

KLIMAWIN 

UNTERNEHMEN  
MACHEN KLIMASCHUTZ

symptra...

# Nachhaltigkeitsbericht

---

2023 – 2024

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN



# INHALT

WER WIR SIND. ....	1
DIE KLIMAWIN .....	2
Bekanntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region .....	2
Die zwölf Leitsätze der KLIMAWIN .....	2
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg .....	3
UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT .....	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen.....	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort .....	4
UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN. ....	5
Schwerpunkt 1: Klimaschutz (Leitsatz 01) .....	6
Treibhausgasbilanz .....	9
Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert (Leitsatz 10) .....	14
Schwerpunkt 3: Anreize zur Transformation (Leitsatz 12) .....	17
WEITERE AKTIVITÄTEN. ....	22
Klima und Umwelt .....	22
Soziale Verantwortung.....	23
Ökonomischer Erfolg und Governance .....	26
UNSER KLIMAWIN-PROJEKT. ....	27
KONTAKTINFORMATIONEN. ....	30

# EINLEITUNG

## Unser dritter KLIMAWIN-Bericht

Der KLIMAWIN-Bericht 2024 der Sympra GmbH (GPRA) setzt auf die in den Vorjahresberichten erzielten Ergebnisse auf. An vielen Stellen sind wir noch einmal ein gutes Stück vorangekommen, konnten Maßnahmen ausbauen, nachjustieren und neue Ergebnisse erzielen.

Genau wie 2023 war es uns auch dieses Jahr wichtig, unseren Bericht nicht als Ersatz des ersten zu konzipieren, sondern ihn in die Entwicklungen der Vorjahre einzureihen. Denn alle angefangenen Maßnahmen des Berichts 2022 wurden weitergeführt. Auf die Punkte, bei denen es Entwicklungen gab, gehen wir im vorliegenden Bericht näher ein. Damit verfolgen wir weiterhin das Ziel, eine nachhaltige Agentur zu bleiben und diesen Prozess qualitativ sowie quantitativ zu dokumentieren.

Damit wir auch Leserinnen und Leser mitnehmen, die mit diesem KLIMAWIN-Bericht einsteigen, haben wir die Angaben zu unserem Agentur-Profil, zur KLIMAWIN und zu unserem Nachhaltigkeits-Engagement der Dokumentation der Neuerungen im KLIMAWIN-Bericht 2024 in aktualisierter Form vorangestellt.

Eine große Veränderung in diesem Jahr ist die Treibhausgasbilanz und der fortan verpflichtende Leitsatz „Klimaschutz“. Die Umstellung der WIN-Charta zur KLIMAWIN und die damit einhergehenden Veränderungen bei der Berichterstattung haben unseren Fokus auf die quantitative Kontrolle unserer Ergebnisse weiter geschärft. Mit unserer hier erstmal erstellten Treibhausgas- und damit Ausgangsbilanz erhoffen wir uns, den Effekt unserer Nachhaltigkeitsanstrengungen besser vergleichen und kontrollieren zu können.

Außerdem haben wir in diesem Berichtszeitraum einige Transformationsprozesse angestoßen – sei es bei der IT-Infrastruktur oder Mobilität, bei internationalen Beziehungen, dem Umgang mit KI oder unserem neuen Geschäftsfeld „Kommunikation bei Cyberangriffen“.

Wir sind bereits neugierig darauf, was der nächste Berichtszeitraum bringt und wünschen eine spannende Lektüre!

Ihr Sympra-Team

## WER WIR SIND.

Sympra ist eine Agentur für Public Relations mit Sitz in Stuttgart und einem Büro in München. Für unsere Kunden sind wir konzeptions- und umsetzungsstarke Beraterinnen und Berater in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Zu unseren Kernkompetenzen gehören Kommunikationsberatung, Medienarbeit, Corporate Publishing und digitale Kommunikation – in Deutschland und weltweit. Zu unseren Kunden zählen börsennotierte Konzerne, mittelständische Unternehmen, öffentliche Auftraggeber, Verbände und Stiftungen. Sie alle kennen uns in verschiedenen Rollen – je nach Bedarf unterstützen wir bei der Strategiefindung, verstärken Kreativität und Kapazität oder geben Impulse für die Öffentlichkeitsarbeit.

Die Sympra GmbH (GPRA) ist eine inhabergeführte Agentur und wurde 1992 gegründet. Zurzeit zählt das Sympra-Team rund 20 Mitarbeitende. Die Geschäftsführung bilden Veit Mathauer und Veronika Höber. Das Leistungsportfolio umfasst PR-Beratung, Strategieentwicklung und Konzeption, Medienarbeit, Corporate Publishing, digitale und interne Kommunikation, Krisenkommunikation, internationale PR, Bewegtbild sowie Research und Evaluation.

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere 2023/24 weitergeführte Nachhaltigkeitsarbeit. Er setzt auf dem Vorjahresbericht auf; wir folgen dabei dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Die einander ergänzenden Berichte enthalten alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die relevanten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



# DIE KLIMAWIN.

## Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region

Mit der Unterzeichnung der KLIMAWIN bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften. Uns ist bewusst, dass wir für ein stabiles, leistungsfähiges und zukunftssicheres Umfeld unseren Beitrag leisten müssen. Gesellschaftliches und regionales Engagement haben darum seit der Gründung von Sympra einen festen Platz in der Unternehmenskultur, nachhaltiges Wirtschaften ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die Unterzeichnung der KLIMAWIN ist sichtbares Zeichen unserer Selbstverpflichtung und zugleich ein Ansporn, die Aktivitäten des Unternehmens auf ihre nachhaltige Wirksamkeit zu prüfen, zu systematisieren und – wo nötig – auszubauen.



## Die zwölf Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden zwölf Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

### Klima und Umwelt

*Leitsatz 01 – Klimaschutz:* „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

*Leitsatz 02 – Klimaanpassung:* „Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

*Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft:* „Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

*Leitsatz 04 – Biodiversität:* „Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

*Leitsatz 05 – Produktverantwortung:* „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

## Soziale Verantwortung

*Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette:* „Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

*Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden:* „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

*Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen:* „Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

## Ökonomischer Erfolg und Governance

*Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:* „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

*Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert:* „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

*Leitsatz 11 – Transparenz:* „Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

*Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation:* „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

## Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur KLIMAWIN und weiteren Unterzeichnern finden Sie auf <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.



# UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT.

KLIMAWIN-Unterzeichner seit: 29.03.2021

## Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

## Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt: 30 Bäume für #Sympra30, Stuttgart und Umgebung. Öffentlichkeitsarbeit zu Streuobstwiesen im Klimawandel.

Schwerpunktbereich:

Ökologische Nachhaltigkeit  Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung:

Finanziell  Materiell  Personell

Umfang der Förderung: Rund 6.500 Euro finanzieller Aufwand sowie Arbeitsstunden von Mitarbeitenden.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN.

