

RUP



# THE POWER OF SUSTAINABILITY

REICHLUND PARTNER  
Digital

# Inhalt

Vorwort  
Unsere Gruppe

## 01

### 10 REICHLUNDPARTNER Digital

- 12 Unsere Vision bei REICHLUNDPARTNER Digital
- 14 Unsere Leistungen im Überblick
- 16 Unsere Werte
- 18 Unser Markt
- 19 Unsere Kund:Innen
- 20 Unser Team
- 22 REICHLUNDPARTNER Digital in Zahlen & Fakten

## 02

24 Unser Weg zur Nachhaltigkeit –  
Ansätze und Ausrichtung

## 03

### 28 Environmental bei REICHLUNDPARTNER Digital

- 30 Strategie
- 31 Was haben wir bereits erreicht?
- 32 Ziele und Maßnahmen

## 04

### 34 Social bei REICHLUNDPARTNER Digital

- 36 Strategie
- 37 Was haben wir bereits erreicht?
- 38 Ziele und Maßnahmen

## 05

### 40 Governance bei REICHLUNDPARTNER Digital

- 42 Strategie
- 43 Was haben wir bereits erreicht?
- 45 Ziele und Maßnahmen

## 06

### 46 Wissenswertes von REICHLUNDPARTNER Digital

- 47 Orientierung durch den VSME-Standard
- 48 Glossar
- 50 Abkürzungsverzeichnis
- 52 Impressum



# Vorwort

**Liebe Kund:innen!**  
**Liebe Geschäftspartner:innen!**  
**Liebe Mitarbeiter:innen!**

Als führende Digitalagentur mit Wurzeln in der Kreativbranche denken wir über den digitalen Tellerrand hinaus. Wir bei REICHLUNDPARTNER Digital verstehen Digitalisierung nicht nur als technischen Fortschritt, sondern als kraftvollen Hebel für nachhaltige Transformation.

Seit unserer Gründung haben wir uns als verlässlicher Partner für Unternehmen verschiedenster Branchen etabliert – mit einem klaren **Fokus auf Qualität, Innovation und Verantwortung**. Unser Ziel ist es, digitale Strategien zu entwickeln, die Wirkung zeigen: **ökologisch, ökonomisch und gesellschaftlich**.

## **Nachhaltigkeit & Innovation – unser digitales Selbstverständnis**

Wir setzen auf Kreativität, hervorragend ausgebildete Wissensarbeiter:innen, nachhaltige Technologien, schlanke und papierlose Prozesse, klimafreundliche Mobilität sowie gelebte Vielfalt im Team. Im Jahr 2025 konnten wir durch den Einsatz von 100 % Ökostrom ab Q4 2025, die Förderung nachhaltiger Mobilität und die Unterstützung gemeinnütziger Initiativen wichtige Akzente setzen. Diese Maßnahmen sind Teil unseres ESG-Engagements und Aus-

druck unseres langfristigen, verantwortungsbewussten Denkens.

## **Unser Versprechen: Verantwortung in der digitalen Welt**

Nachhaltigkeit ist für uns mehr als ein Schlagwort – sie ist gelebte Haltung. Durch smarte, skalierbare Lösungen gestalten wir gemeinsam mit unseren Kund:innen die digitale Zukunft. Dabei verbinden wir kreative Exzellenz mit technischer Präzision – immer im Dienst eines größeren Ganzen.

## **Unsere Mitarbeiter:innen sind das Herzstück unseres Erfolgs**

Deshalb fördern wir sowohl ihre Gesundheit als auch ihr Wohlbefinden, schaffen Raum für lebenslanges Lernen und setzen auf Gleichstellung sowie Vielfalt. So gestalten wir ein Arbeitsumfeld, in dem Menschen nicht nur arbeiten, sondern wachsen – gemeinsam und als Persönlichkeiten.

Mit diesem Bericht geben wir Ihnen einen Einblick in unser Denken, Handeln und Gestalten. Wir laden Sie ein, mit uns gemeinsam die digitale Zukunft verantwortungsvoll und wirkungsvoll zu gestalten.

Ihr Team von REICHLUNDPARTNER Digital

Matthias Reichl,  
Geschäftsführender Gesellschafter



# Unsere Gruppe

**REICHLUNDPARTNER Digital ist Teil der REICHLUNDPARTNER Gruppe – einer der größten inhabergeführten Full-Service-Agenturgruppen im deutschsprachigen Raum. Über 170 Expert:innen arbeiten gruppenweit in den Bereichen Werbung, Media, PR, Event, Social Media, Geschäftsmodellinnovation und eben auch Digital.**

Die Gruppe vereint kreative Exzellenz mit strategischem Denken und effektiver Umsetzungskompetenz – alles unter einem Dach. Mit Standorten in Wien, Linz und Graz sowie einem nationalen & internationalen Kundennetzwerk ist die REICHLUNDPARTNER Gruppe breit aufgestellt. Die intern enge Zusammenarbeit ermöglicht es uns, interdisziplinär zu agieren, Synergien zu nutzen und komplexe Projekte effizient umzusetzen. Durch unseren 360°-Ansatz erhalten unsere Kund:innen mehr als bei anderen Agenturen. Als digitaler Thinktank innerhalb dieser Struktur treiben wir Innovation gezielt voran – gemeinsam, zukunftsorientiert und verantwortungsvoll.

Mit der im Jahre 2007 von Silvia und Rainer Reichl initiierten gemeinnützigen Stiftung „Stones für Life“ helfen wir weltweit Kinder in Not. Darüber hinaus fördern wir die Initiative „Wir besiegen Krebs“ zugunsten des Salzburg Cancer Research Institutes. Des Weiteren unterstützen wir diverse NGOs wie den WWF, UNHCR oder Global 2000 immer wieder durch Pro-bono-Leistungen. Unsere Pro-bono-Kampagnen finden Sie [hier](#).



Von links nach rechts: Matthias Reichl, Silvia Reichl, Carolina Mülleder, Rainer Reichl



# Unser Familien- unternehmen in Zahlen

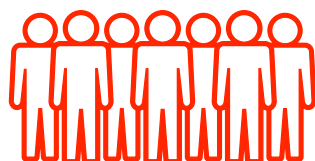
Als inhabergeführte Kommunikationsagentur arbeiten wir unabhängig von multinationalen Agenturnetzwerken und sind somit auch schlagkräftiger als große Organisationen.

# 100%

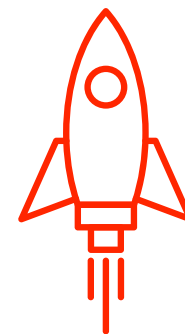
Inhabergeführt & unabhängig

# 170+

RUPies



Unser 178-köpfiges Team besteht aus Spezialist:innen und Generalist:innen aus allen Bereichen der Marketing-kommunikation.



# 1988

gegründet

REICHLUNDPARTNER wurde 1988 mit der Vision gegründet, allen Unternehmungen eine echte Alternative zu den multinationalen Agenturen zu bieten.

# 141

Mio. €

## Kreativ-Billing

Laut Focus Media Ranking ist REICHLUNDPARTNER die sechstgrößte Kommunikationsagentur Österreichs mit einem Billing von 141,3 Mio. Euro.



