



AMI

AMI
NACHHALTIGKEITS-
BERICHT 2023
VSME-ESRS

NACHHALTIGKEIT
AUS LEIDENSCHAFT.

INHALT

NACHHALTIGKEITSBERICHT AMI PROMARKETING 2023

Vorwort der Geschäftsführung	3
AMI – Hard Facts	4
Unternehmensporträt	5
Grunddaten AMI Promarketing	6
Aufbau der Organisation	7
Über den Bericht	8
B1 Methodik & Zieldefinition	8
B2 Maßnahmen für eine nachhaltige Bewirtschaftung – Basismodul	9
B3 Energie & Treibhausgasemissionen	12
B4 Luft-, Wasser- & Bodenverschmutzung	15
B5 Biodiversität	16
B6 Wasser	18
B7 Ressourcenverbrauch, Kreislaufwirtschaft & Abfallmanagement	19
B8 Arbeitskräfte – Generell	23
B9 Arbeitskräfte – Gesundheit & Sicherheit	24
B10 Arbeitskräfte – Entlohnung, Tarifverhandlungen & Ausbildung	25
B11 Anzahl Verurteilungen & Strafen innerhalb des Berichtszeitraums	26
Impressum	27

VORWORT

DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Liebe Leserinnen und Leser,

wir haben uns entschieden, dass wir unseren Einsatz für Nachhaltigkeit durch die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts entsprechend den Vorgaben der Voluntary SME-ESRS belegen und diesen auf unserer Webseite veröffentlichen. Unserer Ansicht nach muss ein Unternehmen, egal welcher Größe, heute mehr denn je Nachhaltigkeit in die mittel- und langfristige Geschäftspolitik integrieren und diese nach ökologischen, sozialen und anti-korruptions Aspekten ausrichten.

»Durch die Integration der Nachhaltigkeit in die Geschäftspolitik wollen wir unseren ökologischen Fußabdruck verbessern, unsere Umweltleistung kommunizieren und transparent dokumentieren.«

Seit 1991 sind wir im Eventbereich erfolgreich aktiv und haben uns zu einem der Big Player in der Branche entwickelt. Dabei war es uns immer wichtig, mit Mensch, Umwelt und Ressource schonend umzugehen. Dies wollen wir nun schriftlich festhalten und für die Branche neue Maßstäbe setzen.

Soweit es in unserer Hand liegt, achten wir bei allen Produktionen – ob von uns als Veranstalter oder in Kundenauftrag – auf eine nachhaltige Eventumsetzung. Unsere Kooperationspartner*innen wählen wir gezielt aus, damit Energieeffizienz, nachhaltiger Materialeinsatz, optimale Ablaufprozesse, Regionalität und Arbeitssicherheit gewährleistet sind.

Darüber hinaus sind wir 2020 vom österreichischen Umweltbundesamt offiziell für das Veranstalten von Green Events und Green Meetings zertifiziert worden. Seit 2020 tragen wir somit auch selbst als Agentur das Umweltzeichen, worauf wir sehr stolz sind.

Als klassische Werbeagentur achten wir bei Produktionen auf eine Zusammenarbeit mit Partner*innen, die unsere Haltung teilen: unsere Partner-Druckereien tragen selbst das **Umweltzeichen**, unser Give-away Lieferant ist resPact Mitglied.

Wir bemühen uns, unsere Auftraggeber*innen sowie Lieferant*innen dazu zu inspirieren, unser Bestreben nachzuvollziehen und mitzutragen. Denn für AMI Promarketing ist es nicht nur wichtig, Nachhaltigkeit zu kommunizieren, sondern sie auch zu leben und in alle Arbeitsabläufe zu integrieren.


Hans Holzer
Geschäftsführer


Sandra Burger
Geschäftsführerin

St. Pölten, Jänner 2025

AMI – HARD FACTS

54

VERANSTALTUNGEN
mit 25 bis 4.500 Gästen

3

PRESSE-
KONFERENZEN

22

REELS

238

POSTINGS

235

INSERATE

43

KUND*INNEN

4

HUNDE

242

PLAKATE

1

BUSBEKLEBUNG

5.200

GRAFIKSTUNDEN

2

STRASSENBAHN-
BEKLEBUNGEN

56

FLYER

49

FOLDER

99

NEWSLETTER

mit 103.021 Abonnent*innen

UNTERNEHMENS PORTRÄT

AMI Promarketing ist ein 1991 gegründetes, inhabergeführtes Familienunternehmen mit Sitz in St. Pölten. Unser Fokus liegt auf der Konzeption und Durchführung von Events und Sponsoringaktivitäten sowie auf einzigartigen Erlebnissen.

Als führende Eventagentur in Niederösterreich gestalten wir intelligente, überzeugende und emotional ansprechende Veranstaltungen. Unser Portfolio reicht von strategischen Konzepten über die emotionale Inszenierung bis hin zu begleitenden Kommunikationsmaßnahmen, Dokumentation und Auswertung. Wir organisieren Konferenzen, Fachtagungen, Kongresse, Diskussionsforen, Workshops, Informationsveranstaltungen, Tage der offenen Tür, Sport- und Outdoor-Events, Roadshows, Preisverleihungen, Incentives, Konzerte, Galas – und noch viel mehr.

Seit der Übernahme der Markant Werbeagentur im Jahr 2009 bieten wir sämtliche Kommunikationsleistungen der klassischen Werbung, inklusive PR-Beratung, Grafik und Produktion unter einem Dach. So gewährleisten wir eine 360° Betreuung und kreative Lösungen für alle Kommunikationsfelder.

Seit der Gründung im Jahr 1991 vertrauen eine Vielzahl anspruchsvoller Kund*innen auf die Expertise der AMI Promarketing. Unsere Kund*innen kommen aus verschiedenen Bereichen: dem öffentlichen Sektor, dem Bankwesen und der Privatwirtschaft. Nahezu alle großen Player Niederösterreichs zählen seit Jahren auf das Know-how der AMI Promarketing Agentur-Holding. Zu unseren langjährigen Partnern gehören das Land Niederösterreich, die HYPO Landesbank, die Niederösterreich Werbung, die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien sowie die Niederösterreichische Versicherung – alle setzen auf unser professionelles und persönliches Service mit Handschlagqualität.

Mit weiteren großen nationalen Kund*innen besteht ebenfalls eine langjährige Zusammenarbeit: Im Rahmen des Sponsoring Consulting entwickeln und betreuen wir die Sponsoring-Aktivitäten von Raiffeisen, UNIQA sowie der Kronen Zeitung.



Als Veranstalter agieren wir unter anderem im Rahmen der Klassik Open Air-Konzerte von Elīna Garanča auf Stift Göttweig und in Kitzbühel sowie für den Wachau Radmarathon.

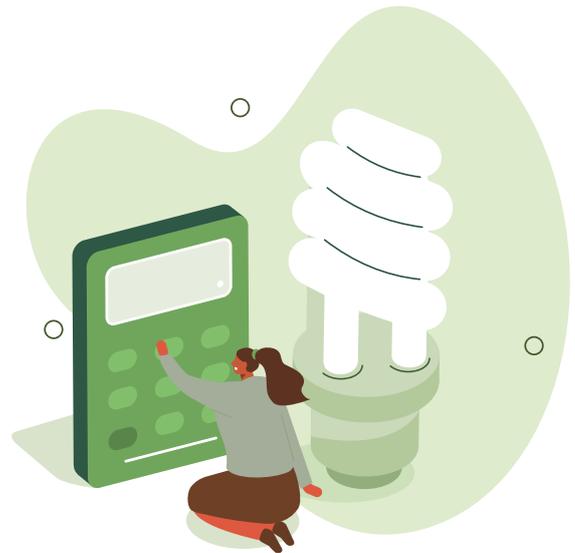
Insgesamt veranstalten wir 54 Events im Jahr, die von 25 bis 4.500 Personen besucht werden.

Die Agentur steht ihren Kund*innen mit enormem Know-how und hoher Expertise in den verschiedensten Fachbereichen (wie Strategie, Konzeption und Kreation, Projektmanagement, Gästemanagement, Grafikdesign, Eventdurchführung, Logistik, Produktion und Technik, Kommunikation & PR, Social Media) als verlässlicher Partner zur Seite.