## Überblick über die gewählten/unsere Schwerpunkte

Leitsatz 01: Klimaschutz

Leitsatz 10: Regionaler Mehrwert

Leitsatz 12: Anreize zur Transformation

## Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Wir glauben daran, dass die Wirtschaft eine zentrale Rolle bei der Schonung unserer Umwelt spielt. Gemeinsame Anstrengungen für einen nachhaltigen Klimaschutz sind entscheidend für eine lebenswerte Zukunft, in der Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft intakt sind.

Aus Bewusstsein folgt Handeln. Deshalb gehören ein fundiertes Verständnis vom menschengemachten Klimawandel und die Umsetzung von Maßnahmen zur Ressourcenschonung zur Sympra-Philosophie. Die Unterzeichnung der WIN-Charta und unsere darauffolgenden Aktivitäten haben maßgeblich zu unserem Handeln beigetragen. Dank unserer regelmäßigen Berichterstattung konnten wir seit unserem ersten Bericht viele Schritte in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft gehen. Ebenso sind wir uns bewusst, dass weiterer Fortschritt nur dann geschehen kann, wenn wir uns kontinuierlich hinterfragen und nach zusätzlichen Stellschrauben suchen.

Seit mittlerweile 30 Jahren haben wir unseren Firmensitz in Stuttgart bzw. davor in Leinfelden-Echterdingen. Wir sind in der Region Baden-Württemberg fest verankert, und unser Standort ist ein wichtiger Teil unserer Identität. Deshalb liegt es uns besonders am Herzen, die Region und ihre Wirtschaft durch unsere Kommunikationsarbeit und unser unternehmerisches Handeln zu stärken.

Jeder Schritt zählt, viele kleine Schritte können Großes bewirken. „Was kann ich, können wir tun?“ Diese Frage immer wieder neu zu stellen ist ein wichtiger Antrieb für Veränderung. Dafür braucht es Anreize zur Transformation, die dazu beitragen, unser Bewusstsein für Nachhaltigkeit kontinuierlich zu stärken. Wir sehen unsere gemeinsame Aufgabe als Agentur darin, uns grenzen- und generationenübergreifend mit anderen zu vernetzen, um immer neue Perspektiven sowie Impulse aufzuzeigen und einzuholen. Nur so bringen wir nachhaltige Veränderungen auf den Weg. Außerdem wollen wir auch anderen Unternehmen zeigen, was als mittelständische Agentur möglich ist und damit weitere Anreize zur Transformation geben.





## Schwerpunkt 1: Klimaschutz

### ZIELSETZUNG

Obwohl wir uns dank regelmäßiger Berichterstattung und ständigem Nachjustieren bereits auf einem hohen Niveau befinden, konnten wir dennoch auch in diesem Jahr an ein paar Stellschrauben drehen. In verschiedensten Bereichen haben wir uns gesteigert und bewährte Maßnahmen wie die Pflege unseres Sympra-Gartens im Hintergrund weiter durchgeführt. Während dieses Berichtszeitraums haben wir wesentliche Fortschritte im Energiemanagement, der Digitalisierung von Prozessen und der Emissionsreduktion im Fuhrpark erzielt.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Erneuerung der Fenster im Obergeschoss
- Umstieg zu Computing und Telefonie in der Cloud und Abschaltung der lokalen ITK-Infrastruktur
- Umstieg auf reinelektrische Fahrzeuge im Fuhrpark

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

#### Energieeinsparung: Heizungsmanagement

Wie auch in den Vorjahren ist die Heizung unsere größte Emissionsquelle. Um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß dieser Quelle einzudämmen, haben wir im vorherigen Berichtszeitraum mit der Vermieterin unseres Bürogebäudes vereinbart, dass sukzessive alle Fenster ausgebaut und durch wärmeisolierte Neufenster ersetzt werden.

Mit dem Einbau der neuen Fenster im Obergeschoss ist es uns gelungen, das Raumklima angenehmer zu machen und zugleich Kosten und Emissionen, die mit hoch aufgedrehten Thermostaten verbunden sind, zu reduzieren. Für den Jahreswechsel 2024/2025 ist der Austausch im nächsten Stockwerk geplant, um die gleichen Effekte auch in der anderen Gebäudehälfte zu erzeugen.

Unabhängig davon sind alle Mitarbeitenden angehalten, die Heizung am Abend herunterzudrehen und auch tagsüber auf einen vernünftigen Heizverhalten zu achten, damit die Räumlichkeiten nicht übermäßig oder unnötig beheizt werden. Einzelne Räume werden nicht besetzt und auch nicht beheizt.

#### Energieeinsparung: IT-Management

Im Berichtszeitraum ist der Umstieg auf Cloudtelefonie gelungen, was auch das Abschalten der hauseigenen TK-Anlage mit sich gebracht hat. Damit sorgen wir für eine bessere Energiebilanz, denn die notwendige Infrastruktur kann von vielen weiteren Nutzern in Anspruch genommen, die Rechenleistung der Server von ihnen geteilt werden. So ist der Energieverbrauch der einzelnen Kunden auf ein Minimum reduziert.

Zusätzlich können wir Ressourcen sparen, indem wir unsere TK-Infrastruktur abgeschafft haben. Neben weniger Hardware fallen so auch weniger Emissionen für den Betrieb und die Wartung der Anlage an. Die Vorzüge der Cloud-Telefonie weiten sich dahingehend aus, dass wir in einem sinnvollen Rahmen auf Vor-Ort-Termine und Kundenmeetings verzichten können, was zu einer erheblichen Reduktion von Anfahrtswegen und der damit verbundenen Emissionen geführt hat. Außerdem sind im kompletten Büro nach wie vor Energiesparleuchten mit Bewegungsmeldern im Einsatz.

## **Emissionseinsparung: Fuhrpark**

Unser Ziel für die beiden letzten Halbjahre war es, den Fuhrpark von Sympra um ein Drittel zu verkleinern und bei Ersatzbeschaffung Fahrzeugen mit alternativen Antrieben den Vorzug zu geben.

Den Verbrauch fossiler Energien konnten wir reduzieren, indem wir den ehemaligen Firmenwagen, einen BMW 1er, mit einem gebrauchten und reinelektrischen BMW i3s ersetzt haben. Damit gehen wir einen großen Schritt in eine zukunftsfähige Mobilität, bei der im Vergleich zu Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor erheblich weniger CO<sub>2</sub> ausgestoßen wird. Auch mit der Tatsache, dass der neu angeschaffte Firmenwagen gebraucht ist, haben wir Ressourcen eingespart. Als weiterer Dienstwagen für die Geschäftsführung wurde ein vollelektrischer BMW iX3 angeschafft.