# 01

REICHLUNDPARTNER Digital

# THE POWER OF DIGITAL

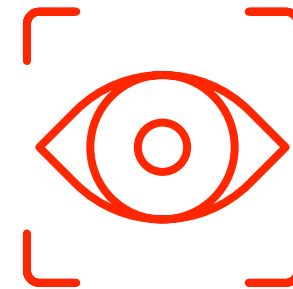




# Unsere Vision bei REICHLUNDPARTNER Digital

„To be the most **innovative** and **impactful** agency group – **transforming businesses and creating extraordinary experiences** that **shape the digital future** while boosting our clients' competitiveness. **We understand and meet the unique needs of each client segment.** We are **the strategic partner for success in an ever-evolving market.**“

**SHAPING DIGITAL  
EXCELLENCE.**



Wir wollen eine der innovativsten und führenden Agenturgruppen im deutschsprachigen Raum sein – ein echter Transformationspartner für Unternehmen, die ihre Zukunft digital gestalten wollen. Unser Ziel ist es, Geschäftsmodelle neu zu denken, außergewöhnliche Nutzererlebnisse zu schaffen und dadurch nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu ermöglichen. Dabei stehen Menschen und Wirkung im Mittelpunkt. Technologie ist für uns kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug für echten Fortschritt. Mit flachen Hierarchien, agilen Prozessen und einem tiefen Verständnis für unsere Kund:innen gestalten wir digitale Lösungen, die nicht nur Trends folgen, sondern neue Maßstäbe setzen. Wir denken strategisch, handeln proaktiv und liefern Resultate, die wirken – wirtschaftlich, menschlich, nachhaltig.

---

Wir helfen unseren Kund:innen nicht nur, ihre Ziele zu erreichen, sondern sie zu übertreffen.

---

Unsere Kund:innen erhalten mehr und bessere Ergebnisse als anderswo.

---

Wir sind die Inspirationsquelle – und der Benchmark in der Branche.

---

Wir sind ein Magnet für Talente in unserer Branche



# Unsere Leistungen im Überblick

## 01

### Digitale Produktentwicklung

Unsere digitalen Produkte verbinden strategische Markenführung mit technologischer Exzellenz.

Dabei reicht unser Portfolio von klassischen Unternehmenswebsites bis hin zu komplexen Plattformlösungen:

🔧 **Websites & Portale:** Ob B2B, B2C oder Employer Branding – wir realisieren leistungsstarke Weblösungen, die Nutzer:innen begeistern und Konversion fördern.

🔧 **Landingpages & Microsites:** Für Kampagnen, ESG-Storytelling oder Gewinnspiele entwickeln wir fokussierte, aufmerksamkeitsstarke Microsites.

🔧 **eCommerce-Lösungen:** Vom B2B- und B2C-Shop bis zur individuellen Buchungsplattform – unsere E-Commerce-Architekturen sind flexibel, skalierbar und konversionsstark.

🔧 **Marktplatz- & Plattformentwicklung:** Wir konzipieren und realisieren spezialisierte Portale wie Karriereplattformen, eLearning-Umgebungen oder digitale Change-Management-Systeme.

🔧 **Digitales Campaigning:** Online-Banner, Newsletter, E-Mail- und WhatsApp-Marketing – für Ihre crossmediale Kommunikation setzen wir digitale Touchpoints effektiv um.

🔧 **Designsysteme & Tools:** Für effiziente Skalierung und konsistentes Markenerlebnis schaffen wir Designsysteme und entwickeln hauseigene Tools wie den „socialplaner“, „Scanulator“ oder „flipgorilla“.

## 02

### Customer Experience & Design

Wir gestalten digitale Erlebnisse, die Nutzer:innen intuitiv führen und Marken überzeugend inszenieren:

- 🔧 User Interface & Experience Design
- 🔧 Customer Experience Design & Research
- 🔧 Content Design & User Story Mapping

## 03

### Engineering & Development

Von der technischen Konzeption bis zum Betrieb realisieren wir performante und wartbare Systeme – CMS-neutral, Headless-ready und zukunftssicher:

- 🔧 Technische Architektur & Schnittstellenkonzepte
- 🔧 Individuelle Softwareentwicklung & Systemintegration
- 🔧 Headless-CMS (z. B. Storyblok, IBEXA), Shoplösungen (Shopify, Shopware)
- 🔧 Qualitätssicherung, Testing & Betrieb
- 🔧 KI-gestützte Entwicklung & Automatisierung

## 04

### Digital Marketing & Analytics

In enger Zusammenarbeit mit (inter)nationalen Plattformen machen wir Ihr Unternehmen sichtbar und generieren durch datengetriebenes Targeting Ihre Wunschkunden:

- 🔧 SEO, GEO, SEA & Conversion-Optimierung
- 🔧 Landingpage-Strategien & Performance-Tracking
- 🔧 Newsletter-Marketing & Automation (inkl. WhatsApp, socialplaner)
- 🔧 GAIO: Generative-AI-Optimization für Content & Struktur
- 🔧 A/B-Tests, Heatmaps, UI/UX-Testing



## 05

### Beratung: Strategisch denken, digital handeln

Als Partner auf Augenhöhe unterstützen wir unsere Kund:innen nicht nur bei der Umsetzung, sondern auch bei strategischen Entscheidungen zur digitalen Zukunft ihres Unternehmens:

- 🔧 Digitale Marketingberatung & Digital Sales
- 🔧 Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle & Transformation
- 🔧 KI-Strategie & Integration in Geschäftsprozesse
- 🔧 Barrierefreiheit & Web-Compliance-Beratung
- 🔧 CRM-, PIM- & DAM-Systemberatung inkl. Implementierung
- 🔧 Projektmanagement mit agilem Mindset
- 🔧 Omnichannel-Marketingkonzepte

## 06

### Workshops

In unseren interaktiven Workshops schaffen wir Raum für kreative Innovation, strategische Reflexion und praxisnahe Digitalisierung:

- 🔧 Design Thinking & Business Model Innovation
- 🔧 Entwicklung & Evaluierung digitaler Strategien
- 🔧 Digital Maturity Check & Gap-Analysen

# Unsere Werte



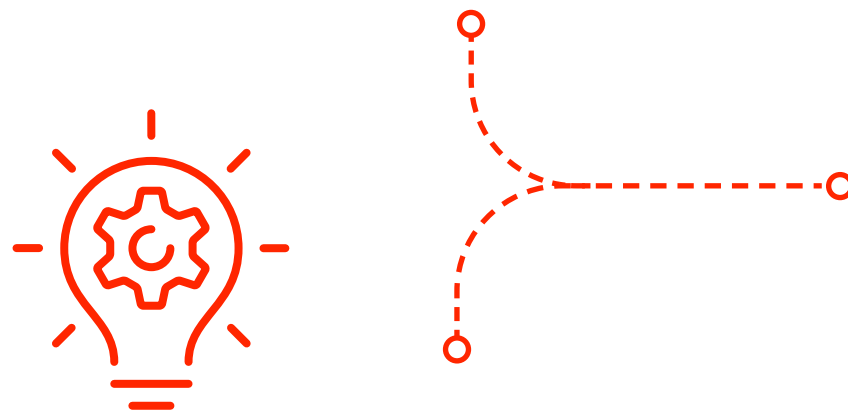
## Haltung, Herz & Hausverstand

### Zusammenhalt prägt unsere Kultur

Wir sind ein starkes Team, in dem Leistung gesehen und anerkannt wird. Denn Einsatz ist bei uns keine Einbahnstraße – er entsteht im Miteinander, im Nehmen und Geben. Wir fordern und fördern uns gegenseitig – und feiern Erfolge mit Stolz.