Obwohl AMI als reiner Dienstleister agiert, ist sich das Unternehmen seiner Verantwortung bewusst und möchte gezielt einen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten. Wir hinterfragen kontinuierlich unseren ökologischen Fußabdruck und streben danach, diesen stetig zu optimieren. Zudem unterstützen wir auch unsere Kund*innen auf diesem Weg. Seit vielen Jahren zertifizieren unsere Expert*innen erfolgreich Green Events.

Seit Dezember 2023 sind zwei unserer Mitarbeiterinnen als „Certified Sustainability-Experts“ zertifiziert und beraten Unternehmen sowohl in der Nachhaltigkeitskommunikation wie auch bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten.

Im Jahr 2024 wird das Umweltzeichen-Portfolio noch um die Umweltzeichenrichtlinie 200 erweitert. Mit dieser Erweiterung kann AMI 2024 auch weitere Zertifizierungen im Eventbereich wie Green Caterings und Green Locations durchführen.



GRUNDDATEN AMI PROMARKETING

Gründung:	1991
Geschäftsführung:	Hans Holzer Sandra Burger
Bürofläche:	416,14 m ²
Beschäftigte: per 31.12.2023	26
Standort:	St. Pölten Landhausboulevard Haus 6 Top 21

INFRASTRUKTUR

- drei Großarbeitsräume (inkl. Küche)
- drei Einzel-Arbeitsräume
- ein Konferenzraum
- Serverraum
- Sanitärräume
- zwei Druckerräume
- 18 Arbeitsplätze:
 - verfügen über einen Bildschirm
 - einer über zwei Bildschirme
 - 14 verfügen über einen Laptop mit Dock
 - vier über einen PC
 - einer über ein Tablett
- in den Büroräumen gibt es einen Farbdrucker
- einen Multifunktionsfarbdrucker/Scanner
- einen S/W Drucker
- sowie einen mobilen Farbdrucker

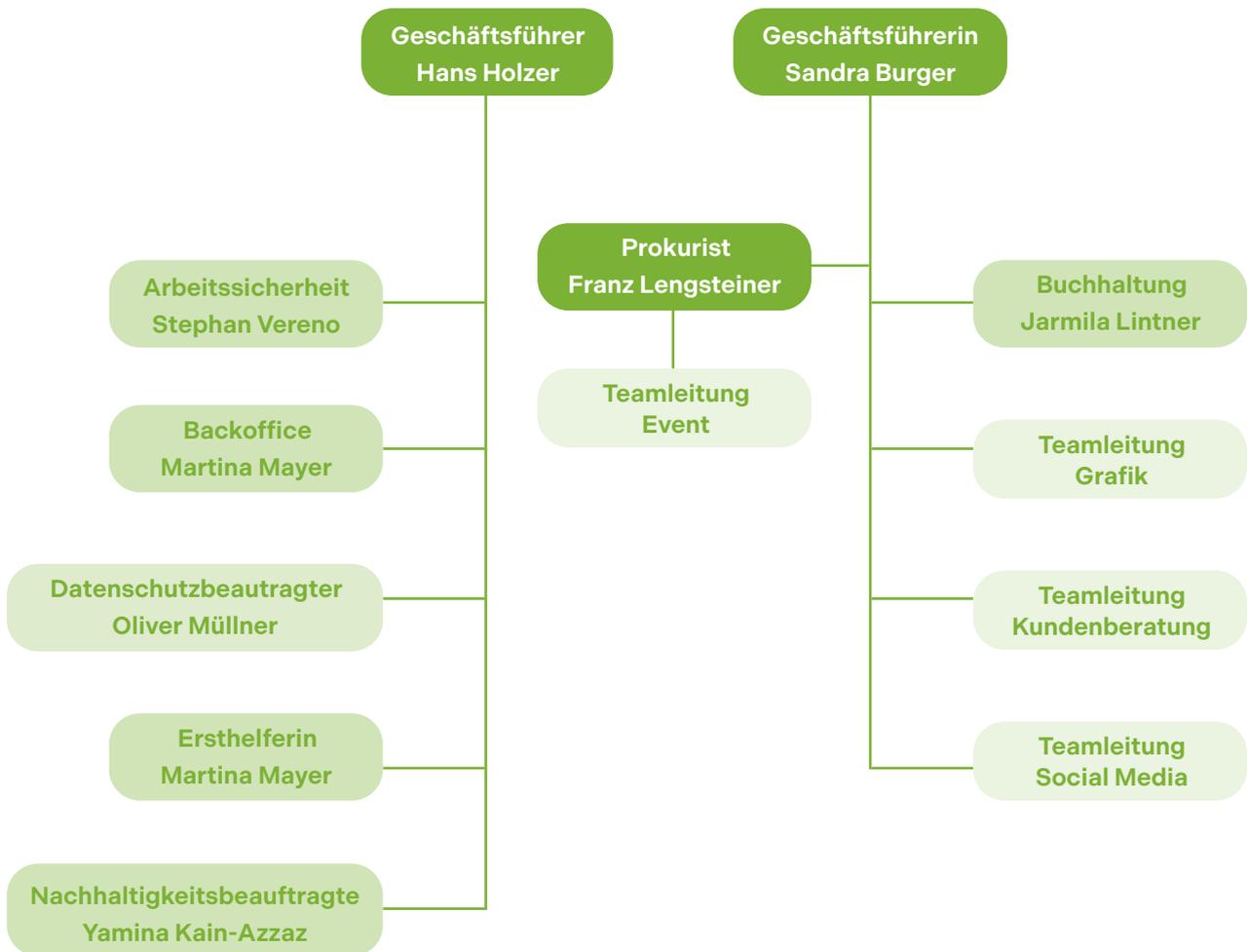
Zur Mietung gehören zehn Fahrzeugstellplätze.

Der Standort ist an das öffentliche Nahverkehrssystem St. Pölten gut angeschlossen und nur 14 Minuten zu Fuß vom Bahnhof entfernt.

Für 2,5 Mitarbeiter*innen wird in der Raiffeisenbank NÖ-W eine Bürofläche zur Verfügung gestellt. Dieser Standort verfügt über zwei Arbeitsplätze mit zwei Bildschirmen und Laptops, einen Arbeitsplatz mit einem Bildschirm, einen Multifunktionsfarbdrucker/Scanner sowie einen S/W Drucker.

Für zwei Mitarbeiter*innen wird bei der Kronen Zeitung eine Bürofläche zur Verfügung gestellt. Für diese externen Räumlichkeiten haben wir keinen Einfluss auf Strom- und Wasserzufuhr.

AUFBAU DER ORGANISATION



ÜBER DEN BERICHT

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der AMI Promarketing. Dieser berichtet über das Jahr 2023; alle Kennzahlen beziehen sich auf die Berichtsperiode 01. Jänner bis 31. Dezember. Die Berichtsperiode entspricht der Bilanzierung der AMI Promarketing, da die Agentur nicht berichtserstattungspflichtig ist.

Für die Erstellung des Berichts verfolgt die AMI die Standards der Voluntary Small and Medium Enterprises European Sustainability Reporting Standards (VSME ESRS), Berichtsmethode Basismodul, gemäß der zum 01.09.2023 gültigen Fassung.

B1

METHODIK & ZIELDEFINITION

Die Methode für die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie wurde gemäß Vorgaben nach der doppelten Wesentlichkeit zur Identifikation der Handlungsfelder durchgeführt. Die Maßnahmen zu den betroffenen Handlungsfeldern werden in den Folgejahren vertieft und in die Unternehmensstrategie integriert.

Die Zieldefinition bezieht sich auf das Jahr 2023 und umfasst die AMI Promarketing in St. Pölten, für die Zweitstellen in Wien stehen der Agentur keine Zahlen zur Verfügung.

DATENERFASSUNG UND PRÜFUNG

Die Unternehmensdaten wurden nach bestem Wissen und Gewissen erfasst und dargestellt. Daten für die Berechnung des Carbon Footprints stammen aus international anerkannten Datenbanken. Der vorliegende Bericht wurde keiner Prüfung unterzogen.