Außerdem bieten wir unseren Mitarbeitenden seit Anfang dieses Jahres ein zu 50 Prozent bezuschusstes Deutschlandticket an. Hiermit leisten wir einen wichtigen und freiwilligen Beitrag, um die Umweltbelastung durch die Arbeitswege der Kolleginnen und Kollegen weiter einzuschränken. Auch bei Geschäftsreisen setzten wir weiterhin darauf, vorrangig den ÖPNV zu benutzen oder sie durch Videokonferenzen zu ersetzen.



## **Ressourceneinsparung: Müllvermeidung und Papierverbrauch**

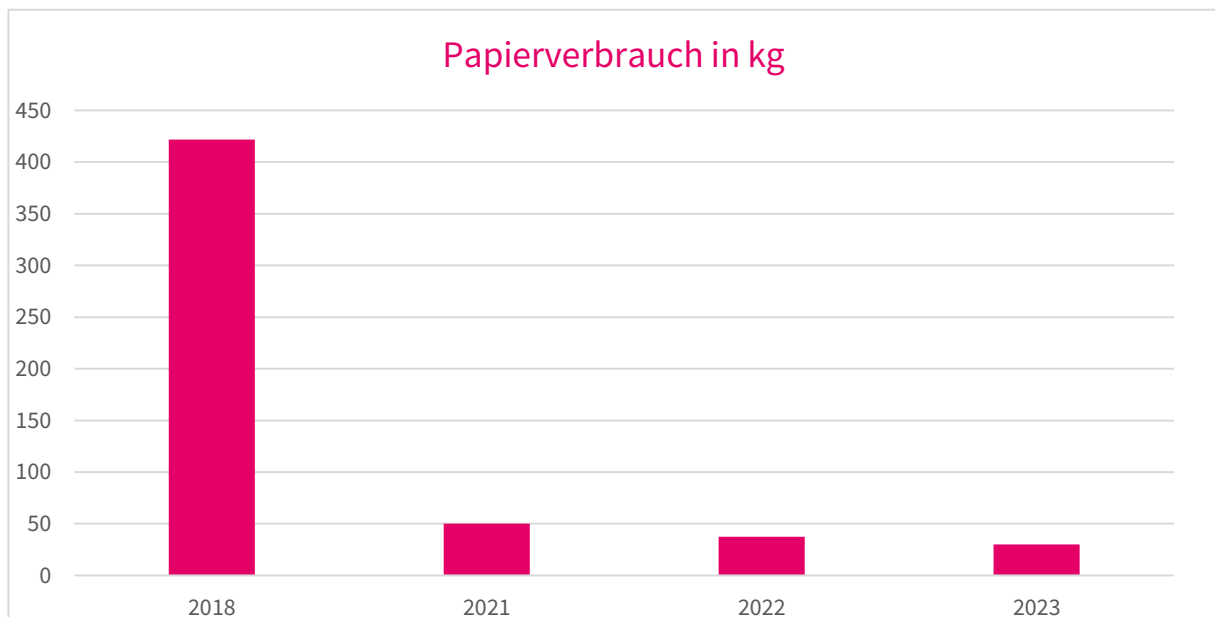
Wann immer es möglich ist, reduzieren wir den Verpackungsmüll, der beim Kochen entsteht, indem wir unverpackte Lebensmittel einkaufen. Außerdem vermeiden wir Verpackungsmüll so oft es geht, indem wir eine Köchin beschäftigen oder selbst Essen mitnehmen. Für Reste stellen wir Tupperware zur Verfügung, um der Verschwendung von Essen vorzubeugen.

Um uns zu verbessern, haben wir bereits in vergangenen Jahren Freixemplare von Zeitschriften und Magazinen, die wir nicht in Papierform benötigen, weitgehend abbestellt. Dieses Vorgehen befolgen wir weiterhin.

Bei Kundenterminen verzichten wir immer noch auf gedruckte Handouts. Wir achten auch in Zukunft darauf, dass wir Dinge mehrfach nutzen – beispielsweise die Rückseiten ausgedienter Ausdrucke für Notizen. Mit solchen Maßnahmen und der Sensibilisierung von Mitarbeitenden haben wir auch in diesem Berichtszeitraum Papier eingespart (siehe Grafik).

### Indikatoren Papierverbrauch

- Voraussichtlicher Verbrauch 2024: 26kg
- Papierverbrauch 2023: 29,9 kg
- Papierverbrauch 2022: 36 kg
- Papierverbrauch 2021: 50 kg
- Papierverbrauch 2018: 421,62 kg



### AUSBLICK

Durch die konstante Arbeit an den Zielen der KLIMAWIN können wir unsere ursprünglichen Maßnahmen weiterverfolgen und sehen jedes Jahr Fortschritte, wie zum Beispiel bei der Energieeinsparung oder der Einschränkung unseres anfallenden Müll- und Papierverbrauchs. Auch wenn wir keine großen Sprünge wie zu Beginn unserer Aktivitäten beobachten konnten, finden wir immer wieder Stellschrauben und minimieren, wo es geht.



## TREIBHAUSGASBILANZ

### Unsere Ausgangssituation

Sympra beschäftigt etwa 20 Mitarbeitende, die in einem Büro mit einer geschätzten Fläche von 350 m<sup>2</sup> im Stuttgarter Stadtzentrum tätig sind. Da wir keine physische Produktion betreiben, konzentrieren sich die THG-Emissionen im Rahmen der Betriebsaktivitäten hauptsächlich auf den Heiz- und Stromverbrauch des Büros und auf Geschäftsreisen.