## Engagement...

... ist unser Antrieb.



## Innovation...

... bedeutet für uns **Mut, Neugier** und **Pioniergeist**. Durch ganzheitliches Denken gewinnen wir ein tieferes Verständnis für Zusammenhänge und Entwicklungen.

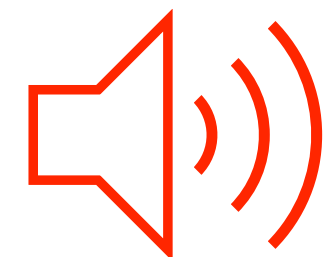
# Miteinander wachsen, gemeinsam gestalten

### Wir gehen die Extrameile...

... mit Leidenschaft und Verantwortung.

Wir übernehmen Verantwortung – für Menschen, Umwelt und Wirtschaft. Wir handeln nachhaltig, respektvoll und mit einem klaren Blick für Wirkung. Unsere Projekte entstehen aus Dialog, Begeisterung und dem Willen, digitale Exzellenz erlebbar zu machen – Tag für Tag.

## Jede Stimme zählt.



## Spaß...

... bei der Arbeit  
gehört selbverständlich dazu.





# Unser Markt

Kultur

öffentlicher Sektor

Handel

Industrie

Energie

Gesundheit

REICHLUNDPARTNER Digital bewegt sich in einem dynamischen, technologiegetriebenen Markt, der von Innovation, Tempo und Komplexität geprägt ist. Wir gestalten digitale Transformation für Unternehmen unterschiedlichster Branchen – von Industrie über Energie bis zu Kultur, Handel, Gesundheit und öffentlichem Sektor. Unsere Projekte reichen von regionalen KMU bis zu internationalen B2B und B2C-Konzernen. Geografisch sind wir besonders stark im gesamten DACH-Raum (Österreich, Deutschland, Schweiz) begleiten aber auch ein/e Kund:in in Liechtenstein aktiv. Darüber hinaus betreuen wir auch Unternehmen in CEE-Märkten und setzen punktuell globale Initiativen um. Unsere Agenturgruppe ist in Österreich verwurzelt – mit internationaler Reichweite. So verbinden wir lokale Nähe mit globaler Perspektive und schaffen nachhaltige digitale Lösungen, die wirken.

# Unsere Kund:innen

Unsere Kund:innen sind so vielfältig wie ihre Herausforderungen – und genau das macht unsere Arbeit spannend.

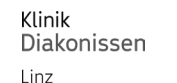
**Wir betreuen Scale-ups, mittelständische Unternehmen, Hidden Champions und internationale Konzerne. Ob Industrie, Energie, Finanzdienstleistung, Kultur, öffentlicher Sektor oder Handel – unsere Kund:innen eint der Wille, digital wirksam zu sein. Sie suchen nicht nur Lösungen, sondern eine strategische Partnerschaft.**

Gemeinsam entwickeln wir digitale Ökosysteme, die nicht nur funktionieren, sondern Mehrwert schaffen.

Besonders stolz sind wir auf langjährige Beziehungen zu Organisationen wie Fronius, ÖBB, EVN, Diners Club oder die fürstlichen Sammlungen von Liechtenstein. Wir verstehen uns nicht als klassische Agentur, sondern als erweitertes Team – verlässlich, neugierig und engagiert.

## Unsere Branchen-Expertise auf einen Blick

Industry & Technology | Energy & Environment | Culture & Entertainment | Financial & Professional Services | Real Estate | Consumer & Retail | Health | Social Responsibility



# Unser Team

Bei REICHLUNDPARTNER Digital stehen unsere Mitarbeiter:innen im Mittelpunkt. Denn echte Innovation entsteht nur dort, wo Menschen sich wohlfühlen, einbringen und weiterentwickeln können. Wir fördern ein Arbeitsumfeld, das auf Vertrauen, Eigenverantwortung und Teamgeist basiert. Unsere Benefits reichen von flexiblen Arbeitsmodellen über Homeoffice-Möglichkeiten bis hin zur finanziellen Unterstützung für Fitnessstudio-Mitgliedschaften, dem KlimaTicket und einer Vorsorge-Untersuchung alle 2 Jahre. Durch regelmäßige Team-Events, zwei Frühstückslieferungen pro Woche und unseren „Gin-Donnerstag“ als Afterwork-Highlight, fördern wir aktiv den Teamgeist. Ergänzt werden diese Benefits durch Weiterbildungsangebote, gemeinsame Feiern und inspirierende interne Formate wie die Advertists – unser informatives Austauschformat. All das stärkt den Zusammenhalt und sorgt für nachhaltige Motivation. Flache Hierarchien und offene Kommunikation schaffen außerdem Raum für Mitgestaltung. Unser Anspruch: ein Ort, an dem Talente wachsen und gerne bleiben. Denn gelebte Unternehmenskultur ist kein Zufall – sie ist unser Fundament.



Gemeinsam erfolgreich



**Matthias Reichl**  
Geschäftsführer



**Raphaela Aufreiter**  
Chief Customer Officer  
Mitglied des GF-Teams



**Bernhard Görlitz**  
Chief Creative Officer  
Mitglied des GF-Teams



**Bernhard Voit**  
Chief Technology Officer  
Mitglied des GF-Teams



Account Director



Account Director



Account Manager



Account Manager



SEM-Manager



UI/UX Design



UI/UX Design



UI/UX Design



UI/UX Design



Full-Stack Developer



Full-Stack Developer



Full-Stack Developer



Full-Stack Developer



Full-Stack Developer

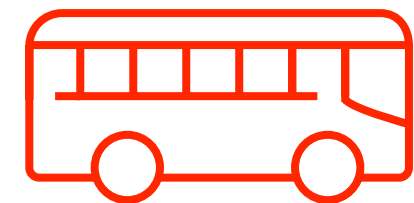


Dev Ops



# REICHLUNDPARTNER

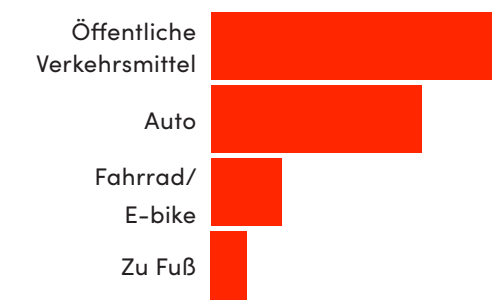
## Digital in Zahlen & Fakten



**Weg zur Arbeit (zentrale Bürolage)**

Kürzester Arbeitsweg: 0,3 km  
Längster Arbeitsweg: 62 km  
Ø Arbeitsweg: ca. 16,5 km  
Median-Arbeitsweg: ca. 6,5 km