B2

MASSNAHMEN FÜR EINE NACHHALTIGE BEWIRTSCHAFTUNG BASIS MODUL

GESCHÄFTSMODELL UND NACHHALTIGKEIT – VERBUNDENE INITIATIVEN

Die AMI Promarketing ist eine Event- und Werbeagentur, die kreative und intelligente Erlebnisse gestaltet, koordiniert und umsetzt. Für die Durchführung der Events beziehen wir Dienstleistungen von Drittanbietern und kaufen gegebenenfalls auch (Streu-)Werbemittel ein.

Als Werbeagentur bieten wir unseren Kund*innen ein breites Spektrum an kreativen Dienstleistungen an, von Flyer und Broschüren bis hin zu POS-TV und Social-Media Auftritten. Auf Wunsch begleiten wir auch die Produktion und Auslieferung der Werbemittel.

PRODUKTE UND/ODER DIENSTLEISTUNGEN

Nachhaltigkeit ist fest in unserer DNA verankert. Seit 2020 bieten wir die Zertifizierung für Green Events, und Green Meetings an – unabhängig davon, ob das Event von uns umgesetzt wird oder nicht. Wann immer möglich, empfehlen wir unseren Kund*innen, ihre Events als Green Events zu realisieren.

Wir sind fest entschlossen, unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt und der Gesellschaft zu übernehmen. Sowohl unsere eigenen Strategien als auch die Strategien und Projekte unserer Auftraggeber*innen sind darauf ausgerichtet, nachhaltige und ethische Werte zu fördern. Wir glauben, dass erfolgreiche Marken diejenigen sind, die mit Integrität handeln und einen positiven Beitrag zur Umwelt leisten.

MÄRKTE IN DENEN WIR TÄTIG SIND

Die AMI ist ausschließlich in Österreich tätig. Unsere Kund*innen stammen sowohl aus dem öffentlichen als auch aus dem privaten Sektor, wobei wir sowohl mit Big Playern, also auch mit KMUs zusammenarbeiten. Als Dienstleister arbeiten wir im B2B Bereich, während wir als Veranstalter im B2C Bereich tätig sind.



BESCHREIBUNG WICHTIGER GESCHÄFTS-BEZIEHUNGEN

Als Dienstleistungsunternehmen mit einem breiten Portfolio sind unsere Wertschöpfungsketten unterschiedlich und komplex.

Diese variieren je nach Projekt und umfassen unter anderem strategische Beratung, Konzeptentwicklung, Design, Zertifizierung oder die Produktion/Umsetzung von Maßnahmen. Diese Realisierungen können sowohl online als auch offline erfolgen – sei es in Form von Printprodukten (Flyer, Broschüren, OoH-Kampagnen), Events (Teambuilding, Kongresse, Sportveranstaltungen) oder Bewegtbildformaten (Social Media, POS-TV-Formate).

Bei Bedarf gehen wir dabei Kooperationen mit externen Dienstleister*innen in den Bereichen Druck, Bühnentechnik, Eventmöbel- und Messeausstattung oder anderen spezialisierten Anbieter*innen ein.

Uns ist bewusst, dass unsere Maßnahmen ökologische Auswirkungen mit sich bringen, daher bemühen wir uns stets, unsere Kund*innen dahingehend zu sensibilisieren.

Unsere Lieferant*innen sind alle regionale Dienstleister, was sowohl ökologische als auch zeitliche Vorteile mit sich bringt. Die Einbindung lokaler Unternehmen in unsere Wertschöpfungskette trägt zur Sicherung von Arbeitsplätzen in der Region bei. Darüber hinaus arbeiten wir hauptsächlich mit umweltzertifizierten bzw. Cradle-to-Cradle Druckereien zusammen.

Wir setzen uns aktiv dafür ein, unsere Kund*innen in Sachen Umweltbewusstsein zu sensibilisieren und sie zu ermutigen, bei der Auswahl von Produkten, Werbemitteln und Events auf CO₂-neutralere bzw. CO₂-reduzierte Optionen und Green Events zu setzen.



WICHTIGE ELEMENTE UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Wir definieren Nachhaltigkeit ganzheitlich unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten. Unser Ziel ist es, sowohl in der Agentur selbst als auch in Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen und Lieferant*innen einen positiven Beitrag zu leisten. Dazu gehören ein **schonender Umgang mit Ressourcen**, die **Förderung der Mitarbeiter*innen** sowie **faire Handelsbeziehungen** und die Übernahme gesellschaftlicher **Verantwortung**.

Ein wesentlicher Aspekt unserer Strategie ist die Erweiterung unseres Angebots um die **Zertifizierung von Green Locations und Green Catering**. Des Weiteren ist es unser Ziel, in naher Zukunft den Anteil an Green Events auf 100% zu erhöhen.

Wir haben im Jahr 2023 zwei Mitarbeiterinnen als **Certified Sustainability Experts** weitergebildet. Es werden weitere folgen, da sich nur mit qualifiziertem Personal hohe Ziele erreichen lassen.



ARBEITER*INNEN INNERHALB DER LIEFERKETTE, BETROFFENE BEVÖLKERUNG, VERBRAUCHER*INNEN & ENDNUTZER*INNEN

LIEFERKETTE

Unsere Lieferant*innen sind zu 100% österreichische Unternehmen, darunter auch selbstständige Einzelunternehmer. Besonders kritisch in der Eventbranche sind Sublieferanten wie Security Firmen oder Caterer. Da uns faire Arbeitsbedingungen sehr wichtig sind, **verpflichten wir unsere Lieferant*innen vertraglich** zu einer **ordnungsgemäßen Entlohnung** ihrer Mitarbeiter. Aus Datensicherheitsgründen ist es uns rechtlich nicht möglich, dies direkt zu überprüfen.

Ebenfalls kritisch sehen wir die Arbeitskräfte in der Lieferkette in Bezug auf der Beschaffung von Streuwerbeemittel. Da unsere Kund*innen aus Budgetgründen häufig auf Produkte aus Asien zurückgreifen, sind auch ausländische Arbeitskräfte in der Lieferkette involviert. Um sicherzustellen, dass faire Arbeitsbedingungen auch hier eingehalten werden, arbeiten wir mit einem Partner zusammen, der Mitglied bei **resPact** ist. Dadurch gehen wir davon aus, dass innerhalb der Lieferkette entsprechende Standards eingehalten und kontrolliert werden.

BETROFFENE BEVÖLKERUNG

Durch unsere Tätigkeiten am Firmensitz kommt es zu keiner Beeinträchtigungen für die Nachbarschaft. Bei der Durchführung von Events kommen jedoch Kontakte zu Anwohner*innen zustande.

Das Konzerte „Klassik unter Sternen“ findet in einem Stift statt, das fernab von Wohngebieten gelegen ist. Beim Event „Klassik in den Alpen“ befinden sich zwar Wohngebäude in der Nähe, jedoch erfreut sich dieses Format großer Beliebtheit, sodass sich Nachbar*innen eher an einem „kostenlosen Konzert“ erfreuen, als das sie sich beschweren würden. Weiters sind ein Teil dieser Wohnungen nicht ganzjährig bewohnt. Der Wachau Radmarathon findet sowohl in bewohnten Gebieten als auch in den Weinbergen statt. Ortsansässige mischen sich gerne unter die Zuseher*innen und genießen die Belebtheit der Veranstaltung.

Bei im Auftrag durchgeführten Events finden diese entweder in offiziellen Event-Locations oder an Sport-Austragungsorten statt, beziehungsweise in den eigenen Räumlichkeiten (Bürogebäude) der Auftraggeber*innen. Dadurch entstehen keine Lärmbelästigungen, da solche Locations in der Regel über entsprechende Lärmschutzmaßnahmen verfügen und sich nicht in Wohngebieten befinden.

Bei öffentlichen Events, wie zum Beispiel der Veranstaltung „100 Jahre Niederösterreich“, finden diese tagsüber an öffentlichen Plätzen statt. Auch hier achten wir stets darauf, dass die Lärmbelästigung auf ein Minimum reduziert wird.

