



30. September 2009

3. Icon CSR-Tag „Ist da jemand?!“ am 6.10.09 gemeinsam mit dem ZAB Nürnberg

### **Hilfe, die ankommt in Nürnberg – ZAB und Icon Added Value kooperieren am Icon-CSR-Tag „Ist da jemand?!“**

NÜRNBERG. – Für Icon Added Value, das Nürnberger Markenberatungsinstitut, fällt der jährliche CSR-Tag „Ist da jemand?!“ dieses Jahr in die „Woche des Bürgerlichen Engagements“ der Stadt Nürnberg. „Das war reiner Zufall“, meint Dr. Hildegard Keller-Kern, Mitglied der Geschäftsleitung und verantwortlich für CSR (Corporate Social Responsibility oder zu Deutsch: Unternehmensverantwortung) bei Icon Added Value. „Denn jedes Jahr schließen wir unser Büro am Thumenberger Weg und arbeiten einen Tag lang für andere. An unserem CSR-Tag "Ist da jemand?!" verteilt uns das Zentrum für Aktive Bürger (ZAB) auf 13 Projekte im Großraum Nürnberg. Wir pflegen dann Biotope, renovieren Kindergärten, bauen Ziegenställe, begleiten Demenzerkrankte in den Zoo, usw. Ein Tag im Jahr, von dem alle bei Icon ausnahmslos schwärmen, glücklich sind, über das Geleistete und wir uns alle "richtig gut fühlen". Hand aufs Herz - davon profitieren nicht nur die vom ZAB ausgesuchten Projekte und Einrichtungen, sondern eindeutig auch jeder Einzelne von uns sowie Icon als Unternehmen.“

Unter den diesjährigen Projekten findet sich erneut ein Tagesausflug mit an Demenz erkrankten Bewohnern und Gästen des Diakoniezentrums Mögeldorf. In einer 1:1 Betreuung – ein Bewohner oder Gast und ein Icon-Mitarbeiter - fährt die Gruppe ins Kindermuseum Nürnberg und besucht die Ausstellung „Alltag der Großeltern“ im Kachelbau. Das Ziel dabei: Senioren und Icon-Mitarbeiter tauchen gemeinsam ein in das Leben wie vor 100 Jahren. Es wird unter Anleitung eine Kartoffelsuppe wie anno dazumal gekocht,



für die Butterbrote muss Butter geschlagen werden und es wird Gerstenkaffee hergestellt. Das Ergebnis der Bemühungen in 30 Teamarbeit wird dann als Mittagessen gemeinsam gegessen.

Keller-Kern: „Warum engagieren wir uns im Rahmen unserer Möglichkeiten? Zum einen wollen wir mit unseren CSR-Projekten (Sponsoring: Turm der Sinne, Pro Bono Projekte: Tiergarten Nürnberg, Fachakademie der Wirtschaft der Stadt Nürnberg, Netzwerk Nordbayern, Talking Eyes & more) unserer Verantwortung als Unternehmen gegenüber unserer Kommune gerecht werden und Aufgaben übernehmen, die nicht (mehr) alleine von der Stadt Nürnberg oder dem Staat geleistet werden können. Zum anderen wollen wir aber mit unserem CSR-Tag "Ist da jemand?!" ganz konkret und pragmatisch Hilfe leisten und anpacken. Die Zusammenarbeit mit dem ZAB macht die Durchführung eines solchen Tages für ein Unternehmen unserer Größenordnung überhaupt erst möglich und garantiert zugleich, dass unsere Hilfe bei den richtigen Projekten und Einrichtungen ankommt. Dafür dem ZAB herzlichen Dank!

### **Unternehmensverantwortung bei Icon Added Value**

Was bedeutet Nachhaltigkeit, wenn es um „Markenberatung und Insights“ wie bei Icon Added Value geht? Es bedeutet zum einen, die eigenen Kunden dabei zu unterstützen, ihre Marken und ihr Unternehmen zu nachhaltigem Erfolg zu führen. Dabei liegt nachhaltiges Denken federführend in der Added Value Gruppe in Frauenhänden – bei Leslie Pascaud in Paris, Marie Ridgely in London und Dr. Hildegard Keller-Kern in Nürnberg. Sie kümmern sich darum, dass alle Mitarbeiter der Gruppe stets auf dem aktuellen Stand sind bei sozialen und Umweltthemen, die Auswirkungen auf Menschen, Wirtschaft und die Gesellschaft haben. Und bei Themen, die Sprungbretter für nachhaltiges Wachstum sein können. Zum anderen setzt auch Icon Added Value Nachhaltigkeit in der eigenen Geschäftspolitik und dem täglichen Handeln um. Ver-



pflichtung bedeutet auch Veränderung, nicht selten mit Investitionen verbunden. Die Added Value Group hat sich verpflichtet entsprechend der „WPP carbon neutral pledge“ die CO2 Emission weltweit bis 2011 um 20% zu reduzieren. Hier ist die Gruppe bereits auf einem guten Weg. Andere Umweltschutzmaßnahmen sind seit Jahren Standard und werden kontinuierlich verbessert (Mülltrennung, stromsparendes Equipment, umweltfreundliches Büromaterial, stromsparende Stockwerkdrucker - automatisch auf s/w und doppelseitigem Druck eingestellt, und vieles mehr). Darüber hinaus werden vermehrt Video- und Web-Meetings eingesetzt, um Geschäftsreisen auf das Nötigste zu reduzieren – sowohl für den Research-Bereich als auch für die direkte Kundenarbeit.