### Unsere Art und Weise zur Arbeit zu gelangen



- Awards**
- Unter den Top 3 % der Arbeitgeber (lt. Kununu)
  - Green Marketing Award 2025
  - Top 3 Digitalagentur 2023, 2024, 2025 lt. medianet-Ranking
  - 2x Caesar Gold Digital Innovations (2022 & 2024)
  - Caesar Silver Digital Innovations 2024
  - Caesar Bronze Innovations 2024
  - German Design Award 2024
  - Top Full Service Digital Agency Clutch USA
  - ESG Performer Gold



# 02

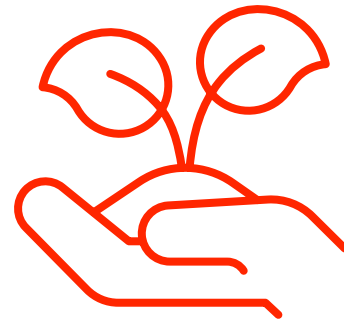
Unser Weg zur Nachhaltigkeit – Ansätze und Ausrichtung

# THE POWER OF SUSTAINABILITY





# Unser Weg zur Nachhaltigkeit – Ansätze und Ausrichtung



**Bei REICHLUNDPARTNER Digital beginnt Nachhaltigkeit bei den Menschen.** Wir fördern ein wertschätzendes, gesundes und flexibles Arbeitsumfeld, das Vielfalt zulässt und Chancengleichheit lebt – unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder Lebensphase. Unsere Kultur ist offen, inklusiv und teamorientiert. Nachhaltigkeit zeigt sich für uns auch im täglichen Tun: Wir arbeiten digital und nahezu papierlos, setzen ab Q4 2025 auf 100 % Ökostrom und vermeiden unnötige Dienstreisen. Umweltbewusstsein heißt für uns, Verantwortung zu übernehmen – im Büro, in Projekten und in der digitalen Infrastruktur. Durch den Einsatz von energieeffizienten Geräten und Servern, welche mit erneuerbaren Energien betrieben werden. Im Q2 2025 haben wir uns aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit in diversen Workshops auseinandergesetzt. Daraus ist dieser Nachhaltigkeitsbericht entstanden, um unsere Wirkung noch transparenter zu machen. Gleichzeitig unterstützen wir seit Jahren soziale Initiativen – etwa mit der Stiftung „Stones for Life“, mit Pro-bono-Leistungen für NGOs oder durch unser Engagement im Bereich Gesundheit. Für uns ist Nachhaltigkeit kein Ziel, sondern ein Weg, den wir mit Überzeugung und Haltung gehen.

## Handlungsfelder

Aus dem strukturierten Dialog, der fundierten Analyse und dem klaren Willen zur Weiterentwicklung ist eine Strategie entstanden, die nicht nur Ziele formuliert, sondern auch den Weg dorthin beschreibt. Die nachfolgenden Handlungsfelder bilden das Herzstück unseres unternehmerischen Engagements – in ihnen spiegeln sich unsere Haltung, unsere Verantwortung und unsere Überzeugung wider.

Jedes dieser Felder wurde auf Basis seiner Relevanz für REICHLUNDPARTNER Digital ausgewählt – mit dem Ziel, messbare Beiträge zu leisten: Für unsere Mitarbeiter:innen, unsere Partner:innen, unsere Produkte und den Markt, in dem wir uns bewegen.

Im Folgenden geben wir einen Einblick in die Themen, die uns antreiben – und in die konkreten Maßnahmen, mit denen wir sie gestalten.



Unseren Mitarbeiter:innen ist Nachhaltigkeit ein Anliegen



# 03

Environmental bei REICHLUNDPARTNER Digital

# THE POWER OF ENVIRONMENTAL





# Strategie



## Umwelt.

Im Rahmen einer systematischen **Wesentlichkeitsanalyse** haben wir alle Themen gemäß den ESRS-Umweltstandards (E1 bis E5) geprüft. Dabei wurde der **Bereich Klimawandel (E1)** als **wesentlich** eingestuft – sowohl in Bezug auf Auswirkungen als auch bei Risiken und Chancen.

In Anlehnung an den ESRS-E1-Standard und im Einklang mit den Sustainable Development Goals (insbesondere SDG 9, 12 und 13), setzen wir daher gezielt Maßnahmen zur Reduktion unserer Treibhausgasemissionen. Die übrigen Umweltstandards (E2–E5) wurden in der Analyse als nicht wesentlich eingestuft – werden jedoch weiterhin beobachtet.

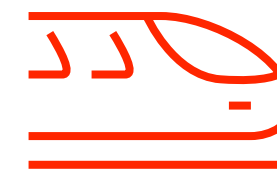
Unser Ziel ist es, **unsere ökologischen Auswirkungen** systematisch zu minimieren – **transparent, wirksam und im Einklang mit einer zukunftsfähigen Unternehmensführung.**

# Was haben wir bereits erreicht?



Wir nutzen derzeit nur ein Firmenauto – und das ist ein E-Auto, das überwiegend mit Strom aus einer privaten Photovoltaik-Anlage geladen wird. Zusätzlich steht innerhalb der Agenturgruppe ein Pool-Fahrzeug zur Verfügung, das derzeit noch mit Diesel betrieben wird. Geschäftsreisen werden weitestgehend durch digitale Meetings ersetzt; notwendige Reisen erfolgen bevorzugt mit der Bahn oder anderen klimafreundlichen Verkehrsmitteln. **Rund 90 % aller Dienstreisen** werden bereits heute mit öffentlichen Verkehrsmitteln durchgeführt – ein weiterer Schritt in Richtung emissionsarmer Arbeitsalltag.

Im **Bereich Ressourcenschonung** setzen wir auf langlebige Geräte, funktionierende Recyclingprozesse und eine konsequente Mülltrennung in allen Units.



## Ein besonderer Fokus liegt auf nachhaltiger Mobilität

Unsere Mitarbeiter:innen werden durch Zuschüsse zum KlimaTicket (50 % Kostenübernahme), eine gut ausgebaute Fahrrad-Infrastruktur sowie Dienst-eBikes auf Anfrage aktiv unterstützt. Parallel dazu nimmt der Bedarf an Parktickets kontinuierlich ab – ein klares Zeichen für den Wandel im Mobilitätsverhalten. Auch Homeoffice-Optionen, die im Schnitt bereits einen Tag pro Woche genutzt werden, tragen zur Reduktion täglicher Pendelwege bei. Zudem achten wir bei der Standortwahl gezielt darauf, dass sich unsere Büros zentral in A-Lagen befinden und gut an den öffentlichen Verkehr angebunden sind. Ziel ist es, flexible Arbeitsplatzmodelle weiter auszubauen und klimafreundlich zu gestalten.

Mit diesen Maßnahmen leistet REICHLUNDPARTNER Digital einen aktiven Beitrag zu den globalen Klimazielen –

**verantwortungsvoll, messbar und zukunftsorientiert.**

# Ziele und Maßnahmen

Beitrag zum Klimaschutz gemäß ESRS E1

**REICHLUNDPARTNER Digital**  
bekennt sich zu einem  
**messbaren Klimabeitrag**  
gemäß der ESRS-Vorgaben.



Aufbauend auf den bereits implementierten Maßnahmen setzen wir ambitionierte Ziele, insbesondere im Hinblick auf die Scope 1- und Scope 2-Emissionen. Aus der vorgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) liegen noch keine genauen Daten vor, weshalb Scope 3 in diesem ersten Report noch nicht berücksichtigt wird.

