

**Präsentation**

Jürgen Bauer,
Sabrina Oswald,
Friedrich Hinterberger, Eva
Mandl, Michael
Thurrow.

Berücksichtigung der SDGs im Arbeitsalltag hat auch einen positiven Effekt auf die Unternehmenskultur. Gemeinsame Ziele stärken das Gemeinschaftsgefühl.“

Komplexe Themengebiete

Das Ideenbuch fungiert als ein Einstieg in das komplexe Thema der Sustainable Development Goals (SDGs) und soll alle Unternehmerinnen und Unternehmer – von Einzelunternehmen, über Kleinbetriebe bis hin zu großen Unternehmen – ansprechen.

Bauer betont die Rolle der Branche als Vorreiter für gesellschaftlichen Wandel: „Vor allem in einer Vorreiterbranche wie der Werbung und Marktkommunikation kann und muss sogar diese wichtige Pionierarbeit geleistet werden, damit wir als Gesellschaft den Transformationsprozess schaffen.“ Es wird deutlich, dass die Werbebranche eine Schlüsselrolle bei der Förderung einer nachhaltigen Gesellschaft einnimmt und diese Verantwortung ernsthaft wahrnimmt. (red)

”

Mit dem Ideenbuch, welches die Fachgruppe heute vorstellt, gibt es nun ein umsetzungsorientiertes Handwerkszeug für den unternehmerischen Alltag.

Jürgen Bauer
Obmann
Fachgruppe

“

Ein Ideenbuch für Nachhaltigkeit

Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation: Eine Anleitung für erfolgreiche Transformationsprozesse.

WIEN. Die Werbebranche in Wien hat ein Ideenbuch vorgestellt, das als Leitfaden für erfolgreiche Transformationsprozesse beim Thema Nachhaltigkeit dient. Jürgen Bauer, Obmann der Fachgruppe Werbung- und Marktkommunikation Wien, der in Wien über 12.600 Unternehmen aus der Werbe- und Kommunikationsbranche vertritt, unterstreicht die Relevanz von Nachhaltigkeitsmaßnahmen für die Branche: „Für über 70 Prozent der Unternehmen in unserer Branche sind Nachhaltigkeitsmaßnahmen von großer Bedeutung.“ Dies verdeutliche die wachsende Sensibilität innerhalb der Branche für ökologische und soziale Belange, so der Fachgruppenobmann.

Das Ideenbuch wurde entwickelt, um nicht nur theoretische

Ansätze zu liefern, sondern konkrete Handlungsvorschläge zu präsentieren. Sabrina Oswald, Initiatorin des Ideenbuchs, erklärt: „Unser Ideenbuch soll anregen und gewissermaßen ein How-to SDG für die Branche sein, um sich selbst umzustellen.“ Dabei werden nicht nur ökologische Aspekte berücksichtigt, sondern auch die mentale Gesundheit der Mitarbeiter sowie Fragen der Barrierefreiheit, Inklusion und Diversität.

Unternehmer an Bord holen

Michael Thurrow, Managing Partner von Shift11, der die Fachgruppe unterstützte, hebt hervor: „Es wird Zeit, die Unternehmerinnen und Unternehmer an Bord zu holen und konkrete Maßnahmen umzusetzen. Die Bereitschaft ist da.“ Dies zeigt, dass die Branche

sich zunehmend ihrer Verantwortung bewusst wird und den Wandel aktiv vorantreibt.

Die Bedeutung der Werbe- und Kommunikationsbranche als Treiber für nachhaltigen gesellschaftlichen Wandel wird auch von prominenten Unterstützern wie Friedrich Hinterberger vom Club of Rome hervorgehoben. Er sieht die Branche als „starken Hebel, um das Bewusstsein der Menschen auf Nachhaltigkeit zu schärfen“. Dies unterstreicht die Potenziale, die in der Kommunikation liegen, um eine breite Öffentlichkeit für nachhaltige Themen zu sensibilisieren.

Eva Mandl, Agenturchefin bei Himmelhoch PR, berichtet von den positiven Effekten nachhaltigen Managements auf die Unternehmenskultur und den Zusammenhalt im Team: „Die