

GRUSSWORT von Didier



Wir bei Ipsos sind leidenschaftlich neugierig was Menschen, Märkte, Marken und die Gesellschaft betrifft. Wir liefern Informationen und Analysen, die unsere immer komplexer werdende Welt einfacher und verständlicher machen und unsere Kunden zu klügeren Entscheidungen inspirieren.

Wir glauben fest an den Wert unserer Arbeit. Bei allem was wir tun, spielen Security, Simplicity, Speed und Substance (Sicherheit, Simplizität, Schnelligkeit und Substanz) eine wichtige Rolle.

Durch Spezialisierung bieten wir unseren Kunden einen einzigartigen Fundus an Wissen und Expertise. Das Lernen aus unterschiedlichen Erfahrungen vermittelt uns eine differenzierte Sicht, lässt uns Dinge mutig in Frage stellen und beflügelt unsere Kreativität.

Unsere gelebte Kultur des Miteinanders und der Neugier macht uns attraktiv für hochkarätige Experten, denen wir die Möglichkeit bieten, mit uns die Zukunft zu gestalten.

Diese Broschüre gibt einen Überblick über die Ipsos-DNA, unsere Werte und unsere Geschichte. Sie soll einen Eindruck von unserer Kultur vermitteln und davon, was wir von uns selbst bei der Arbeit mit unseren Kunden sowie beim Umgang miteinander und mit der Öffentlichkeit erwarten.

Unser Claim "We are Game Changers" bringt unsere Ambitionen auf den Punkt.

Didier Truchot, Ipsos Geschäftsführer & Vorstand

Diese Werte und die daraus abgeleiteten Verhaltensweisen sollen alle Ipsos Mitarbeiter inspirieren, während wir die Welt erforschen.

02 // Proud to be Ipsos // 03



- // Wir handeln nach höchsten ethischen Standards und
- // Wir sind unabhängige, objektive Experten und liefern unseren Kunden verlässliche Informationen.
- // Wir sind respektvoll, offen und ehrlich gegenüber uns selbst, unseren Kunden und Kollegen.
- // Wir sagen, was wir tun und wir tun, was wir sagen. Wir versprechen nur das, was wir halten können.
- // Wir schätzen jede Art des Andersseins als ein Sinnbild der Gesellschaft, in der wir agieren.

// Wir interessieren uns für die Welt um uns herum.

// Wir stellen die richtigen Fragen und suchen nach dem Neuen und Unerwarteten.

// Wir lieben das Lernen, Lesen, Zuhören, Suchen und Forschen und sind passionierte Datenanalytiker.

// Wir gehen über das Offensichtliche hinaus und betrachten nichts als selbstverständlich. Wir stellen Dinge stets auf den Prüfstand, um sie für Ipsos und unsere Kunden zu verbessern.

// Wir tun das, was wir tun, mit Leidenschaft und unternehmen alles. um unsere Kunden dabei zu unterstützen. Menschen, Märkte, Marken und die Gesellschaft besser zu verstehen.





// Wir arbeiten in gemischten Teams mit Kunden und Kollegen zusammen. Gemeinsam erforschen wir die Welt mit gleichen Zielen und voller Offenheit.

// Wir pflegen eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung, teilen unsere Kenntnisse und Expertise gerne und großzügig und lernen voneinander.

// Wir suchen aktiv nach Gelegenheiten, offen über unsere Spezialisierungen und Ländergrenzen hinweg zusammenzuarbeiten und fördern interne Mobilitätsund Karrierechancen.

// Wir beteiligen uns an den Ipsos-Schulungsprogrammen als Teilnehmer, Ausbilder und/oder Mentoren.

#4

Der Kunde steht im Mittelpunkt

// Bei uns steht der Kunde an erster Stelle. Immer. Wir legen großen Wert auf langfristige Partnerschaften und verstehen das Geschäft der Kunden so gut, als wäre es unser eigenes.

// Wir tragen die Verantwortung dafür, unsere Kunden mit den besten Lösungen quer durch unsere Spezialisierungen zu unterstützen.

// Wir gehen über die reine Forschungsarbeit hinaus und liefern Insights, um unseren Kunden zu klügeren Entscheidungen zu verhelfen. Wir haben immer eine Meinung.

// Wir liefern was wir versprochen haben – bezüglich Spezifikationen, Zeit und Budget. Pünktlich und beim ersten Mal richtig.

// Die Bedürfnisse unserer Kunden haben Vorrang vor anderen internen Prioritäten. Für unsere Kunden gehen wir jederzeit eine Extrameile.

#3

Proud to be Ipsos // 07



#5

// Wir sind verschieden. Unsere Unternehmenskultur ermutigt jeden Einzelnen, verschiedene und innovative Wege zu beschreiten.