## Scope 1\*

Unsere direkten Emissionen entstehen hauptsächlich aus dem Mobilitätsverhalten im Fuhrpark.

### Ziele & Maßnahmen

- ↳ Reduktion der Scope 1-Emissionen um 50 % bis 2030 (Basisjahr: 2024)
- Wir elektrifizieren sukzessive unseren gesamten Fuhrpark in der Gruppe. Ziel ist ein 100 % elektrischer Dienstwagenbestand bis 2028.

→ Wir sind von der Linz AG abhängig in Bezug auf Fernwärme und werden daher nur indirekt an der Verbesserung arbeiten können.

\*Die Scope 1-Emissionen lagen im Jahr 2024 bei 1,85 t CO<sub>2</sub>e und sind komplett auf den firmeninternen Fuhrpark zurückzuführen.

## Scope 2\*\*

Unsere Stromversorgung wird bis Ende 2025 vollständig auf zertifizierten Ökostrom umgestellt.

### Ziele & Maßnahmen

- ↳ Reduktion der Scope 1-Emissionen um 50 % bis 2030 (Basisjahr: 2024)
- ↳ Einsatz moderner starker Hardware (PCs, Laptops, Server etc.) gemäß dem neuesten Stand der Technik.
- ↳ Wärmeversorgung erfolgt über den jeweiligen Vermieter – in Linz über die LINZ AG, deren Fernwärme sukzessive grüner wird (Anteil erneuerbarer Energien steigt von derzeit 40 % auf 80 % bis 2035, bis 2040 auf 100 %). Hier profitieren wir indirekt – als sogenannte Trittbrettfahrer.

\*\* Die indirekten Scope 2-Emissionen aus Strom und Fernwärme lagen im Jahr 2024 bei 7,46 t CO<sub>2</sub>e. Wobei 6,62 t CO<sub>2</sub>e aus dem Bezug von Strom am Standort Linz stammen. Der Energieverbrauch lag im Jahr 2024 bei 1885 kWh/FTE.

Diese Zielsystematik bildet die Grundlage für ein kontinuierliches Nachhaltigkeitsmonitoring bei REICHLUNDPARTNER Digital – mit dem Anspruch, Klimaschutz aktiv, datenbasiert und zukunftsorientiert zu gestalten.



# 04

Social bei REICHLUNDPARTNER Digital

# THE POWER OF SOCIAL



# Strategie



Im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse haben wir im Bereich Soziales den Standard ESRS S1 „Eigene Beschäftigte“ als wesentlich eingestuft. Aspekte wie Lieferkettenverantwortung (S2), betroffene Gemeinschaften (S3) oder Endkund:innen (S4) wurden im Agenturkontext als aktuell nicht wesentlich bewertet.

Unsere Mitarbeiter:innen sind das Herzstück unseres Erfolgs. Deshalb setzen wir auf eine Unternehmenskultur, die Chancengleichheit (SDG 10), individuelle Entwicklung (SDG 4) und Gesundheit (SDG 3) in den Mittelpunkt stellt – im Einklang mit den ESRS S1-Vorgaben und den Zielen der Agenda 2030.

Was uns besonders macht: Jede:r Einzelne übernimmt Verantwortung für ein breites Aufgabenspektrum

– mit viel Raum zur Gestaltung und echten Herausforderungen. Das liegt auch an der Struktur von REICHLUNDPARTNER als große Agenturgruppe mit starken Kund:innen – darunter aktuell einige der größten börsennotierten Unternehmen Österreichs. Unsere Projekte sind dadurch ebenso anspruchsvoll wie spannend, und ermöglichen jedem Teammitglied, an Aufgaben zu wachsen, die bei anderen oft auf viele Schultern verteilt werden.

Leistung zählt bei uns – und wird nicht nur gefordert, sondern auch gezielt gefördert. Spaß an der Arbeit und Stolz auf das, was wir gemeinsam leisten, gehören für uns genauso dazu wie gegenseitiger Respekt und echte Wertschätzung. Wir sehen Zusammenarbeit als ein bewusstes Nehmen und Geben – getragen von Vertrauen, Vielfalt und dem Willen, gemeinsam etwas zu bewegen.

**So gestalten wir eine Arbeitswelt, in der Menschen nicht nur funktionieren, sondern wachsen – als Team und als Persönlichkeiten.**

# Was haben wir bereits erreicht?

## Gesundheit und Wohlbefinden (SDG 3)

REICHLUNDPARTNER fördert aktiv die physische und mentale Gesundheit seiner Mitarbeiter:innen. Neben Fitnesszuschüssen, ergonomischen Arbeitsplätzen und flexiblen Arbeitszeitmodellen bieten wir alle zwei Jahre kostenlose Gesundheitschecks bei den Diakonissen in Linz, kostenfreie Impfungen sowie eine Betriebsärztin die mind. 1 x im Quartal zu uns kommt. Regelmäßige Erste-Hilfe-Kurse (6 Stunden) und eine zuständige Person für Gesundheit & Arbeitsschutz in jeder Abteilung, sorgen für zusätzliche Absicherung. Auch Team-Events, Sportinitiativen und eine offene Feedbackkultur stärken das soziale Miteinander.

## Bildung und Weiterentwicklung (SDG 4)

Lebenslanges Lernen ist fest in unserer DNA verankert. Unsere Mitarbeiter:innen profitieren von internen Schulungsformaten wie den Advertists, externen Weiterbildungen und gezielter individueller Förderung – insbesondere in den Bereichen digitale Kompetenzen, UX-Design, Development, Projektmanagement und Nachhaltigkeitskommunikation.

## Gleichstellung und Diversität (SDG 10)

### Wir leben Vielfalt aktiv.

Geschlechtergerechte Bezahlung, geschlechtsneutrale Stellenausschreibungen, flache Hierarchien und eine inklusive Führungskultur gehören bei uns zum Standard. Unterschiedliche Perspektiven und persönliche Hintergründe begreifen wir als wertvolle Ressource – für bessere Lösungen und eine gerechtere Arbeitswelt.





# Ziele und Maßnahmen

Die folgende Übersicht orientiert sich an den Anforderungen des ESRS S1 sowie den Sustainable Development Goals (SDGs) 3, 4 und 10.

REICHLUNDPARTNER Digital richtet seine Personalstrategie gezielt auf die nachhaltige Entwicklung seiner Belegschaft aus – mit Fokus auf Gesundheit, Weiterbildung, Gleichstellung, Führungskultur, Mitarbeiterbindung und den Aufbau zukunftsrelevanter Kompetenzen in Künstlicher Intelligenz und Nachhaltigkeit.