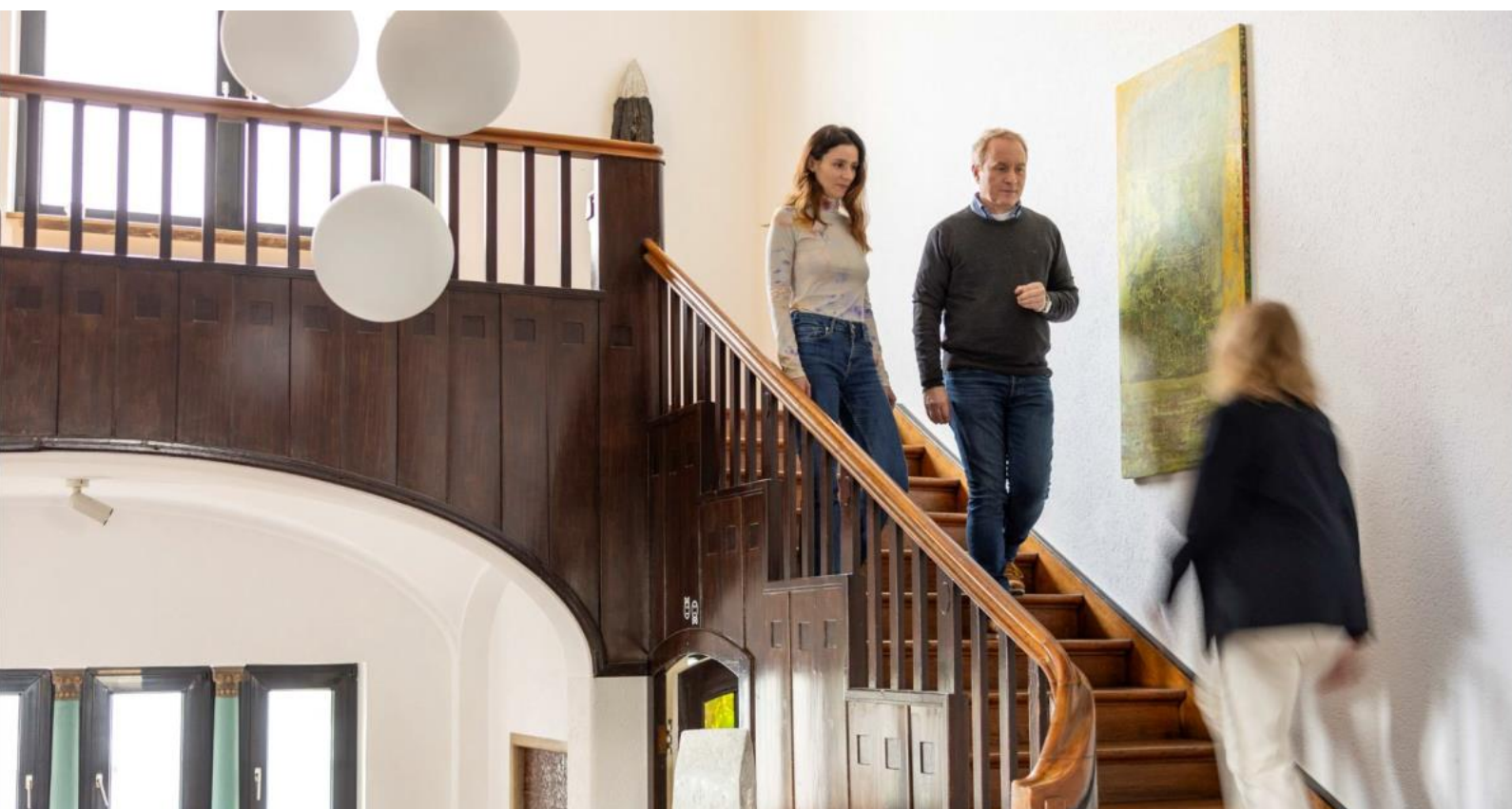
Im WIN-Bericht 2023 haben wir zum ersten Mal versucht, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu berechnen und in einem ersten Schritt die bei Sympra relevanten Messgrößen identifiziert. Dies waren vor allem, wie auch in der hier vorliegenden Treibhausgasbilanz, die Heizung (Erdgas), der Strom (Ökostrom) sowie der Benzinverbrauch der Dienstwagen. Bereits im damaligen Ansatz spielten Papierverbrauch und das Müllaufkommen als Emissionsquellen eine untergeordnete Rolle (vgl. Grafik von 2021).

Die Treibhausgasbilanz in diesem Bericht, die noch nicht verpflichtend war, soll als Ausgangsbilanz für die nächsten Berichtsjahre dienen.

### Beschreibung des Bilanzzeitraums

Da wir als dienstleistende Agentur kein produzierendes Unternehmen im klassischen Sinn sind, trifft die Bilanzgrenze cradle-to-gate am ehesten auf die Dienstleistungen von Sympra zu. Scope 1 und 2 sind mit mehreren Emittenten einberechnet, Scope 3 ist in diesem Bericht nicht mit einbezogen.

Die Rechnung der Heizkosten umfasst den Zeitraum von Mai 2023 bis Mai 2024, also mit einem kompletten Winter statt zwei Heizperioden. Dies passt zwar sehr gut in unseren Berichtszeitraum über die beiden Halbjahre, hat jedoch wahrscheinlich nur eine kleine Auswirkung auf die Berechnung der Emissionen. Ein Zeitraum, der zwei Winter anschneiden würde, würde aller Voraussicht eine abweichende Summe an kg CO<sub>2</sub> ergeben. Doch auch die Temperaturen der Winter hätte in jedem Jahr einen Effekt auf das Endergebnis, weshalb die Abweichung nicht nur an dem Rechnungs- bzw. Berichtszeitraum liegt. Der Berechnungszeitraum des Ökostroms liegt hingegen in der Periode Januar 2023 bis Januar 2024, was zwei Winterzeiträume und damit mehr beleuchtungsintensivere Tage einschließt – wobei die Summe an kg CO<sub>2</sub> zu vernachlässigen ist, da es sich laut unseres Tools um emissionsfreien Strom handelt. Die Fahrten im Fahrtenbuch wurden von Mitte 2023 bis Mitte 2024 erfasst und zweckgemäß aufgeteilt.



## Datenquellen und -qualität

Die Emissionsquellen von Sympra belaufen sich auf drei Emittenten in Scope 1 und einen in Scope 2: Geschäftsreisen und Transporte mit dem firmeneigenen Fahrzeug, den Einsatz von Erdgas für unsere interne Verbrennung – sprich, Heizung – und den Strom, den wir aus erneuerbaren Quellen beziehen.

Daten für die verschiedenen Emittenten haben wir aus Quellen erhoben, die gut dokumentiert und nachvollziehbar sind, so dass wir die Treibhausgasbilanz auch in Zukunft zuverlässig erheben können. Für die Fahrten mit dem firmeneigenen Fahrzeug, seien es Geschäftsreisen zu unseren Kunden sowie sonstigen Veranstaltungen oder auch Transporte wie Fahrten zur Post sind genau in unserem Fahrtenbuch dokumentiert. Grundlage für die Erhebung der CO<sub>2</sub>-Emissionen für die Heizung und unseren Stromverbrauch waren Rechnungen unserer Erdgas- und Ökostromanbieter.

Bei der Heizung und beim Strom ist zu beachten, dass wir uns das Büro mit drei kleineren Untermietern teilen. Die Rechnungen und Daten gelten jedoch für das gesamte Haus. Daher sind die in der Bilanz angegebenen Daten grundsätzlich etwas höher angesetzt, als der tatsächliche alleinige Verbrauch von Sympra ausfällt.

Unser Sicherheitszuschlag von 5 Prozent sollte daher auf jeden Fall die Emissionen abdecken, die durch die Verwendung unterschiedlicher Bilanzierungstools, mehr einzelnen angelegten Emittenten und übereinstimmenden Bezugszeiträumen der Daten entstehen können. Auch Geschäftsreisen, die nicht mit dem firmeneigenen Pkw angetreten wurden, sollten durch den Zuschlag abgedeckt sein.