- // Wir sind motiviert. Wir arbeiten intensiv und konzentriert und können im Bedarfsfall schnell und entschieden handeln.
- // Wir lieben die Herausforderung. Wir geben niemals auf. Wir sind beharrlich und diszipliniert.
- // Wir sind ergebnisorientiert. Wir geben das Geld unseres Unternehmens und das unserer Kunden mit Umsicht aus.
- // Wir übernehmen individuelle Verantwortung bei der Umsetzung unseres Claims "Game Changers".



Ipsos wurde 1975 von dem Wirtschaftswissenschaftler Didier Truchot gegründet. 1982 stieg der Philosoph und Soziologe Jean-Marc Lech als Co-Präsident ein. Didier und Jean-Marc setzten sich mehrere Ziele:

- // Auf Umfragen basierende Forschung zu einer der wichtigsten Möglichkeiten zu machen, unsere moderne Gesellschaft zu verstehen.
- // Ipsos zu einem strategischen Partner für alle zu machen, die die Welt besser verstehen wollen, um klügere Entscheidungen zu treffen.
- // Ipsos weltweit als starke Marke zu positionieren.
- // Ipsos immer als unabhängiges Unternehmen unter der Leitung professioneller Wissenschaftler und Forscher zu führen.

Wir sind stolz auf unsere Geschichte. Auf die Geschichte unseres Gründers gemeinsam mit Jean-Marc Lech und die Geschichte zahlreicher bedeutender und kompetenter Unternehmen, deren Köpfe die Ziele unseres Gründers teilten und die sich unserem Weg anschlossen.

Nicht nur dank dieser Geschichte ist Ipsos so anders und einzigartig und eines der weltweit führenden Forschungsinstitute mit einem fest etablierten Netzwerk von ca. 16.000 hochqualifizierten Mitarbeitern in 87 Ländern, mehr als 5.000 Kunden und einem Umsatz von 1,7 Milliarden Euro (2014).

Weitere Informationen findest du in unserem Unternehmensbericht.

O8 // Proud to be Ipsos



Um unseren Kunden fundierte Expertise und Unterstützung zu bieten und Forschung im Auftrag der Kunden nach dem Prinzip Security, Simplicity, Speed und Substance (Sicherheit, Simplizität, Schnelligkeit und Substanz) durchzuführen, verfolgen wir einen multispezialisierten Ansatz, auch bezeichnet als Worldwide Specialised Business Lines (WSBLs), unterstützt durch ein starkes Netzwerk lokaler Märkte und globaler Support-Funktionen.

Unsere **Mission**:

Mit exakten, relevanten und umsetzbaren Informationen unseren Kunden helfen, die Welt so zu verstehen, wie sie ist, um effektiv und nachhaltig zu handeln.

Unsere Vision:

Der bevorzugte Partner unserer Kunden zu werden in unseren ausgewählten Spezialisierungen.

Unser Aufbau: Die Matrix

Territorien/ Länder: Kunden und Teams WSBLs:
Angebots- und
Vertragsausführung

Globalisierte Support – Funktionen

Unsere Verpflichtung für die Zukunft:

> An unsere Kunden: Das 4S-Versprechen: Security, Simplicity, Speed, Substance • Innovation • Integration

> An unsere Teams: The Home of Researchers • Offene Zusammenarbeit • Multikulturelle Teams • Training & Weiterbildung • Interne Förderung

Unsere Werte:

Integrität • Neugier • Zusammenarbeit
Der Kunde steht im Mittelpunkt • Unternehmerischer Geist



SEREExpertise & Kompetenz

There is no such thing as a silent expert"

Jean-Marc Lech

10 // Proud to be Ipsos // 11

Verpflichtung gegenüber unseren Kunden

Wir können unseren Kunden eine einzigartige Vielfalt an fundiertem Wissen und Expertise bieten. Wir stellen Dinge offen in Frage und ergreifen Initiative.

Wir lernen aus unterschiedlichen Erfahrungen, nutzen zahlreiche Informationsquellen und arbeiten länderübergreifend und quer über alle WSBLs. So können wir unsere Sichtweisen teilen und ebenso kreative wie innovative Lösungen für komplexe Fragestellungen entwickeln und anbieten.

Bei allem was wir tun und wie wir es tun wenden wir den "4S-Test" an: Security, Simplicity, Speed und Substance (Sicherheit, Simplizität, Schnelligkeit und Substanz).

Das ist Sinn und Ziel eines Game Changers.