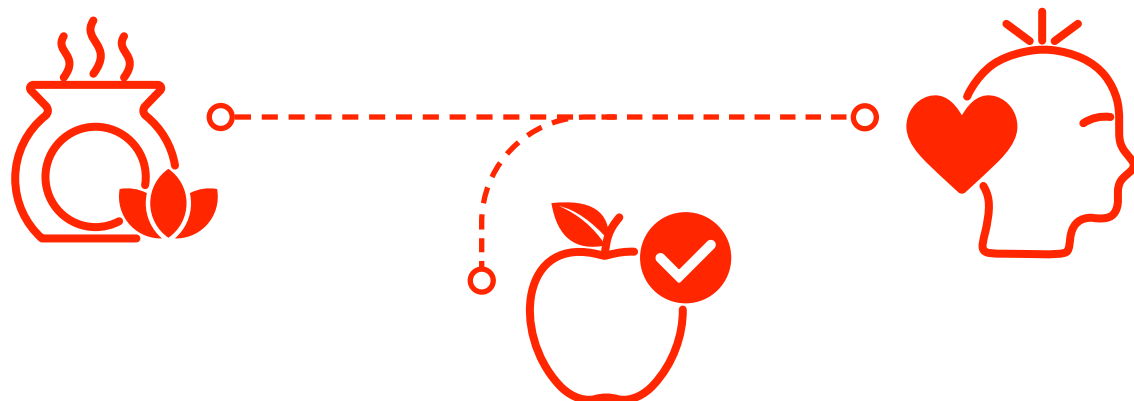
## Gesundheit & Wohlbefinden (SDG3)

### Ziele

- U Förderung der mentalen und physischen Gesundheit durch strukturierte „Wellbeing“-Programme
- U Schaffung eines gesunden, sicheren und unterstützenden Arbeitsumfelds

### Maßnahmen

- U Zugang zu Coaching und psychologischer Beratung
- U Achtsamkeits- und Mental-Health-Angebote
- U Angebote zur gesunden Ernährung (inkl. Zuschüsse)



## Bildung & Weiterentwicklung (SDG4)

### Ziele

- U Ø 40 Stunden Weiterbildung (Desk-Research, Mentoring, nationale & internationale Branchen-Events) für jede/n der Mitarbeiter:innen jährlich
- U 100 % der Mitarbeiter:innen mit Kompetenzen in Digitalisierung, KI und Nachhaltigkeit
- U Stärkung des Peer-Learnings und der internen Wissensweitergabe
- U Förderung individueller Entwicklungspfade und Talente

### Maßnahmen

- U Strukturierter Schulungsplan mit Pflichtmodulen (z. B. ESG-Grundlagen, KI-Einführung)
- U Interne Weiterbildungen (Ad.Academy) in Projektmanagement, UX/UI Design, Development, Digitalkompetenz
- U Quartalsweise Formate wie „Ad.Meetup“, dem „Konzept Friedhof“ und „Lessons-Learned“ sowie kontinuierlicher Team-Wissensaustausch
- U Kooperationen mit Bildungsanbietern für vertiefende Zertifikatsprogramme
- U Vorrang interner Besetzungen vor externem Recruiting

## Gleichstellung, Vielfalt & Führungskultur (SDG10)

### Ziele

- U Sicherstellung von Entgeltgleichheit
- U Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen
- U Förderung einer inklusiven, offenen und partizipativen Führungskultur
- U Mitarbeiterzufriedenheit > 90 %
- U Fluktuation dauerhaft unter 10 %

### Maßnahmen

- U Programme zur Förderung weiblicher Führungskräfte
  - Aktuell gesamt 5 von 14 Geschäftsführer:innen-Positionen weiblich
  - Aktuell 11 von 20 weibliche Kolleginnen im Gruppen-Geschäftsleitungsteam
  - Aktuell 1 von 4 Führungskräften bei REICHLUNDPARTNER Digital
- U Mentoringprogramme für Berufseinsteiger:innen
- U ESG-orientiertes Leadership
- U Standardisierte Entwicklungsgespräche mit individueller Karriereplanung
- U Förderung von Selbstständigkeit und unternehmerischem Denken durch breite Aufgabenfelder
- U Werte- & Kulturorientierung in der Führung (Leistung, Sinn, Nehmen & Geben)
- U Einführung strukturierter Exit-Gespräche
- U Einführung eines Buddy-Programms für neue Mitarbeiter:innen
- U Erste Feedbackrunde nach 4 Wochen bei neuen Mitarbeiter:innen
- U Projektbezogene Erfolgsprämien mit Leistungsfokus
- U Monatliches Leadership-Update

# 05

Governance bei REICHLUNDPARTNER Digital

# THE POWER OF GOVERNANCE





# Strategie



**Transparenz, Integrität und partnerschaftliches Handeln sind zentrale Pfeiler der Unternehmensführung bei REICHLUNDPARTNER Digital.**

Im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse wurde der Standard ESRS G1 als essenziell identifiziert. Unser Fokus liegt auf rechtssicherem, ethischem und verantwortungsvollem Handeln – im Sinne von SDG 16 (Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen) und SDG 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele). Unsere internen Prozesse basieren auf einem funktionierenden Vier-Augen-Prinzip, Datenschutzberatung und regelmäßigen Schulungen. Ziel ist eine Governance-Kultur, die über reine Compliance hinausgeht: Es geht um gelebte Verantwortung gegenüber Stakeholdern, Gesellschaft und zukünftigen Generationen.

# Was haben wir bereits erreicht?



In den Jahren 2023 und 2024 sowie davor gab es keine Verstöße gegen Anti-Korruptions- oder Geldwäschegesetze. Unser Code of Conduct wird regelmäßig überprüft und allen Mitarbeitenden im Onboarding vermittelt. Zudem wurde ein DSGVO-konformes Hinweisgebersystem etabliert, das durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen gestärkt wird.

Mit **Pro-bono-Kampagnen** – z. B. für den WWF, GLOBAL 2000, UNHCR oder medizinische Einrichtungen – sowie unserem Engagement über die Stiftung „Stones for Life“ zeigen wir: Partnerschaftliches Handeln ist für uns kein Nebenschauplatz, sondern Teil der Unternehmensidentität.

**Die Zusammenarbeit** mit NGOs und gesellschaftlichen Akteur:innen ist ein **integraler Bestandteil** unseres Selbstverständnisses.



Unternehmensführung mit Wert und Bestand

# Ziele und Maßnahmen

## Integrität, Governance & Rechtskonformität (SDG 16)

### Ziele

- u Beibehaltung von 0 Verstößen gegen Anti-Korruptions- und Geldwäschegesetze
- u Aufbau einer unternehmensweiten Governance-Schulungskultur
- u Jährliche Aktualisierung und verpflichtende Schulung des Code of Conduct
- u Erhöhung von Bekanntheit und Akzeptanz des bestehenden Whistleblowing-Systems

### Maßnahmen

- u Laufende Compliance-Schulungen für alle Mitarbeiter:innen
- u Striktes Vier-Augen-Prinzip in relevanten Entscheidungsprozessen
- u Integration des Whistleblowing-Systems ins Onboarding
- u Schulungen zu KI-Risiken, AI-Ethik und Datenverantwortung



## Partnerschaften & gesellschaftliches Engagement (SDG 17)

### Ziele

- u Ausbau strategischer NGO-Partnerschaften

### Maßnahmen

- u Strukturierter Pro-bono-Fokus mit SDG-basierter Partnerauswahl
- u Integration von ESG-Aspekten in Projektentwicklung & Kundenkommunikation



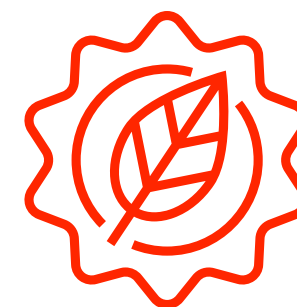
# 06

Wissenswertes von REICHLUNDPARTNER Digital

Um dem **Nachhaltigkeitsprozess** eine **klare Struktur** zu geben und die Ergebnisse transparent und nachvollziehbar zu dokumentieren, hat sich REICHLUNDPARTNER Digital entschieden, den (Voluntary SME-Standard) als Berichtsrahmen heranzuziehen.



