont bis 2025		

Wesentliches Thema: Energie
(Aspekte: Nutzung Erneuerbarer Energien; Energieeinsparungen)

3	Zielsetzung Bezug von 100% des Stroms aus Erneuerbaren Energien	KPI <ul style="list-style-type: none"> Anteil des bezogenen Stroms aus Erneuerbaren Energien 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Anbieterwechsel/Tarifwechsel, wo noch nicht geschehen
	Zeithorizont bis 2023		
4	Zielsetzung Verbesserung der Energieeffizienz in IT und Gebäuden um 20 % pro FTE im Vergleich zu 2019	KPI <ul style="list-style-type: none"> Energieverbrauch in kWh (Strom und Gas) 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> LED Licht- und Zeitsteuerung Modernere Mietflächen Awareness
	Zeithorizont Q4 2021		

Wesentliches Thema: Materialien & Ressourcen
(Aspekte: Ressourcen- und Materialverbrauch (Wasser, Papier, Verpackungen); Abfall und Entsorgung)

5	Zielsetzung Einsparung von Ausdrucken um 20 % pro FTE im Vergleich zu 2019	KPI <ul style="list-style-type: none"> Anzahl Ausdrücke Prozentsatz Farbdruck 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Verzichten, wo möglich und sinnvoll, Print on demand Voreinstellungen s/w Awareness
	Zeithorizont bis 2023		

Wesentliches Thema: Umweltbewusstsein
(Aspekte: Sensibilisierung und Förderung von Umweltbewusstsein an den Standorten)

6	Zielsetzung Etablierung einer Gruppe "Green Friends" pro Standort	KPI <ul style="list-style-type: none"> Etablierung der Green Friends - Gruppen pro Standort Anteil Teilnehmer*innen an Weiterbildung in % der Gesamtbelegschaft 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> Etablierung einer Position mit Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement bei S&F mit Zuständigkeit für die Green Friends Initiative Vorstellen des Aufgabenbereichs von Green Friends Teilnahme aller Führungskräfte und Mitarbeitenden an einer Weiterbildung zur Sensibilisierung und Förderung von Umweltbewusstsein an den Standorten (Academies, Umweltknigge, Townhall, Mailings usw.)
	Zeithorizont bis Ende 2023		

Handlungsfeld: Gesellschaft / Society

Wesentliches Thema: Gesellschaftliches Engagement & Partnerschaften
(Pro-Bono-Projekte; VMLY&R Foundation Day)

1	Zielsetzung Konzept zur Beteiligung von S&F am VMLY&R Foundation Day	KPI <ul style="list-style-type: none"> • Konzept zur Umsetzung erarbeitet (ja/nein) • Anzahl Teilnehmer*innen am Foundation Day 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> • Etablierung einer Position mit Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement bei S&F mit Zuständigkeit für den VMLY&R Foundation Day • Konzept und Umsetzung für die Beteiligung von S&F am VMLY&R Foundation Day ab 2023, im jährlichen Office-Wechsel
	Zeithorizont bis Ende 2023		
2	Zielsetzung Förderung von Pro-Bono-Aktivitäten an allen Standorten	KPI <ul style="list-style-type: none"> • Prozess etabliert (ja/nein) • Anzahl der für Pro-Bono-Tätigkeiten geleisteten Stunden 	Maßnahme/-n <ul style="list-style-type: none"> • Bestandsaufnahme und Etablierung eines Prozesses zur Steuerung und Messung
	Zeithorizont bis Ende 2023		