

CSR-Support als ikp-Schwerpunkt

Nicht zuletzt die neue CSR-Directive der EU sorgt für eine vermehrte Nachfrage nach Beratung.

... Von Sascha Harold

WIEN. ikp hat eine standortübergreifende Taskforce eingesetzt, die den CSR-Support für Kunden weiterentwickeln soll. Mit dem neuen Schwerpunkt will die Agentur praxisnahe Beratung bieten und damit u.a. auch den gestiegenen gesetzlichen Anforderungen in diesem Bereich Rechnung tragen. „Nachhaltigkeit ist kein vorübergehender Trend, sondern vielmehr eine strategische Notwendigkeit für Unternehmen“, erklärt Ines Schmied-Binderlehner, Senior Consultant bei ikp Wien und Certified Sustainability Communications Expert.

Gesteigerter Bedarf

Als PR-Agentur spiele man eine Doppelrolle bei der Unterstützung des Wandels – einerseits durch eigenes Handeln, andererseits durch die Zusammenarbeit mit Kunden bei der Förderung nachhaltiger Praktiken, ergänzt Schmied-Binderlehner. Der Bedarf nach Nachhaltigkeitkommunikation hat sich in den letzten Jahren aus mehreren Gründen gesteigert: „Verbraucherinnen und Verbraucher wie auch Investoren erwarten von Unternehmen nicht nur qualitativ hochwertige Produkte bzw. positive Renditen, sondern auch einen verantwortungsbewussten Umgang mit Umwelt und Gesellschaft. Infolgedessen ist die Nachfrage nach transparenter und glaubwürdiger Nachhaltigkeitskommunikation gestiegen.“

Auf der anderen Seite gibt es zunehmend auch rechtlich verpflichtende Aufgaben im Bereich Nachhaltigkeit. So will die EU mit der „Green Claims Directive“



Ines Schmied-Binderlehner ist Senior Consultant bei ikp Wien.

gegen das nach wie vor verbreitete Greenwashing vorgehen.

Bloße Lippenbekenntnisse rund um nachhaltiges Handeln werden also schon bald nicht mehr ausreichen. Kommunikation könne hier eine zentrale Rolle einnehmen, so Schmied-Binderlehner: „Wir verstehen und verwenden Nachhaltigkeit nicht nur als Buzzword, sondern sehen darin einen grundlegenden Wert, der in der Unternehmenskultur verankert sein muss. Nachhaltigkeit kann und soll nur kommuniziert werden, wenn die konkrete Bereitschaft da ist, nachhaltig zu handeln – alles andere fällt unter Greenwashing.“

Verbunden mit den neuen Regeln sind auch umfassendere Berichtspflichten. Das bedeutet erhöhten Support-Bedarf bei Kunden, dem ikp unter anderem mit der neuen Taskforce begegnen will. Das Leistungsspektrum der Agentur ist dabei breit, Schmied-Binderlehner fasst zusammen: „Wir betreiben Storytelling über alle verfügbaren und je nach Zielgruppe sinnvollen Kanäle – das ist unsere Expertise, nicht nur beim Thema Nachhaltigkeit. Wir kennen uns aus mit Corporate Publishing und kreieren seit Jahren Nachhaltigkeitsberichte zur Darstellung der sozialen und ökologischen Aktivitäten von Unternehmen.“

#KTAG 2024

Nachhaltigkeit im Fokus

WIEN. Am 25. Juni geht der Österreichische Kommunikationstag, veranstaltet vom Public Relations Verband Austria, in Wien über die Bühne. Das diesjährige Motto lautet „Mission Possible – wirksam kommunizieren zwischen Idealismus und ESG-Ratings.“

GRAYLING

Auszeichnung für Arbeitgebermarke



WIEN. Grayling freut sich über zwei Preise: Nach dem Gewinn des Österreichischen Staatspreises PR im Februar hat sich die Agentur Silber beim D-A-CH Employer Branding Award 2024 für die beste Arbeitgebermarke gesichert. Ausschlaggebend für den Erfolg war die Arbeitszeitverkürzung auf 32 Wochenstunden bei vollem Gehalt. „Arbeitszeitflexibilität und Wohlbefinden gehen Hand in Hand“, so Sigrid Krupica (Bild l.), CEO von Grayling, die sich mit Grayling Managing Director Nicole Hall (r.) über die Auszeichnung freut und ergänzt: „Effizienz, eine starke interne und externe Kommunikation sowie eine gehörige Portion Mut sind unsere Schlüssel zum Erfolg. Die Auszeichnung als ‚Beste Arbeitgebermarke 2024‘ in Silber beweist, dass es sich lohnt, Haltung zu zeigen und neue Wege zu gehen.“