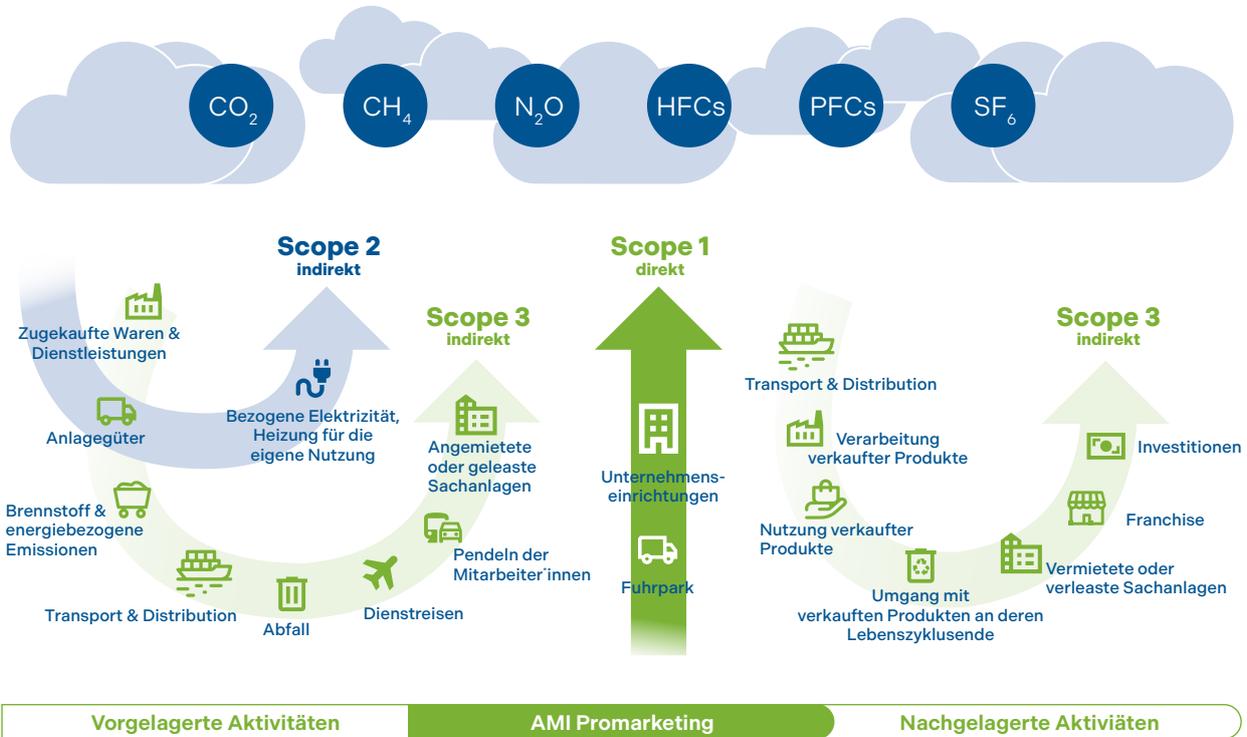
VERBRAUCHER*INNEN

Teilnehmer*innen und Gäste unserer Veranstaltungen sind für uns von höchster Bedeutung. Deshalb legen wir besonderen Wert auf ihr Wohlbefinden, ihre Zufriedenheit sowie auf ihre Sicherheit, die für uns unverzichtbar ist. Für jedes Event wird ein Sicherheitskonzept erstellt, das den gesetzlichen Anforderungen entspricht. Dabei wird geprüft, ob und in welchem Umfang auch Blaulichtorganisationen wie Polizei, Feuerwehr oder Rettungsdienste eingebunden werden müssen, um eine optimale Sicherheit zu gewährleisten.



B3

ENERGIE & TREIBHAUSGASEMISSIONEN



Scope 1: Treibhausgase die im Unternehmen selbst entstehen, inkl. Fuhrpark
 Scope 2: Strom, Heizung, Dampf, Kühlung für die eigene Nutzung

BÜRO

Gesamtverbrauch Energie in MWh, mit Unterteilung in:

- Fossile Brennstoffe: 0 t Liter
- Strom gemäß Abrechnung, unterteilt in erneuerbar und nicht erneuerbar:
 - Konventioneller Strom: 0 MWh
 - Ökostrom: 21.550,1 kWh
 - Gesamtstrom: 21.550,1 kWh
- Heizung: 39.117,16 kWh (Fernwärme)

Brutto Treibhausgasemissionen:

Scope 2: 5,66 t CO₂ eq.

EVENTS

Gesamtverbrauch Energie in MWh, mit Unterteilung in:

- Fossile Brennstoffe: 2.660 l Diesel* + 1.504,61 l Benzin*
- Strom gemäß Abrechnung, unterteilt in erneuerbar und nicht erneuerbar:
 - Konventioneller Strom: 0 MWh
 - Ökostrom: 2.490,58 kWh
 - Gesamtstrom: 2.490,58 kWh

Brutto Treibhausgasemissionen:

Scope 1: 12,83 t CO₂ eq

AMI

Gesamtverbrauch Energie in MWh, mit Unterteilung in:

- Fossile Brennstoffe: 2.660 l Diesel + 1.504,61 l Benzin
- Strom gemäß Abrechnung, unterteilt in erneuerbar und nicht erneuerbar:
 - Konventioneller Strom: 0 MWh
 - Ökostrom: 24.040,68 kWh
 - Gesamtstrom: 24.040,68 kWh
- Heizung: 39.117,16 kWh (Fernwärme)

Brutto Treibhausgasemissionen:

Scope 1+2: 18,49 t CO₂ eq

* Stromverbrauch einiger Events geschätzt, Verbrauch Firmen-Kraftfahrzeuge anhand Kilometerleistung und Durchschnittsverbrauch geschätzt. Neben einem Transporter und einem Poolauto besitzt die Agentur weitere drei Firmenwagen, wovon zwei elektrisch angetrieben werden. Da diese auch privat genutzt werden und kein Fahrtenbuch geführt wird, werden sie hier nicht erfasst.

Die CO₂-Emissionen im Bereich Scope 3, die über die auf Seite 12 dargestellten Kernindikatoren hinausgehen, umfassen:

- die An- und Abreise der Mitarbeiter*innen zu den Büros
- die vor- und nachgelagerte Produktion von Büromaterialien, Reinigungsmitteln, IT-Geräten, Obst, Kaffee
- die vor- und nachgelagerte Produktion von Werbemitteln, Trophäen & Medaillen
- An- und Abreisen der Partnerfirmen, Kund*innen und Gästen zu den Events sowie Gäste-Shuttlebusse am Eventstandort

Die Mitarbeiter*innen am Standort St. Pölten sowie jene, die zwischen Wien und St. Pölten für den Standort „Krone“ pendeln, tragen zur Mobilitätsbilanz bei. In Wien verfügen beide Mitarbeiter*innen über ein Klimaticket, am Standort St. Pölten sind es acht Kolleg*innen. Der Geschäftsführung und dem Prokuristen stehen zwei Elektrowägen sowie ein Diesel-Firmenwagen zur Verfügung die auch privat genutzt werden. 12 Mitarbeiter*innen nutzen private PKWs für ihre Arbeitswege.

Die CO₂-Emissionen, die aus der vorgelagerten Produktion von Büromaterialien, IT-Geräten, Reinigungs- und Hygienemitteln sowie Werbemitteln entstehen, lassen sich nicht präzise beziffern. Dennoch verfolgen wir aktiv Maßnahmen zur Ressourcenschonung und Emissionsreduktion. So beziehen wir Reinigungsmittel und Hygieneartikel ausschließlich in ökologischer Qualität und Obst in zertifizierter Bioqualität.

Zur Minimierung des Papierverbrauchs werden Layouts und Angebote seit Jahren ausschließlich digital übermittelt. Seit der Pandemie konnte zusätzlich der Bedarf an persönlichen Treffen, wie den früher üblichen wöchentlichen Jour-Fixe, reduziert werden, was weitere Ressourcen einspart. Einige Kundentermine, zum Beispiel mit der Niederösterreichischen Landesregierung und der HYPO NÖ finden in Fußreichweite statt. Kundentermine mit der RLB werden von den Mitarbeiter*innen vor Ort wahrgenommen.