## Orientierung durch den VSME-Standard



Dieser freiwillige europäische Standard wurde speziell für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) entwickelt – als praxisnahes Pendant zu den umfassenderen ESRS-Richtlinien, die für große Unternehmen verpflichtend sind. Ziel des VSME ist es, den administrativen Aufwand gering zu halten und gleichzeitig eine fundierte und strukturierte Berichterstattung zu ermöglichen – gerade für Unternehmen, die zunehmend von Geschäftspartner:innen, Kund:innen oder Finanzierungsinstitutionen um Nachhaltigkeitsinformationen gebeten werden.

Der **VSME-Standard** hilft, sich systematisch mit dem aktuellen Stand auseinanderzusetzen – von Wesentlichkeit über Ziele, Maßnahmen und Strategien bis hin zu konkreten Indikatoren. So können die Themen, die für REICHLUNDPARTNER Digital wirklich relevant sind, fokussiert und klar kommuniziert werden.

Ein zentraler Bestandteil des VSME ist der Grundsatz der doppelten Materialität: Dabei werden sowohl die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft berücksichtigt – als auch die Risiken und Chancen, die sich daraus für unser Unternehmen ergeben. Diese Perspektive ermöglicht es, Nachhaltigkeit nicht isoliert, sondern als strategischen Teil unternehmerischer Entwicklung zu verstehen.

Im Rahmen der Strategieentwicklung wurde dieses Prinzip konsequent angewandt: Ausgangspunkt war eine strukturierte Erfassung potenzieller Wirkungen, Risiken und Chancen – ergänzt durch gezielten Stakeholderdialog. Die daraus abgeleiteten, materiellen Themen bilden das inhaltliche Rückgrat unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Für jeden dieser Bereiche wurden Ziele, Maßnahmen und Indikatoren definiert – im Einklang mit den Anforderungen des VSME-Standards.



# Glossar

## VSME-Indikatorentabelle

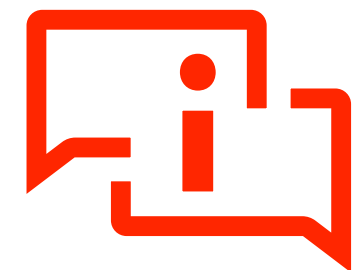
Datenpunkt	Zusatzinfo	Seite	Nachhaltigkeitsthema	Praktiken	Richtlinien	Zukünftige Initiativen
B1 Grundlagen der Berichterstattung (§24, §25, §73)	Nace-Code: 73110 Bilanzsumme: 619.292,52 € Option: VSME Basic Geokoordinaten: 48,3029° N, 14,285° E keine Zertifizierungen	23 (Umsatz, FTE), 48 (Erfüllungübersicht), 52 (Impressum)	Klimawandel	Ja	Nein	Ja
B2 Praktiken/Richtlinien/Zukunfts-Initiativen (§26)	JA/Nein Matrix - siehe rechts	5, 27, 31, 37, 43, S. (siehe Tabelle rechts)	Umweltverschmutzung	Nein	Nein	Nein
B3 Energie & THG (Scope 1+2) + Intensität (§29–31)	THG-Intesität: Umsatz 2024 = 2,322 Mio €; daraus ergibt sich THG-Intensität ≈ 4,01 tCO <sub>2</sub> e je Mio € (1,85tCO <sub>2</sub> +7,46tCO <sub>2</sub> )/2.322.000€	33, 48 (Erfüllungübersicht)	Wasser- und Meeresressourcen	Nein	Nein	NEIN
B4 Verschmutzung (§32)	keine gesetzl. Emissionsmeldungen/ EMAS; keine relevanten Emissionen in Büro-Tätigkeit	nicht wesentlich	Biodiversität und Ökosysteme	Nein	Nein	Nein
B5 Biodiversität (§33–34)	0 Standorte in/nahe biodiversitätssensibler Gebiete (Bürostandorte Linz/Wien/ Graz)	nicht wesentlich	Kreislaufwirtschaft	Nein	Nein	Ja
B6 Wasser (§35–36)	n.a. kein signifikanter Verbrauch (Büro)	nicht wesentlich	Eigene Belegschaft	Ja	Ja	Ja
B7 Ressourcennutzung/Kreislauf/ Abfall (§37–38)	n.a. kein signifikanter Verbrauch (Büro)	nicht wesentlich	Arbeitnehmer:innen in der Wertschöpfungskette	Nein	Nein	Nein
B8 Belegschaft – allgemeine Merkmale (§39–40)	Vertragsarten: 0 befristete 23 unbefristete Geschlecht: m: 9 w: 10 gesamt: 19	23, 48 (Erfüllungübersicht)	Betroffene Gemeinschaften	Nein	Nein	Nein
B9 Gesundheit & Sicherheit (§41)	0 meldepflichtige Arbeitsunfälle 0 Todesfälle im Berichtsjahr*	37, 48 (Erfüllungübersicht)	Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	Nein	Nein	Nein
B10 Vergütung, Tarifbindung, Schulung (§42)	Kein Kollektivvertrag vorhanden. Mindestlohn und Tarifabdeckung daher nicht relevant. Ø-Schulungsstunden/MA (w/m) - keine Daten vorhanden*	48 (Erfüllungübersicht)	Unternehmensführung / Geschäftsethik	Ja	Nein	Ja
B11 Korruption/Bestechung (§43)	0 Fälle Korruption 0 Fälle Bestechung	S. 45, 48 (Erfüllungübersicht)				
B12 Verurteilung sowie Geldstrafen für Korruption und Geldwäsche	0 Verurteilungen 0 Geldstrafen	S. 45, 48 (Erfüllungübersicht)				