Daher schätzen wir die Richtigkeit unserer Daten auf 90 Prozent ein: Es liegen vollständige, plausible Aktivitätsdaten und deren Nachweise vor (Primärquelle). Kleinere Unsicherheiten bzw. Datenlücken können nicht ausgeschlossen oder vermieden werden, haben jedoch keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf das Ergebnis. Das Tool unserer Wahl zur Ermittlung der CO<sub>2</sub>-Äquivalente pro Einheit der jeweiligen Emittenten und der Berechnung der Bilanz war der [ecocockpit](#) der IHK Baden-Württemberg. Das Tool ist von der KLIMAWIN-Stelle empfohlen und orientiert sich an den Bilanzierungsstandards des „Greenhouse Gas Protocols“.

Es greift ausschließlich auf verlässliche und anerkannte Datenbanken zurück, um präzise CO<sub>2</sub>-Äquivalente zu berechnen. Der Schwerpunkt des Tools liegt dabei auf den Emissionen, die im Unternehmen entstehen, und unterstützt so eine detaillierte Analyse der innerbetrieblichen Emittenten.

## Übersicht der Emissionen und Emittenten

### Scope 01

Geschäftsreisen mit Firmeneigenen Fahrzeugen – 387,22 kg CO <sub>2</sub> e (2,4 %)				
Emittent	Menge	Einheit	Anteil relative	Anteil absolute
Benzin in L	169,60	Liter	2,4 %	488,32 kg CO <sub>2</sub> e

Transporte mit firmeneigenen Fahrzeugen – 346,07 kg CO <sub>2</sub> e (1,7 %)				
Emittent	Menge	Einheit	Anteil relative	Anteil absolute
Benzin in L	120,20	Liter	1,7 %	346,07 kg CO <sub>2</sub> e

Einsatz von Energieträgern für die interne Verbrennung – 18.209,80 kg CO <sub>2</sub> e (91,1 %)				
Emittent	Menge	Einheit	Anteil relative	Anteil absolute
Erdgas (EEW)	90.596,00	kWh	91,1 %	18.209,80 kg CO <sub>2</sub> e

### Scope 02

Bereitstellung von Energie aus externen Quellen – 0,00 kg CO <sub>2</sub> e (0,0 %)				
Emittent	Menge	Einheit	Anteil relative	Anteil absolute
Strom aus erneuerbaren Quellen (EEW)	12.852,00	kWh	0,0 %	0,00 kg CO <sub>2</sub> e

### Sicherheitsaufschlag

Sicherheitsaufschlag von 5 % – 952,2095 kg CO <sub>2</sub> e (4,8 %)				
Emittent	Menge	Einheit	Anteil relative	Anteil absolute
Sonstige	–	–	4,8 %	952,21 kg CO <sub>2</sub> e

Summe: 19.996,40 kg CO<sub>2</sub>e inklusive Sicherheitsaufschlag

## Auswertung der Daten

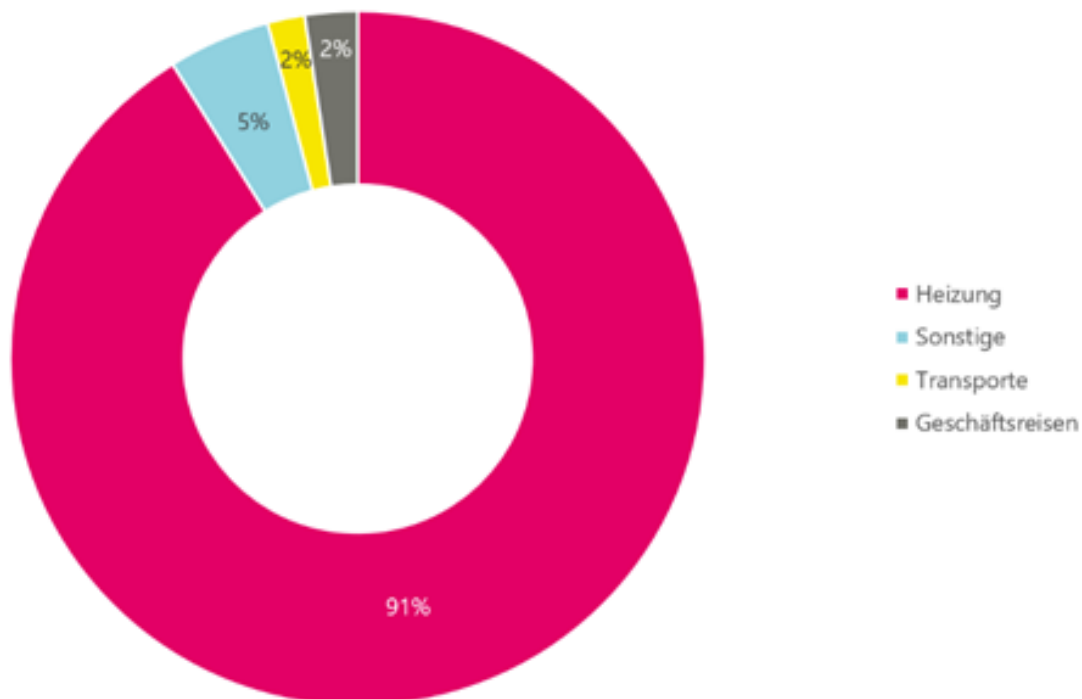
Die Bilanzierung hat gespiegelt, was wir bereits mittels CO<sub>2</sub>-Fußabdruck-Rechnungen in vorherigen Berichten erfahren haben: Unsere Heizung verursacht einen Großteil der Emissionen in Scope 1 und 2. Lediglich rund vier Prozent fallen auf Fahrten mit dem firmeneigenen Fahrzeug, seien es Geschäftsreisen oder Transporte. Unser Sicherheitsaufschlag, der sonstige Geschäftsreisen, den Papierverbrauch und andere Emittenten repräsentieren soll, stellt rund 5 Prozent unserer Gesamtemissionen dar.

Der Grund für den hohen Anteil an Heizemissionen ist die Erdgasheizung im Haus. Erdgas erzeugt zwar weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Energieeinheit als Ölheizungen, dennoch handelt es sich um einen fossilen Brennstoff und nicht um eine erneuerbare Energie. Dass die Beheizung der Agentur unsere Emissionen maßgeblich in die Höhe treibt, haben wir bereits in den vorhergehenden Berichten angemerkt. Inzwischen konnten wir bereits erste Eindämmungsmaßnahmen durchführen.

Im Oktober 2023 wurden die Fenster des Gebäudes im Obergeschoss erneuert. Damit verbessern wir die Dichtung der Räume und müssen aller Voraussicht nach weniger heizen. Ein Wechsel der Fenster im Untergeschoss ist für den Jahreswechsel 2024/2025 in Planung.

