

tagsüber, weil es besser zu ihrem Lebensstil passt. Andere erledigen ihre Arbeit in der Früh und nehmen sich dann zwei Stunden und gehen ins Fintnessstudio. Natürlich lässt sich nicht alles vereinbaren, aber viel ist heutzutage schon möglich. Wir sind auch eine Agentur, die das Thema Frauen und auch das Thema LGBT sehr offensiv angegangen ist, um auch hier Position zu be-



© Martina Berger

”

Wir verbinden bei Ketchum strategisches Denken mit Ideenreichtum, Unkonventionalität und Kreativität. Wir haben in jedem Feld große Expertise.

Saskia Wallner
GF Ketchum AT

“

ziehen, und gerade was unsere Mitarbeiterinnen, aber auch Führungskräfte betrifft, tun wir sehr viel, um hier neue Möglichkeiten zu schaffen, sich als Mitarbeiterin weiterentwickeln zu können.

medianet: Bleiben wir beim Thema Frauen. Die Kommunikationsbranche ist zwar von Frauen dominiert, in den höheren Positionen sind sie aber seltener zu finden. Ich weiß, dass Ihnen dieses Thema ein Anliegen ist.

Rafferty: Bei Ketchum sind mittlerweile 50% unserer rund 70 Global Partner Frauen, bei unseren Mitarbeitern sind es 65%. Wir möchten, dass Ketchum ein Unternehmen wird, das für Frauen in unterschiedlichen Lebensphasen ein geeigneter Arbeitsplatz ist. Wir haben eine neue Unternehmenspolitik, die sich unterschiedlichen Lebensformen widmet. Es geht um Inklusion statt um Exklusion. Jeder soll sich in unserer Unternehmenskultur wiederfinden.

Wallner: Auch im Bereich Flexible Working sind wir in Wien sehr weit – mir geht es um ein Balanced Work-Life für alle unsere Kollegen, egal ob es eine Mutter oder ein Vater mit dem Wunsch nach der Integration von Familie und Arbeitsleben ist oder ein Kollege, der nach fünf Jahren vollem Einsatz nun eine zehnmonatige Weltreise gemacht hat und im März schon wieder zurückkommt. Das ist einer unserer größten Stärken und hilft uns, im War for Talent die besten Mitarbeiter zu finden.

Rafferty: Dafür ist natürlich eine offene Kommunikation zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern essenziell. Wir möchten

auch immer mehr hin zu Open Work Spaces und sagen unseren Mitarbeitern: ‚Es ist egal, wo du arbeitest; wenn du dich konzentrieren kannst und gute Arbeit leistest, ist das für uns in Ordnung.‘

”

Es geht uns um Inklusion statt um Exklusion. Jeder, egal in welcher Lebensform er sich befindet, soll sich in unserer Unternehmenskultur wiederfinden

Barri Rafferty
Global CEO Ketchum

“

medianet: Und wie sieht die Zukunft von Ketchum allgemein aus?

Rafferty: Wir haben das vergangene Jahr an unserem Marken-

image gearbeitet. Wir wollen unseren Kunden die bestmögliche Expertise und vielfältige Skills bieten, egal um was es geht. Wir sehen uns als ihr Partner, dem sie vertrauen können und der ihnen hilft, ihre Marke und ihren Ruf aufzubauen. Dazu nutzen wir einerseits Datenanalysen, um unsere Kunden zu verstehen und bestmöglich mit ihnen zu arbeiten. Auf der anderen Seite stehen unsere Kreativität und unsere Ideen. Wenn wir die beiden vereinen, sind wir gut aufgestellt.

Wallner: Wir verbinden strategisches Denken mit Ideenreichtum, Unkonventionalität und Kreativität – und wir haben in nahezu jedem Feld Experten. Unser Vorhaben für die nächsten ein bis zwei Jahre ist es, in puncto Datenanalyse noch stärker zu werden. Influencer Relations sind uns auch wichtig sowie der gesamte Bereich der Change-Kommunikation – nicht umsonst bin ich auch im Bereich der Systemischen Beratung ausgebildet, ein Asset, das mich im Lauf der Jahre sowohl zu einer noch besseren Beraterin als auch zu einer besseren Leaderin gemacht hat.