Die Geschäftsführung und das Team setzen konsequent auf ein möglichst papierloses Büro. Angebote werden vollständig und Rechnungen zu über 90% elektronisch an Kund*innen übermittelt. Nur Tickets und die dazugehörigen Rechnungen werden in Ausnahmefällen noch per Post versandt. Interne Dokumente werden ausschließlich digital abgelegt und auf firmeneigenen Servern gespeichert. Die durch die Datenspeicherung entstehenden CO₂-Emissionen sind teilweise in unserem Stromverbrauch bereits berücksichtigt, lassen sich jedoch nicht vollständig beziffern.

WÄRMEENERGIE

Leider ist es uns nicht möglich, den Verbrauch an Wärmeenergie zu messen, da bei unserer Liegenschaft keine Kalorimeter in den Büros vorhanden sind. Da die Betriebskosten pauschal erhoben werden, erfolgt keine detaillierte Betriebskostenabrechnung mit Angaben zum Heizverhalten.

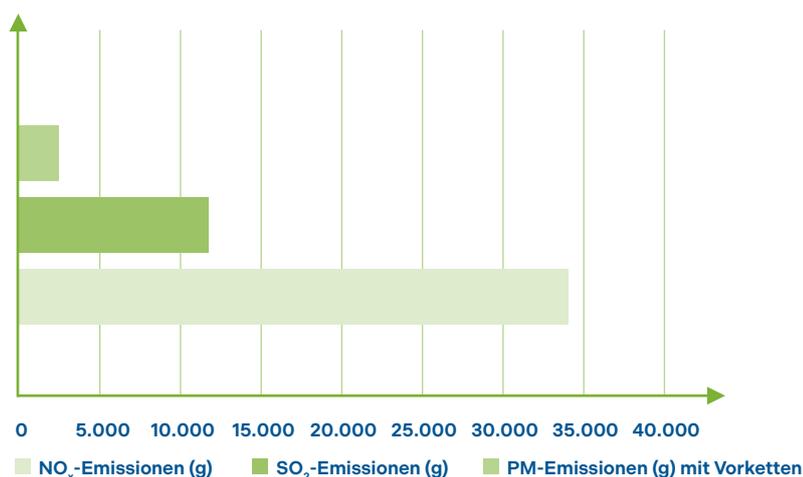
Wir können jedoch festhalten, dass in der Liegenschaft bewusst sparsames Heizen praktiziert wird, sowohl aus nachhaltigen als auch aus kostensparenden Gründen verfolgt der Liegenschaftseigentümer die empfohlene „19°C Heizstrategie in öffentlichen Gebäuden“.

Die Beheizung erfolgt über Fernwärme. Der durchschnittliche Wert der Liegenschaft liegt bei 94 kWh/m².

Verbrauch (kWh)			CO ₂ -äquivalente Emissionen (g)		
Energieträger	Einheit	Umrechnungsfaktor in kWh	2023	Umrechnungsfaktor in CO ₂ -äquiv. [g]	2023
Strom	kWh	1	24.041	230,0	5.529.356
Heizöl (leicht)	Liter	9,95	0	339,0	0
Erdgas	m ³	9,88	0	254,0	0
Fernwärme	kWh	1	39.117	17,9	700.197
Hackschnitzel	kg	3,71	0	4,5	0
Holzpellets	kg	4,52	0	13,0	0
Flüssiggas/Propangas	kg	12,88	0	217,0	0
Erdgas (Kfz)	kg	12,57	0	207,6	0
Diesel	Liter	9,9	26.334	325,0	8.558.550
Benzin	Liter	8,85	13.316	278,0	3.701.792
Summe			102.808		18.489.896

LUFTSCHADSTOFFEMISSIONEN

Entwicklung der Luftschadstoffemissionen



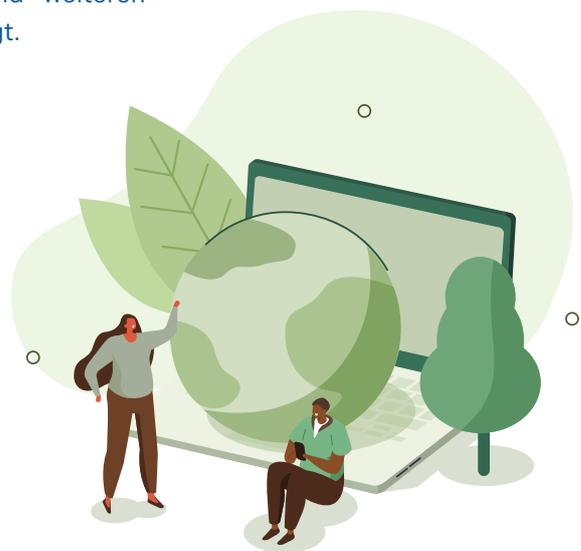
B4

LUFT-, WASSER- & BODENVERSCHMUTZUNG

Luftverschmutzung entsteht hauptsächlich durch den Transport und den Einsatz von Stromgeneratoren, die ausschließlich bei Veranstaltungen zum Beleuchten der Parkplätze aus Sicherheitsgründen verwendet werden. Die daraus resultierenden CO₂-Emissionen und weiteren Abgase sind bereits im Kapitel „Energie“ (B3) berücksichtigt.

Hinsichtlich der Wasserverschmutzung, abgesehen vom normalen Wasserverbrauch, treten keine negativen Auswirkungen auf. Der Wasserverbrauch wird ausschließlich für die Nutzung durch Mitarbeiter*innen (WC, Küche), ggf. das Catering (Küche) und Gäste (WC) verwendet. Das Abwasser wird über die Kläranlagen gereinigt. In den WCs der Büroräumlichkeiten wird zudem Regenwasser genutzt, wodurch kein Trinkwasser verschwendet wird.

Bodenverschmutzung tritt bei uns weder am Hauptstandort noch bei Events auf. Uns ist extrem wichtig, die Outdoor-Locations nach jeder Veranstaltung in einem sauberen Zustand zu verlassen. Abfälle werden ordnungsgemäß eingesammelt und als Restmüll abgeführt, Glas wird recycelt. Auch Abfälle von Besucher*innen, insbesondere bei Sport-Events (Labestationen), werden von uns eingesammelt und entsprechend entsorgt. Diese Abfallmengen sind bereits in unseren Abfalldaten erfasst (AMI Eigen-events).



B5

BIODIVERSITÄT



STANDORTE UND VERANSTALTUNGEN

Unsere Büroräumlichkeiten befinden sich im Regierungsviertel in St. Pölten sowie in zwei Bürogebäuden in Wien. Es werden keine weiteren Standorte betrieben. Die gesamte Bürofläche am Standort St. Pölten beträgt 416,14 m². Die in Wien mitbenutzten Flächen werden von unseren Kund*innen zur Verfügung gestellt und dienen hauptsächlich der Betreuung vor Ort.

Zusätzlich zu den Büroflächen mieten wir zehn Parkplätze an, die für unseren Fuhrpark und von unseren Mitarbeiter*innen genutzt werden.