A/B-Test	Vergleichstest, bei dem zwei Varianten (z. B. einer Website oder Anzeige) gegeneinander getestet werden, um die effektivere Version zu bestimmen.
Carbon Disclosure Project (CDP)	Internationale Organisation, die Unternehmen und Städte dazu motiviert, ihre Umweltauswirkungen (z. B. Treibhausgasemissionen) offenzulegen.
Corporate Social Responsibility (CSR)	Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, die über gesetzliche Anforderungen hinausgeht und ökonomische, ökologische und soziale Aspekte einbezieht.
Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)	Neue EU-Richtlinie zur verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung für große Unternehmen und ab 2026 auch für KMU.
DACH-Region	Geografischer Begriff für den deutschsprachigen Raum: Deutschland, Österreich, Schweiz.
Diversity, Equity & Inclusion (DEI)	Ansatz zur Förderung von Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion in Organisationen.
EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group)	Beratungsgremium der EU, das die Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESRS) entwickelt
ESG (Environmental, Social, Governance)	Drei zentrale Dimensionen nachhaltiger Unternehmensführung: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung.
ESRS (European Sustainability Reporting Standards)	Europäische Standards, die im Rahmen der CSRD eingeführt wurden und die Nachhaltigkeitsberichterstattung strukturieren.
FTE (Full-Time Equivalent)	Maßeinheit, die Arbeitskräfte in Vollzeitäquivalenten angibt (z. B. 2 Teilzeitkräfte à 50 % = 1 FTE).
GAIO (Generative AI Optimization)	Hausintern entwickelter Ansatz von REICHLUNDPARTNER Digital zur Optimierung von Content-Struktur und Text, mithilfe generativer KI.
GHG Protocol	International anerkannter Standard zur Messung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen (Scope 1–3).
Global Reporting Initiative (GRI)	Weltweit verbreiteter Rahmen für Nachhaltigkeitsberichte mit detaillierten Kennzahlen.
IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change)	Weltklimarat der Vereinten Nationen, der den Stand der Klimaforschung zusammenfasst.
Key Performance Indicator (KPI)	Messgröße zur Bewertung von Zielerreichung und Leistung (z. B. Energieverbrauch pro Mitarbeiter:in).
Life Cycle Assessment (LCA / Ökobilanz)	Systematische Analyse der Umweltauswirkungen eines Produkts oder Prozesses über den gesamten Lebenszyklus hinweg.
Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)	Deutsches Gesetz, das Unternehmen verpflichtet, Verantwortung für Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferkette zu übernehmen.
Non-Financial Reporting Directive (NFRD)	Bisherige EU-Richtlinie für nichtfinanzielle Berichterstattung, die durch die CSRD abgelöst wird.
Photovoltaik (PV)	Technologie zur direkten Umwandlung von Sonnenlicht in elektrische Energie.
Scope 1- bis Scope 3-Emissionen	Kategorien für Treibhausgasemissionen: Scope 1: Direkte Emissionen aus eigenen Quellen (z. B. Fuhrpark). Scope 2: Indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie (z. B. Strom). Scope 3: Alle weiteren, indirekten Emissionen der Wertschöpfungskette (z. B. Lieferanten).
Sustainable Development Goals (SDGs)	17 globale Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte abdecken.
Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)	Internationale Initiative, die Empfehlungen für die Berichterstattung zu klimabezogenen Finanzrisiken entwickelt.
User Experience (UX)	Erlebnis einer Person bei der Nutzung eines Produkts oder einer Dienstleistung, insbesondere hinsichtlich Bedienbarkeit, Nutzen und Zufriedenheit.
User Interface (UI)	Schnittstelle, über die Menschen mit digitalen Anwendungen interagieren (z. B. Buttons, Navigation).
Voluntary SME Standard (VSME)	Europäischer freiwilliger Standard für Nachhaltigkeitsberichte von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).
Whistleblowing-System	Hinweisgebersystem, über das Mitarbeiter:innen vertraulich Verstöße (z. B. Korruption, Datenschutz) melden können.
World Wide Fund for Nature (WWF)	Internationale Umweltschutzorganisation mit Schwerpunkt auf Biodiversität und Klimaschutz.

# Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
A/B	A/B-Test (Split-Test)
AI	Artificial Intelligence (Engl. für KI)
AG	Aktiengesellschaft
API	Application Programming Interface (Programmierschnittstelle)
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
CDP	Carbon Disclosure Project
CEE	Central and Eastern Europe (Mittel- und Osteuropa)
CMS	Content-Management-System
CO <sub>2</sub>	Kohlendioxid
CO <sub>2</sub> e	Kohlendioxid-Äquivalent
CRM	Customer Relationship Management
CSR	Corporate Social Responsibility
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive (EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung)
DACH	Deutschland, Österreich, Schweiz
DAM	Digital Asset Management
DEI	Diversity, Equity & Inclusion (Diversität, Chancengerechtigkeit & Inklusion)
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
DXP	Digital Experience Platform
E-Auto	Elektroauto
EFRAG	European Financial Reporting Advisory Group
ESRS	European Sustainability Reporting Standards
ESRS E1	Klimawandel
ESRS E2	Umweltverschmutzung
ESRS E3	Wasser- und Meeresressourcen
ESRS E4	Biodiversität & Ökosysteme
ESRS E5	Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft
ESRS S1	Eigene Beschäftigte
ESRS S2	Arbeitnehmer:innen in der Wertschöpfungskette
ESRS S3	Betroffene Gemeinschaften
ESRS S4	Endkund:innen
ESRS G1	Governance, Geschäftsgebaren
EU	Europäische Union
EVN	Energieversorgung Niederösterreich (EVN AG)

FTE	Full-Time Equivalent (Vollzeitäquivalent)
GAIO	Generative AI Optimization
GF	Geschäftsführung
GHG	Greenhouse Gas (Treibhausgas)
GHG Protocol	Standard zur Treibhausgas-Bilanzierung
GRI	Global Reporting Initiative
HR	Human Resources (Personalwesen)
IBEXA	Digital Experience Platform (Headless CMS)
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change (Weltklimarat)
IT	Informationstechnologie
KG	Kommanditgesellschaft
KI	Künstliche Intelligenz
KPI	Key Performance Indicator (Leistungskennzahl)
kWh	Kilowattstunde
LCA	Life Cycle Assessment (Ökobilanz)
LkSG (DE)	Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (Deutschland)
NGO	Non-Governmental Organization (Nichtregierungsorganisation)
NFRD	Non-Financial Reporting Directive (Vorgänger der CSRD)
ÖBB	Österreichische Bundesbahnen
PC	Personal Computer
PIM	Product Information Management
PV	Photovoltaik
Q2 / Q4	2. / 4. Quartal
RUPies	Mitarbeiter:innen der REICHLUNDPARTNER Gruppe
SBTi	Science Based Targets Initiative
Scope 1	Direkte Emissionen aus eigenen Quellen
Scope 2	Indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie
Scope 3	Übrige indirekte Emissionen der Wertschöpfungskette
SDG	Sustainable Development Goals (UN-Nachhaltigkeitsziele)
SEA	Search Engine Advertising
SEO	Search Engine Optimization
TCFD	Task Force on Climate-related Financial Disclosures
t	Tonne
UI	User Interface
UN	United Nations (Vereinte Nationen)
UNHCR	UN-Flüchtlingshilfswerk
UX	User Experience
VSME	Voluntary SME Standard (für nicht börsennotierte KMU)
WWF	World Wide Fund for Nature





## Impressum

### **Medieninhaber & Herausgeber**

Reichl und Partner Digital GmbH & Co KG  
Wien FN 662180w  
UID-Nr. ATU82497807

Promenade 25b  
4020 Linz  
Österreich

Franz-Josefs-Kai 47  
1010 Wien  
Österreich

Burggasse 4  
8010 Graz  
Österreich

[digital@reichlundpartner.com](mailto:digital@reichlundpartner.com)  
+43 732 666 222  
[www.reichlundpartner.com/digitalagentur](http://www.reichlundpartner.com/digitalagentur)

### **Konzeption & Beratung**

Terra Institute  
BNP Steuerberatung

### **Grafische Gestaltung**

Reichl und Partner Werbeagentur