Wir beschränken auch die Transporte und Geschäftsreisen mit dem firmeneigenen Pkw auf das Nötigste. Die Mehrheit unserer Meetings wird online abgehalten, was Zeit und Emissionen spart. Zudem verwenden wir den ÖPNV, wo immer er eine sinnvolle Alternative zum Auto darstellt. Hinzu kommt, dass wir zwei Dienstwagen durch reinelektrische Fahrzeuge ersetzt haben; einen davon haben wir gebraucht übernommen. Somit werden die Fahrten mit dem firmeneigenen Pkw in Zukunft noch emissionsärmer sein.

Durch unseren gewählten Sicherheitszuschlag kommen fünf Prozent der Gesamtemissionen hinzu, womit wir alle sonstigen Emittenten oder Abweichungen wegen eventuellen Ungenauigkeiten bei der Berechnung als abgedeckt betrachten. Darunter fallen zum Beispiel Geschäftsreisen, die nicht mit dem firmeneigenen Fahrzeug angetreten wurden. Die Menge dieser ausgestoßenen Treibhausgase ist im Gegensatz zur Heizung und den Fahrten mit dem firmeneigenen Pkw verschwindend gering.



Emissionsquellen bei Sympra und deren Anteile

### Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Die Maßnahmen, die wir in diesem Berichtsjahr zur Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen ergriffen haben, sind in ausführlicher Form im Schwerpunkt 1: Klimaschutz aufgeführt. Dazu gehörte die Erneuerung der Fenster im Obergeschoss, unser Umstieg zur Cloud-Telefonie und die Abschaffung der TK-Anlage sowie die Beschaffung von reinelektrischen Fahrzeugen im Fuhrpark.

All diese Schritte zielten darauf ab, Emissionen in den Scopes 1 und 2 zu reduzieren. Ergebnisse davon sehen wir bereits in den letzten beiden Halbjahren: Weniger Erdgas zur Beheizung unserer Büroräume und ein reduzierter Stromverbrauch mit unserer Cloud-Telefonie bringen uns gute Fortschritte. Im nächsten Bilanzzeitraum wird sich die positive Auswirkung unseres neuen, reinelektrischen Fahrzeugs zeigen.

## Unsere Zielerreichung

Wir haben unsere THG-Bilanz für diesen Berichtszeitraum erstellt, obwohl dies noch nicht verpflichtend war, um eine Ausgangsbilanz zu gewinnen. Im nächsten Jahr möchten wir ein Reduktionsziel festlegen, um unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen strategisch und langfristig senken zu können.

## AUSBLICK

Neben kontinuierlichen Maßnahmen wie dem Bezug von Ökostrom, der sinnvollen Beschränkung von Vor-Ort-Terminen zugunsten von weniger Fahrten und der Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden für Themen wie den Papier- und Müllverbrauch sowie das Heizverhalten werden wir weiterhin an den möglichen Stellschrauben drehen, um ausgestoßene Emissionen zu senken und unsere Umwelt zu schonen.

Einen großen Schritt hierfür haben wir schon gemacht: Die beiden reinelektrischen Firmenwagen werden die CO<sub>2</sub>-Emissionen in Scope 1 vermutlich um 4 bis 6 Prozent reduzieren. Außerdem planen wir mit einer vollständigen Erneuerung unserer Fenster im Bürogebäude, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Heizung weiter zu reduzieren.





## Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert

2023 haben das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Diakonie und Caritas unser soziales Engagement zum siebten Mal in Folge gewürdigt. Im letzten Jahr hatten wir den zwölften Platz in unserer Kategorie erreicht. Hier konnten wir uns maßgeblich steigern: 2024, das nun achte Mal unserer Teilnahme, waren wir in der Kategorie III (Betriebe unter 20 Mitarbeitende) sogar als Top-5-Unternehmen nominiert. Damit haben wir ein Ziel erfüllt, das wir uns im letzten WIN-Bericht gesetzt hatten. Unsere Auszeichnung haben wir über unsere Social-Media-Kanäle und über unseren externen Blog kommuniziert.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Weiterbeschäftigung unserer Kollegin Andrea, die drei Mal wöchentlich für uns kocht
- Erhalt des Sympra-Gartens als städtischer Lebensraum für Insekten
- Erneute Übernahme eines Lehrauftrags an der PH Schwäbisch Gmünd
- Nachwuchsförderung intern: Betreuung von Praktikant:innen, Traineeship, BOGY-Schülerin
- Nachwuchsförderung extern: Besuch von Studierenden der Hochschule der Medien, Teilnahme an der Karrieremesse KOMMpass der Studierendeninitiative PRIHO e.V. der Universität Hohenheim sowie Besuch von Studierenden im Rahmen der AgenTour (DPRG)



### Übernahme eines Lehrauftrags

Unser Geschäftsführer ist seit 2017 Lehrbeauftragter an der PH Schwäbisch Gmünd. Für das Sommersemester 2024 hat er erneut einen Lehrauftrag für Öffentlichkeitsarbeit übernommen und begeistert dadurch Studierende für die verschiedenen Facetten der Kommunikation.

### Nachwuchsförderung intern und extern

Wir freuen uns, dass im Januar 2024 ein neuer Kollege bei uns als Trainee gestartet ist. Eine Kollegin haben wir im Berichtszeitraum nach ihrem Traineeship als Junior Consultant übernommen. Sie hatte als Trainee die Möglichkeit, zwei Hospitanzen zu durchlaufen – bei einer Agentur und einem unserer Kunden.

Um Sympra mittels authentischer Geschichten aus dem Kollegium als Arbeitgeber noch greifbarer zu machen, haben wir in diesem Berichtsjahr einen Employer-Branding-Film gedreht. Dieser ist für potenzielle Bewerberinnen und Bewerber auf unserer [Karriereseite](#) zu sehen. Für weitere Einblicke ins Arbeitsleben bei Sympra sorgte unser aktueller Trainee, indem er einen Erfahrungsbericht auf unserem Blog veröffentlichte.

Darüber hinaus betreute Sympra im Berichterstattungszeitraum drei Praktika und eine BOGY-Schülerin. Bei den Praktikantinnen handelte es sich um zwei Studentinnen und eine Schulabgängerin, die vor ihrem Studium der Digital- und Medienwirtschaft eine Woche Agenturluft schnuppern wollte. Eine Studentin war fünf Wochen lang bei uns, die andere erhielt sechs Monate Einblicke in die Arbeit bei Sympra.

Außerdem unterstützt Sympra angehende Kommunikations-Expert:innen mit bis zu fünf Jahren Berufserfahrung dabei, sich mit anderen Young Professionals der GPRA zu vernetzen. Das Engagement in verschiedenen Arbeitsgruppen zu Themen wie Nachhaltigkeit, Ethik oder Beratungsqualität hilft dabei, Fachkenntnisse zu erwerben und Erfahrungen zu sammeln. Eine Kollegin ist in den Gruppen zu Podcasts und der CMS-Zertifizierung; sie tauscht sich daher regelmäßig mit Mitarbeitenden anderer GPRA-Agenturen aus. Zweimal im Jahr kommen die Mitglieds-Agenturen aus ganz Deutschland zusammen, darunter auch mehrere aus Baden-Württemberg, um sich zu vernetzen und ihre Projekte weiter voranzubringen. Diesen Austausch empfinden wir immer wieder als besonders wertvoll.