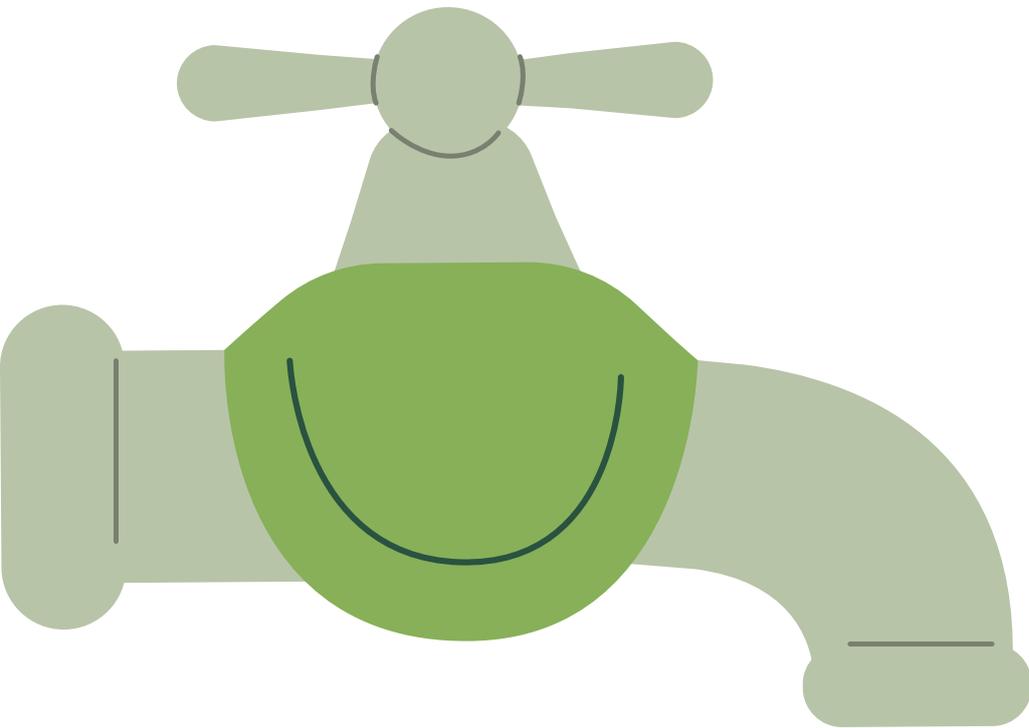
Unsere Events finden in Eventlocations oder an öffentlichen Plätzen statt. Auf Kundenwunsch organisieren wir auch einmal jährlich ein Event auf landwirtschaftlichen Agrarflächen. Dies ist ein expliziter Kundenwunsch, dem wir auch nachkommen, wobei wir darauf achten, dass keine nachhaltigen Veränderungen an den örtlichen Gegebenheiten vorgenommen werden. Sowohl die aufgebauten Bühnen wie auch die Zelte sind temporär und werden nach dem Event wieder abgebaut. Fauna und Flora erleiden durch diese Veranstaltung keinen Schaden.

Nutzungstyp	Vorjahr	Berichtsjahr	Veränderungen in %
Gesamte versiegelte Fläche	416,14 m ²	416,14 m ²	0
Gesamte naturnahe Fläche am Standort	0	0	0
Gesamte naturnahe Fläche abseits des Standort	164	164	0

BIODIVERSITÄT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

Biodiversität ist uns ein besonderes Anliegen. Es ist nicht nur ein theoretisches Konzept, sondern wird aktiv in unserem Alltag umgesetzt. Im November 2022 haben wir ein bedeutendes Projekt zur langfristigen Unterstützung der Biodiversität ins Leben gerufen: den **AMI Zukunftswald**. Im Rahmen eines Mitarbeitererevents wurden im Forst von Stift Göttweig 41 Bäume gepflanzt, was einer Fläche von 164 m² entspricht. Bei diesem Projekt lag unser Fokus auf der Erhaltung und Förderung der Biodiversität, nicht auf der Dekarbonisierung.





BG

WASSER

Leider ist es uns nicht möglich, den Wasserverbrauch zu messen, da in unserer Liegenschaft keine Wasserzähler in den einzelnen Büros installiert sind. Die Betriebskosten werden pauschal erhoben, es erfolgt keine detaillierte Abrechnung des Wasserverbrauchs.

Wir sind kein Herstellungsbetrieb. Der Wasserverbrauch beschränkt sich auf die Wasserentnahme durch die Mitarbeiter*innen für den persönlichen Bedarf (Trinken, Tee, Kaffee), Geschirrspülen (per Hand oder im Geschirrspüler), das Abwaschen von Obst/Gemüse sowie für Hygienezwecke (Händewaschen, WC). Die Liegenschaft verfügt über eine alternative Wasserversorgung: an den Wasserhähnen wird Trinkwasser genutzt, für die WCs wird Regenwasser verwendet.



**Stadtwasserverbrauch der Liegenschaft
im Durchschnitt 2023: 0,11m³/m²**

B7

RESSOURCENVERBRAUCH, KREISLAUFWIRTSCHAFT & ABFALLMANAGEMENT

RESSOURCENVERBRAUCH

Als Dienstleistungsunternehmen im Bereich Kreation, strategischer Beratung, Inszenierung von Events und Werbung mit 26 Mitarbeiter*innen, deren Arbeit digital ausgeübt wird und wenig Reisetätigkeit umfasst, haben wir, verglichen mit Industrieunternehmen, einen geringen Ressourcenverbrauch.

Unser Ressourcenverbrauch unterteilt sich in direkte und indirekte Ressourcen. Zu den direkten Ressourcen zählen hauptsächlich Strom, Wärme, Wasser, Büroausstattung, Kraftstoff für Fahrten zu Kundenterminen, Begehungen und Eventdurchführungen. Unser Ziel ist es, den Verbrauch natürlicher Ressourcen kontinuierlich zu minimieren, um die Umweltbelastungen auf einem möglichst niedrigen Niveau zu halten.

Im Jahr 2022 wurde die digitale Lohnabrechnung eingeführt, und seit jeher werden die monatlichen Lohnabrechnungen für alle Mitarbeiter*innen verschlüsselt digital übermittelt. Während der Pandemie wurden anfallende Kundentermine per Videokonferenz abgehalten, was bis heute noch praktiziert wird. Unser Büro ist nicht komplett papierfrei, da in der Werbebranche Ausdrucke für die Qualitätskontrolle erforderlich sind. Dennoch erfolgen viele Korrekturen elektronisch per PDF.



Wir haben im gesamten Jahr 2023 kein Papier bestellt. Unser Papierverbrauch ist minimal, sodass wir nur alle zwei Jahre eine Palette nachbestellen. Die Papierbestellungen erfolgen in großen Mengen, um Transportwege und damit CO₂-Emissionen zu sparen. Das Papier, das wir verwenden, ist „Made in Austria“, CO₂ neutral und mit ECO Label.

Papierverbrauch 2023:
½ Palette, entspricht 48 kg

Im Bereich der Lebensmittel achten wir auf Qualität und Nachhaltigkeit. Kaffee, Tee und Obst für die Mitarbeiter*innen werden möglichst in Bioqualität und aus regionaler, klimaneutraler Produktion bezogen. 2022 haben wir unsere Kapselkaffeemaschine durch eine umweltfreundlichere Bohnenmaschine ersetzt. Den Bio-Fairtrade Kaffee beziehen wir von einer österreichischen Rösterei, und das Büro-Obst für die Mitarbeiter – ein „Obstkistl“ – wird alle zwei Wochen mit frischem Bio-Obst geliefert.

Bei den indirekten Ressourcen achten wir ebenfalls auf nachhaltige Lösungen. Wir bevorzugen auch hier Lieferanten aus der Region bzw. aus Österreich. Unsere Partner-Druckereien sind entweder Umweltzeichen oder Cradle-to-Cradle zertifiziert. Streuartikel beziehen wir von einem österreichischen Partner, der resPact Mitglied ist. Zwar haben wir in Bezug auf Umweltaspekte und Menschenrechte nur bedingt Einfluss auf diesen Partner, jedoch sind die von uns eingekauften Mengen gering. Für unsere Fanartikel beziehen wir hauptsächlich Ware, die in Europa hergestellt wird.

Elektronische Geräte werden nur bei Bedarf eingekauft, und in solchen Fällen greifen wir auf Refurbished-Ware zurück.

ABFALL-MANAGEMENT BÜRO

Da wir kein Herstellungsbetrieb sind, fallen bei uns in der Regel nur kleine Mengen an Abfall an. Er besteht hauptsächlich aus Restmüll, Papier, Leichtverpackungen, Glas und Biomüll.

Abfall wird wie folgt gesammelt:

- Bei den Schreibtischen stehen Papiermülleimer, in denen nur Papier entsorgt wird.
- In der Küche befindet sich ein 3-er Trennsystem (Biomüll, Glas, Restmüll). In der Nähe der Küche sowie in einem Großraumbüro befinden sich Sammelcontainer für Altpapier, Karton und Kunststoffe/Metall (= Gelber-Sack).
- In den seltenen Fällen, in denen Leuchtröhren ausgetauscht werden müssen, wird dies von der Hausverwaltung erledigt und entsorgt.