J\SEREVerpflichtung gegenüber unseren Mitarbeitern

Wir sind stolz darauf, die Besten der Branche für uns zu gewinnen. Neugier, Intuition und die Leidenschaft Wissen zu schaffen und weiterzugeben, zeichnet unsere enthusiastischen Profis aus. Wir alle geben unser Bestes, um optimale Lösungen für unsere Kunden zu finden. Wir sind das wahre Home of Researchers.

Wir bei Ipsos sind der Überzeugung, dass sich Motivation am besten durch Vertrauen erreichen lässt. Wir geben nur ein Minimum an Regeln und Richtlinien als Rahmen vor, innerhalb dessen die Mitarbeiter effizient und flexibel operieren können. Auf diese Weise sollen sie motiviert werden, ihr Potenzial voll auszuschöpfen und ihre Arbeit im besten Interesse von Kunden und Ipsos zu leisten.

Unsere wenigen Grundregeln sind in drei Dokumenten zusammengefasst, die jeder von uns kennt:

- // Im Green Book, dem professionellen Verhaltenskodex von Ipsos, das jedem neuen Mitarbeiter ausgehändigt wird.
- // Im Book of Organisation, in dem festgelegt ist, wie Entscheidungen getroffen werden und wer wofür zuständig ist.
- // Im Book of policies and procedures, das die offiziellen Richtlinien und Prozesse in allen Bereichen enthält, die von jedem zu befolgen sind.

Zukünftig werden wir noch größeres Gewicht auf die Karriereentwicklung und Mobilität derjenigen Mitarbeiter legen, für die Ipsos und unsere Kunden an erster Stelle stehen und die kooperativ arbeiten.

Wir tragen alle gemeinsam zur Kultur und zum Ansehen von Ipsos bei.

Sere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft

Die Forschungsindustrie hängt von Menschen ab – als Kunden, Bürger, Befragte und Arbeitnehmer. Wir sind uns der großen Verantwortung bewusst, die wir gegenüber der Gesellschaft tragen, und sehen uns in der Pflicht, bei der Gestaltung der Zukunft mitzuwirken.

lpsos ist einer der weltweiten Unterzeichner des United Nations Global Compact für Organisationen, die ihr Handeln und Wirken an zehn universell anerkannten Prinzipien im Hinblick auf Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung ausrichten.

Ipsos unterstützt über 100 karitative Einrichtungen, unter anderem Organisationen für Gesundheit, Bildung, Kindeswohl und Obdachlose. Wir recyceln, sparen Energie und reduzieren unseren CO2-Ausstoß wo immer es möglich ist*. Im Rahmen der sozialen Unternehmensverantwortung (CSR - Corporate Social Responsibility) streben wir in jedem Land, in dem wir operieren, die Unterstützung von Projekten im Bereich Gesellschaft und Umwelt an. 2014 gründeten wir The Ipsos Foundation, mit der wir benachteiligte Kinder mit Bildungsprojekten unterstützen.

Um einen Überblick über all diese Initiativen zu geben und unser Engagement in dieser Hinsicht noch zu forcieren, gründete Ipsos 2014 aus dem Board of Directors einen CSR-Ausschuss und gibt jedes Jahr einen "CSR-Report" heraus.

66

Didier Truchot, Ipsos Geschäftsführer & Vorstand

ierzig Jahre lang sind wir unserer Mission treu geblieben: **Bevorzugter Partner** für unsere Kunden in all unseren Spezialgebieten zu sein.

Diese Mission wird gestützt durch unseren Ehrgeiz, **Game Changers** zu sein, die Zukunft unseres Unternehmens zu gestalten und unseren Kunden dabei zu helfen, die ihre zu gestalten.

^{* 2013} wurde Ipsos der prestigeträchtige Carbon Disclosure Project's Award für die größte Verbesserung bei den Disclosure Scores unter französischen Unternehmen verliehen.

VERWEISE

auf andere Dokumente

Company Report (Unternehemensbericht) (*)

Green Book - Ipsos professioneller Verhaltenskodex (*)

Ipsos Book of Organisation (**)

Ipsos Book of policies and procedures

(Richtlinien und Prozesse) (**)

CSR Report (*)

https://ipsosgroup.sharepoint.com

auf Deutsch unter

https://intranet-new

Wir bei Ipsos

sind leidenschaftlich neugierig was Menschen, Märkte, Marken und die Gesellschaft betrifft.

Wir machen unsere sich verändernde Welt einfacher und verständlicher und inspirieren unsere Kunden, klügere Entscheidungen zu treffen.

Wir liefern nach unserer Maxime Security, Simplicity, Speed und Substance (Sicherheit, Simplizität, Schnelligkeit und Substanz).

We are Game Changers.

www.ipsos.com



^{*}öffentliche Informationen verfügbar auf Englisch unter www.ipsos.com

^{**}einsehbar auf Englisch im globalen Ipsos-Intranet unter