Ebenso wichtig ist es für Sympra, mit jungen PR-Interessierten der regional ansässigen Universitäten in den Austausch zu gehen. Dafür nutzten wir auch in diesem Berichtszeitraum mehrere Gelegenheiten. Geschäftsführer Veit Mathauer übernahm auch in den letzten zwei Berichtshalbjahren einen Lehrauftrag an der PH Schwäbisch Gmünd. Zudem waren wir erneut bei der interaktiven Karrieremesse KOMMpass der Studierendeninitiative PRIHO e. V. der Universität Hohenheim vertreten. Ein Trainee und eine Praktikantin waren vor Ort, um die Fragen von interessierten Studierenden aus ihrer Einsteiger-Perspektive zu beantworten.

Im Mai 2024 besuchten uns Studierende der Crossmedia-Redaktion/Public Relations und der Hochschulinitiative PR in Stuttgart (PRiS). Sie erhielten Einblicke in die Kompetenzfelder und den Agenturalltag von Sympra. Bei einer Fragerunde wurde unter anderem diskutiert, welche Rolle künstliche Intelligenz in der PR-Arbeit spielen wird und wie sich Nachhaltigkeit auf die Reputation von Unternehmen auswirkt.

Eine Hospitantin unserer Partneragentur aus Singapur hat den Studierenden bei dieser Gelegenheit das von Sympra mitbegründete internationale Netzwerk „Public Relations Network (PRN)“ vorgestellt und sie mit der Medienlandschaft ihres Heimatlands vertraut gemacht. Der Austausch zwischen Sympra und der Hochschule der Medien Stuttgart besteht schon lange, wobei beide Seiten immer wieder von gegenseitigen Einblicken und Wissenstransfer profitieren.

Im Rahmen der DPRG-AgenTour der Landesgruppe Baden-Württemberg, diesmal geleitet von einer ehemaligen Sympra-Kollegin, lernten Studierende drei leitende Stuttgarter Agenturen kennen. Sie erhielten einen Nachmittag lang wichtige Einblicke in den Agenturalltag und konnten sich mit PR-Profis vor Ort zum Berufseinstieg austauschen.



Bei Sympra lernte der Kommunikationsnachwuchs nicht nur unsere Themen und Kunden kennen. Sie erfuhren auch, was die B2B-Kommunikation erklärungsintensiver Sachverhalte so reizvoll macht und weshalb internationale PR eine besondere Herausforderung ist. Bei einem gemeinsamen Ausklang konnten sich die Young Professionals untereinander besser kennenlernen und vor allem vertiefende Gespräche mit unseren Kolleginnen und Kollegen führen.

**AUSBLICK**

Dieser Schwerpunktleitsatz zeigt uns jedes Jahr auf Neue, dass es sich lohnt, den Nachwuchs in der Branche zu fördern, sich sozial zu vernetzen, Raum für Gespräche zu schaffen und ein aktives, nachhaltiges Mitglied unserer Region zu sein. Dazu gehört auch, das eigene Handeln immer wieder zu hinterfragen und bereit für neue Impulse zu sein – aber auch, diese Impulse für Andere zu setzen.

Deshalb nehmen wir uns auch für nächstes Jahr vor, in unserer Kategorie des Lea-Mittelstandspreises als Top-5-Unternehmen nominiert zu werden. Ebenso wollen wir den Schwung dieses Berichtsjahres mit ins neue Jahr nehmen und junge Talente weiterhin fördern, indem wir Raum und Zeit für Begegnungen und wertvollen Austausch bieten. Wir verstehen uns als nachhaltig-sozial engagiertes Unternehmen – dazu gehören auch fortwährende Pro-bono-Projekte wie unser Engagement für den Förderkreis krebskranke Kinder e. V. Stuttgart, die Adolf Hölzel Stiftung, die Mitarbeit im Arbeitskreis Kunst & Kultur des Stiftungsnetzwerks Region Stuttgart e. V. und mehr.



## Schwerpunkt 3: Anreize zur Transformation

Wir streben danach, unser Handeln kontinuierlich zu reflektieren, uns stets weiterzuentwickeln und neue Maßstäbe zu setzen. Daher waren verschiedene Anreize, Transformationen zu schaffen, auch in diesem Berichtszeitraum ein großer Bestandteil unserer Arbeit.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Aufgleisen unseres neuen Geschäftsfelds: Kommunikation bei Cyberangriffen
- Interne und externe Weiterbildungsmaßnahmen zum Umgang mit KI
- Hospitanzen in unserem internationalen Austauschprogramm

#### Kommunikation bei Cyberangriffen

Die Gefahr durch Cyberangriffe wird in der deutschen Wirtschaft unterschätzt – insbesondere von KMU, die sich nicht als Ziel von Bedrohungen wie Hackerangriffen und Ransomware sehen. Die Faktenlage ist jedoch eindeutig: Der finanzielle Schaden für die deutsche Wirtschaft, der von Cyberkriminalität ausgelöst wird, beläuft sich jedes Jahr auf über 200 Milliarden Euro – das entspricht mehr als die Hälfte des deutschen Bundeshaushalts. Und die Gefahr nimmt zu. Durch den immer weiter verbreiteten Einsatz von KI sind Desinformationskampagnen und andere Täuschungsmaßnahmen immer leichter aufzusetzen.

Wir wollen Unternehmen daher vor, während und nach einer Krise kompetent zur Seite stehen. Denn: Cyberangriffe zu bewältigen, ist nicht nur eine Frage der IT, sondern auch der Unternehmenskommunikation. Stakeholder müssen informiert, Reputationsschaden abgewendet werden. Deshalb haben wir in diesem Berichtszeitraum ein neues Geschäftsfeld auf die Beine gestellt. Im Expert:innenteam entwickelten wir verschiedene Produkte, um Kunden vor dem Worst Case zu bewahren: eine Cyberattacke ohne gut aufgestellte Krisenkommunikation. Auch, wenn eine Krise bereits eingetreten ist, unterstützt Sympra, die Kommunikation bestmöglich zu gestalten und Reputationsschäden in Grenzen zu halten.

Dass IT und Kommunikation bei Cyberangriffen Hand in Hand gehen müssen, hat eine Kollegin unseres Expert:innenteams auf einem Praxis-Workshop gemeinsam mit einem Referenten eines IT-Security-Unternehmens anschaulich gemacht. Führungskräften, IT-Verantwortlichen und Kommunikationsprofis gab sie praxisrelevante Tipps, wie sie in einer Cyberkrise effektiv reagieren und das Vertrauen ihrer Stakeholder bewahren können.