Der Abfall wird in unserem Büro wie folgt entsorgt:

- Für Papier und Kartonagen in Alltagsmengen befinden sich Sammelcontainer in der Liegenschaft. Die Reinigungskraft bringt die wöchentlich angesammelten Papier-Abfälle zum Container.
- Größere Mengen an Kartonagen: diese werden gesammelt und bei Bedarf mit dem Transporter zur Altpapierpresse der Liegenschaft gebracht.
- Geringe Mengen an Batterien fallen an, die in üblichen Elektrogeräten verwendet werden. Diese werden in speziellen Sammelcontainern in der Liegenschaft entsorgt.
- Gebrauchte Toner werden im Restmüll entsorgt, da in der Region derzeit keine passende Recyclingmöglichkeit durch den Hersteller angeboten wird. Wir haben uns jedoch vorgenommen, bis 2025 eine umweltfreundlichere Lösung zu erarbeiten.
- Biomüll wird durch die Reinigungskraft in den entsprechenden Container gebracht.
- Glas-Müll wird nach Farben sortiert und von der Reinigungskraft zum jeweiligen Container gebracht.
- Restmüll in Alltagsmengen wird von der Reinigungskraft ebenfalls zum entsprechenden Container gebracht.



Zur groben Abschätzung der Abfallmengen nach Fraktionen wurde an verschiedenen Tagen der Abfall im Büro gewogen.

AUSNAHMEJAHR 2023

2023 wurden die Mitarbeiter*innen dazu aufgefordert, alte Unterlagen zu entsorgen, was zu einem zusätzlichen Aufkommen von Papiermüll und nicht mehr verwendbaren Ordnern führte. Die Mitarbeiter*innen wurden gebeten, sofern möglich, Plastikfolien zu entfernen und in der „gelben Tonne“ zu entsorgen. Im selben Zeitraum wurde das Lager durch die Entsorgung nicht mehr benötigter Gegenstände optimiert und neu organisiert. Dieser außerordentliche Müll wurde in zwei Transporten durch einen Mitarbeiter zum Recyclinghof gebracht.



ABFALL-MANAGEMENT EVENTS

Für unsere Events gilt eine sorgfältige Abfallbewirtschaftung. Nach den Veranstaltungen erfolgt die Entsorgung von Plakaten, Transparenten und Roll-Ups, da sie in der Regel mit datumsbezogenen oder einmalig nutzbaren Designs gestaltet sind und keine weitere Verwendung finden. Um jedoch Abfall zu minimieren, nutzen wir Roll-Up-Systeme und Tragetaschen so lange wie möglich mehrfach. In diesen Fällen wird lediglich die Bespannung mit dem Sujet ausgetauscht, die anschließend im Restmüll entsorgt wird.

Bei größeren Veranstaltungen stellen wir unseren Mitarbeiter*innen und Gästen Abfalltonnen für Restmüll und Glas zur Verfügung, die auch von den Catering-Teams genutzt werden. Eine getrennte Sammlung von Papier und Karton ist leider nicht möglich, da wir an die Entsorgungsmöglichkeiten unserer Geschäftspartner gebunden sind.

Die Abrechnung der Abfallmengen durch den Geschäftspartner erfolgt per Abfalltonne und nicht nach Gewicht. Daher wurde für die Einschätzung der Restmüllmenge die Höchstmenge zugrunde gelegt, welche in Liter angegeben ist, und mit dem Faktor 0,5 gewichtet.

Für den Glasabfall wurde das Gewicht auf Grundlage des Durchschnittsgewichts von leeren Weinflaschen (500-600 g) und deren Volumen (1 L) geschätzt. Unter Berücksichtigung der Höchstmenge der Gewerbetonnen (1.100 L) ergibt sich ein theoretisches Gewicht von 605 kg je Tonne. Da die Tonnen nicht voll sind und einige Flaschen zerbrechen, wurde die Berechnung mit einem Faktor von 0,6 gewichtet.

**Geschätzter Abfallaufkommen pro
Mitarbeitenden im Jahr: 174 kg**

VERMEIDUNG VON ABFÄLLEN

Um Abfälle zu vermeiden und nachhaltiger zu handeln, setzen wir folgende Maßnahmen um:

- Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen/ Teamschulung
- elektronische Büroorganisation
- standardmäßig eingestellte Duplexfunktion sowie S/W-Funktion beim Drucken
- nicht mehr benötigte Ausdrucke werden als Notizpapier weiterbenutzt
- sowohl für unsere Events als auch für Kundenevents verwenden wir Roll-Up-Systeme mehrfach, es wird nur die Bespannung ausgetauscht
- wir verzichten auf Streuartikel und bieten stattdessen qualitative Fan-Artikel an

Bezeichnung des Abfalls	Einheit	Abfall-schlüssel (AVV)	Einstufung [n.g./g.]	Menge/a		Gesamtkosten (+)/ Erlöse(-) [Euro/a]	
				2023		2023	
nicht gefährliche Abfälle							
Papier, Pappe, Kartonagen	t	200.101	n.g.	1,14			
Glas	t	160.120	n.g.	0,03			
Kunststoffe	t	160.119	n.g.	0,31			
Metalle	t	200.140	n.g.				
Holz	t	170.201	n.g.	0,31			
Textilien	t	20.111	n.g.				
Bioabfälle	t	200.108	n.g.	0,26			
Weitere gewerbliche Siedlungsabfälle	t	2003	n.g.				
Ungefährliche Produktionsabfälle	t	30.101	n.g.				
Restabfall (gemischte Siedlungsabfälle zur Beseitigung)	t	200.301	n.g.	0,79			
Gemischte Siedlungsabfälle zur Verwertung	t	200.399	n.g.	1,70			
		Kosten n. g. Abfälle		5	Kosten n.g. Abfälle		0
Gefährliche Abfälle							
Leuchtstoffröhren	t	200.121	g.				
Gefährliche Produktionsabfälle	t	40.104	g.				
		Summe g. Abfälle		0	Kosten g. Abfälle		0
		Gesamtsumme [t]		4,53	Gesamtkosten:		0,00



ARBEITSKRÄFTE – GENERELL

Alle gesetzlichen Vorgaben wurden bislang stets eingehalten und werden auch zukünftig konsequent beachtet. Grundsätze wie die Förderung von Gleichstellung sowie die Berücksichtigung von Vielfalt – etwa in Bezug auf Kultur, Religion, Geschlecht oder Behinderung – sind für uns selbstverständlich. Unsere tägliche Zusammenarbeit im Team sowie mit der Geschäftsführung basiert auf einem partnerschaftlichen Ansatz.

Unsere Mitarbeiter*innen werden regelmäßig über aktuelle Entwicklungen informiert und nehmen an regelmäßigen Austauschformaten teil. Ab sofort werden wir – soweit es uns möglich ist – auch bei Drittdienstleister*innen auf die Einhaltung dieser Standards achten. Sollten diese nicht erfüllt werden, sehen wir mittelfristig von einer weiteren Zusammenarbeit ab.

Wir verstehen uns als sozialer Arbeitgeber und unterstützen unsere Mitarbeiter*innen mit vielfältigen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie zur Förderung verschiedener Lebenswelten. Darüber hinaus legen wir großen Wert auf eine qualifizierte Ausbildung. Unsere Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit, an Weiterbildungskursen teilzunehmen, die agenturrelevant sind.

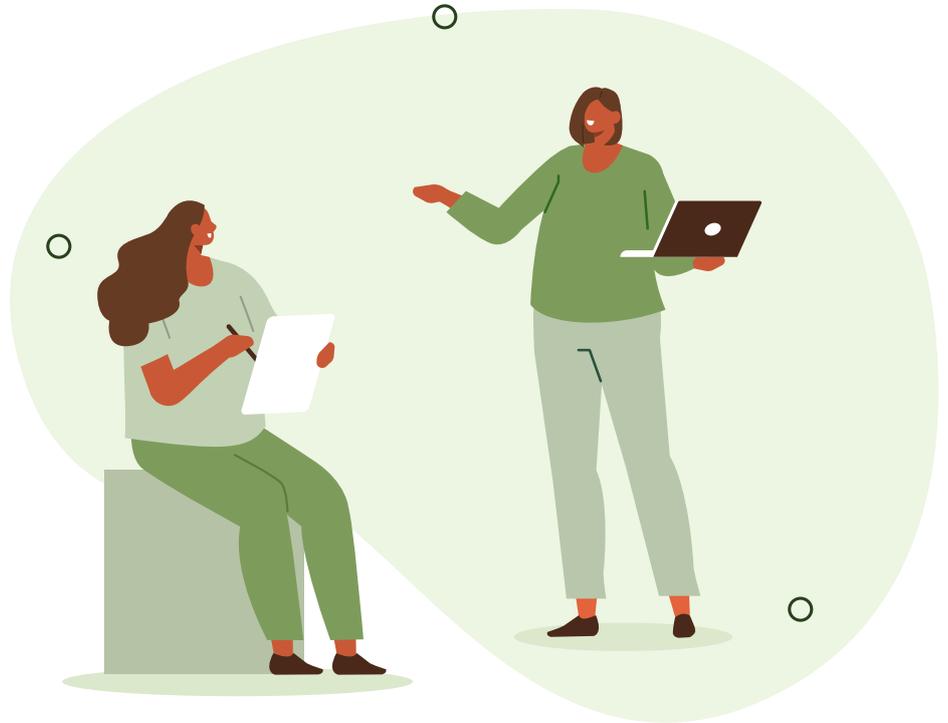
Gesamtzahl der Mitarbeitenden in Vollzeitäquivalenten oder in der Mitarbeitenden-Zahl anzugeben, aufgeschlüsselt nach:

Art des Arbeitsvertrags per 31.12.2023	befristet	unbefristet
Anzahl MA (Kopfanzahl od. Vollzeitäquivalent)	0	26

Geschlecht per 31.12.2023	weiblich	männlich	divers	o. A
Anzahl MA (Kopfanzahl od. Vollzeitäquivalent)	16	10	0	0

Land, falls zutreffend per 31.12.2023	Österreich	nicht Österreich
Anzahl MA (Kopfanzahl od. Vollzeitäquivalent)	26	0

Gesamtanzahl MA per 31.12.2023	26
Anzahl MA (Kopfanzahl od. Vollzeitäquivalent)	26



B9

ARBEITSKRÄFTE – GESUNDHEIT & SICHERHEIT

Arbeitsbedingte Erkrankungen umfassen jegliche gesundheitlichen Komplikationen, die durch arbeitsplatzbedingte Rahmenbedingungen verursacht oder verschlimmert werden. Im Berichtszeitraum wurden keine arbeitsbedingten Verletzungen, Erkrankungen oder Todesfälle verzeichnet. Die jährliche Überprüfung durch die Betriebsprüfer*innen der AUVA führte auch 2023 zu keiner Beanstandung.

Informationen bezüglich der Mitarbeiter*innen:

Anzahl der Mitarbeiter*innen per 31.12.2023	26
Quote* der erfassten/im Unternehmen gemeldeten arbeitsbedingten Unfälle:	0
Anzahl der Todesfälle aufgrund von arbeitsbedingten Verletzungen und arbeitsbedingten Gesundheitsproblemen:	0

**(Formel: Anzahl der Arbeitsunfälle im Berichtsjahr/Gesamtzahl der Arbeitsstunden aller Arbeitnehmer*innen im Berichtsjahr x 200.000)*



ARBEITSKRÄFTE – ENTLOHNUNG, TARIFVERHANDLUNGEN & AUSBILDUNG

Wir sind uns der zentralen Rolle unserer Mitarbeiter*innen bewusst: Auch in Zeiten fortschreitender Digitalisierung und Automatisierung bleiben die Ideen, Initiativen und das Know-how unseres Teams das wertvollste Kapital des Unternehmens.

Um die besten Talente zu gewinnen und langfristig zu binden, positionieren wir uns als verlässlicher und attraktiver Arbeitgeber. Eine starke Unternehmenskultur bietet unseren Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, sich individuell und beruflich bestmöglich weiterzuentwickeln.

Ein besonderes Augenmerk legen wir auf die Beseitigung von Gehaltsunterschieden zwischen Männern und Frauen. Faire Entlohnung ist für uns der zentrale Baustein, um Chancengleichheit zu fördern und langfristige Mitarbeiterbindung zu gewährleisten.

Verhältnis der Einstiegs- zur Mindestvergütung: (Ratio: Einstiegsvergütung/Mindestvergütung)	durchschnittlich: 14,5 %
Prozentuale Vergütungslücke zwischen weiblichen und männlichen Mitarbeitenden: (Durschnitt. Bruttogehalt männlich - Durschnitt. Bruttogehalt weiblich) / Durschnitt. Bruttogehalt männlich x 100 Einmal Reallöhne und einmal auf Vollzeitstellen hochgerechnet.	Gehaltschere in %: 0 %

An unserem Standort existiert, anders als in Wien, kein Kollektivvertrag für Werbung und Marktkommunikation. Um sowohl von der geografischen Nähe zu Wien zu profitieren als auch für potenzielle Mitarbeiter*innen attraktiv zu bleiben, orientieren wir uns am dort gültigen Kollektivvertrag für Werbung und Marktkommunikation.

Anteil der Mitarbeitenden mit Kollektivvertrag in % (Angabe einer Bandbreite, z. B. 40–59 % oder 60–79 % möglich)	100 %
---	--------------

Um weiterhin erfolgreich zu bleiben, setzen wir auf die bestmögliche Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter*innen. Ein gut geschultes und hochmotiviertes Team ist der Schlüssel, um unseren Kund*innen kreative, zeitgemäße Werbung und herausragende Eventerlebnisse zu bieten. Daher legen wir großen Wert auf kontinuierliche Mitarbeiterförderung und gezielte Weiterbildungsmaßnahmen.

Im Jahr 2023 war der Bedarf an Weiterbildungen für unsere Mitarbeitenden aufgrund von umfangreichen Weiterbildungen im Jahr 2022 geringer als üblich. Neben der bezahlten Weiterbildung von zwei Grafikerinnen beim „Graphic Design Innovation Lab“ wurden viele nicht kostenpflichtige Workshops, Networking-Treffen, Panels etc. besucht. Zeit und Raum für den Besuch solcher Veranstaltungen zu schaffen, ist uns ein großes Anliegen.

Gesamte Anzahl an Schulungsstunden der Mitarbeitenden:	56 Stunden
---	-------------------

B11

ANZAHL VERURTEILUNGEN & STRAFEN INNERHALB DES BERICHTSZEITRAUMS

Als Unternehmen, zu 49% im Eigentum einer Bank und mit Auftraggebern aus dem öffentlichen Sektor, sehen wir unsere besondere Verantwortung in den Bereichen Compliance, Transparenz, Datenschutz und Menschenrechte.

Obwohl wir als kleines Unternehmen keine eigenen Kontrollorgane oder eine Compliance-Abteilung besitzen, verpflichten wir uns, die Compliance-Regeln unserer Kund*innen zu respektieren und umzusetzen.

Aufgrund unserer Tätigkeiten ist Datenschutz von großer Wichtigkeit, umso mehr ist es notwendig, verantwortungsbewusst und vorbeugend zu handeln. Insbesondere für die Geschäftspartner*innen, Mitarbeiter*innen und Kund*innen ist ein absolut vertrau-

licher Umgang mit Informationen sicherzustellen. Seit 2020 ist unser Datenschutzbeauftragter für die Überwachung der Einhaltung rechtlicher und interner Vorschriften verantwortlich. Er berät das Management sowie die Mitarbeiter*innen in sämtlichen Fragen des Datenschutzes. Durch Schulungen und Workshops wurde sichergestellt, dass alle betroffenen Mitarbeiter*innen die Grundlagen des Datenschutzes sowie aktuelle Neuerungen in diesem Bereich verstehen und anwenden können.

Anteil Verurteilungen (Korruption/Bestechung)	0
Höhe der Geldstrafe (Korruption/Bestechung)	0 €

AMI NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2023 *VSME-ESRS*

Impressum:

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

AMI Promarketing Agentur-Holding GmbH
Landhaus Boulevard Haus 6 Top 21, 3100 St. Pölten
+43 2742 25 80 60-00 | amipro.at

Redaktion: AMI Promarketing

Yamina Kain-Azzaz, MSc
Carolin Holzer, MA

Bildernachweis: Adobe Stock, Stephan Vereno

Layout: AMI Promarketing

Andrea Sommerauer, BA
Heidi Plaichner

Alle Rechte vorbehalten

St. Pölten, Jänner 2025



AMI

NACHHALTIGKEIT AUS LEIDENSCHAFT.

AMI NACHHALTIGKEITSBERICHT 2023 – VSME-ESRS