Unternehmensverantwortung wirkt aber auch nach Innen, auf die Mitarbeiter. Keller-Kern: „Wir möchten, dass jeder Grund genug hat, morgens mit einem Lächeln im Gesicht ins Büro zu kommen. In Erwartung, dass spannende und immer wieder abwechslungsreiche Aufgaben auf ihn warten. Aber auch in Erwartung, dass er hier fair behandelt wird und ihn eine offene Kultur erwartet. Ohne Mobbing und Ellenbogen. Denn Offenheit, Respekt und auch die Freiheit, Dinge auszuprobieren, ist ein großer Teil von dem, was wir sind.“ Zu diesem – in Worten ausgedrückten – Klima zusätzlich ein paar Zahlen. 92% der Added Value Mitarbeiter weltweit haben an der letzten jährlichen Mitarbeiterbefragung teilgenommen. Im Senior Management-Team sind aktuell über 50% Frauen. Und über zehn Prozent der nicht gehaltsbezogenen Kosten investiert die Gruppe weltweit in Training und Weiterbildung.

#### **Hinweis an die Presse:**

Sie sind herzlich eingeladen, am Icon-CSR-Tag „Ist da jemand!?“ teilzunehmen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Icon Added Value treffen Sie am Dienstag, den 06.10.2009 um 11:00 Uhr im Kindermuseum, Michael Ende-Straße 17, 90439 Nürnberg.

*88 Zeilen zu je ca. 65 Anschlägen*



**Kontakt  
Zentrum  
Aktiver Bürger**

Birgit Kretz  
Zentrum Aktiver Bürger Süd  
Karl-Bröger-Straße 12 (Rgb.)  
90459 Nürnberg

Tel./Fax: 0911/2178837  
Email: [kretz@iska-nuernberg.de](mailto:kretz@iska-nuernberg.de)  
[www.zentrum-aktiver-buerger.de](http://www.zentrum-aktiver-buerger.de)

**Kontakt  
Icon Added Value**

Anne-Kathrin Kirchhof  
Senior Manager  
Corporate Communications  
Thumenberger Weg 27  
D-90491 Nürnberg

Telefon: 0911/9593-215  
Fax: 0911/9593-174  
Email: [anne-kathrin.kirchhof@icon-added-value.com](mailto:anne-kathrin.kirchhof@icon-added-value.com)  
[www.icon-added-value.com](http://www.icon-added-value.com)

**Zentrum Aktiver Bürger**

Das Zentrum Aktiver Bürger (ZAB) ist ein Projektentwickler für bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg. Einsatz- und Engagementfelder für freiwilliges Engagement werden gemeinsam mit den Beteiligten entwickelt. Dazu arbeitet das ZAB mit 14 hauptamtlichen Mitarbeitern, mehr als 500 Freiwilligen und 400 Kooperationspartnern zusammen, darunter auch 40 Unternehmen. Das ZAB ist eine Einrichtung der ISKA gGmbH.

**Icon Added Value – Unternehmensportrait**

Icon Added Value arbeitet für starke Marken und solche, die es noch werden wollen, in lokalen Märkten wie weltweit. Unser Anspruch ist es, die Inspiration hinter diesen Marken-Ikonen zu sein. Dazu ist es notwendig, Antworten auf die zentralen Marketingfragen zu finden. Fragen zu Markt, Markenstärke, Markenführung, Positionierung, zu Innovation und Kommunikation. Unsere Antworten basieren auf fundierten Forschungsergebnissen aus Verhaltensforschung und Emotionspsychologie, angereichert durch Imagery-Theorie sowie Semiotik. Hinter allem steht immer das Ziel, konkrete Umsetzungen zu ermöglichen, und die Lücke zwischen Forschung und Beratung zu schließen.

Das 1993 als icon Forschung und Consulting gegründete Start Up avancierte innerhalb kürzester Zeit zum Pionier der forschungsgestützten Markenberatung. Durch den Merger mit Added Value und Diagnostic Research sind aus dieser Idee heute 22 Büros in 14 Ländern auf fünf Kontinenten geworden. Und aus Icon Brand Navigation wurde Icon Added Value, eine der weltweit führenden Beratungen für Marketing Insight und Markenführung.



Basis hierfür war die Idee, Marken mess- und steuerbar zu machen. Diesen Equity Management-Prozess nennen wir Brand Navigator. Er besteht aus dem Icon Eisberg-Modell, einer der bekanntesten internationalen Markenwertanalogien, dem Icon Markensteuerrad und dem Icon T-Schema. Weltweit haben wir bis heute über 6.000 Marken analysiert, mehr als 5.000 Werbemittel getestet, über 6.000 Kampagnen beobachtet und mehr als 200 Innovationen begleitet. Es gibt kaum eine Marke oder Branche, deren Wirkungsmechanismen wir nicht untersucht und entschlüsselt hätten. Um die Grundlage für Markenwertschöpfung und Markenwachstum zu erarbeiten reicht es jedoch nicht, Markenwerte nur zu messen. Die theoretischen Ergebnisse zu Identität, Positionierung und Image müssen auch adäquat umgesetzt werden. Erst dann werden sie zur Keimzelle für Wettbewerbsvorteile. In den letzten 17 Jahren haben wir zahlreiche Positionierungsprozesse federführend begleitet.

Große Fragen – kleine Fragen. Vor allem aber: komplexe, interessante und herausfordernde Fragen. Fragen, die es verdienen kreativ aber präzise und mit wirklichen Insights beantwortet zu werden. Für all das steht Icon Added Value.