Unsere neuen Leistungen auf diesem Gebiet kommunizieren wir insbesondere über die Website in einem eigenen [Bereich](#). Dort beschreiben wir das Portfolio an Maßnahmen, die wir unseren Kunden anbieten, vom gemeinsamen Workshop zum Aufzeigen von Prozesslücken bis hin zum mehrstündigen Simulations-Planspiel eines Cybervorfalls helfen wir, Unternehmen bestenfalls schon vor dem Eintritt einer Krise zu rüsten.

Diese Informationen finden Kunden auch in einem Flyer, den wir für eine Übersicht unserer Leistungen in der Cyber-Krisenkommunikation erstellt haben. Zudem haben wir hilfreiche Tipps und Fakten zu Cyberangriffen und der zugehörigen Kommunikation als Post-Reihe auf unseren Social-Media-Kanälen geteilt.



## Interne und externe Weiterbildungsmaßnahmen zum Umgang mit KI

Künstliche Intelligenz (KI) hat sich in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt – und damit auch ihre Potenziale. Sie wird die PR-Branche und unsere Arbeit verändern, die Frage ist nur noch, wie schnell dieser Wandel eintritt. Wir bei Sympra verstehen uns als aktiven Teil in diesem Prozess und beschäftigen uns intern mit den Möglichkeiten, aber auch mit den Problemen, die der Einsatz von KI in der PR mit sich bringen.

Unser KI-Scout ist ein Kollege, der die Aufgabe hat, sich mit aktuellen Entwicklungen der Technologie auseinanderzusetzen, Fortbildungen zu besuchen, Tools auf ihre Tauglichkeit zu prüfen, Prompts und Einsatzgebiete auszutesten und seinen Kolleginnen und Kollegen Bericht zu erstatten.

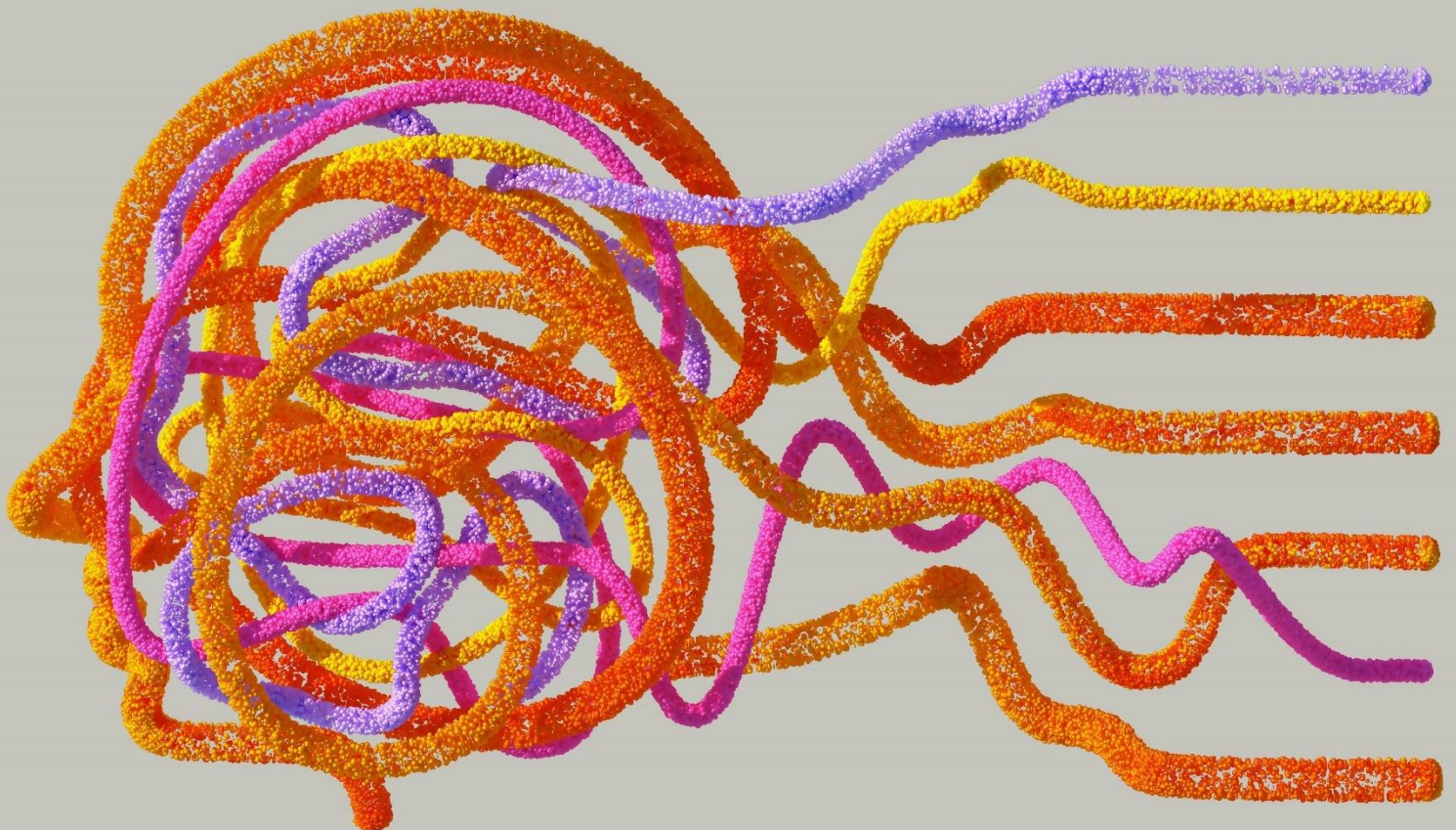
Deshalb haben wir seit diesem Berichtszeitraum eine interne Fortbildungsreihe zum Thema KI eingerichtet, in dem wir neuen Input bekommen, uns aber auch über unsere Erfahrungen mit verschiedenen künstlichen Intelligenzen sowie deren Nutzen und Störfaktoren austauschen. Damit sorgen wir dafür, dass alle

Mitarbeitenden auf dem gleichen Stand bleiben und wir uns als Agentur schon früh mit potenziellen Problemen und Vorteilen von KI auskennen. Auch unsere Geschäftsführerin besuchte ein Webinar mit dem Titel „Mit KI zu besseren Texten“ und teilte ihre Learnings mit den Kolleginnen und Kollegen.

Auf dem Productivity Symposium, das wir inhaltlich für einen unserer Kunden begleitet haben, hatten wir darüber hinaus die Möglichkeit, uns mit Fachleuten zum Thema „KI made in Germany“ auszutauschen. Egal ob kognitive Roboter, generative KI oder Empfehlungen für den produzierenden Mittelstand, hier erhielten wir eine Menge spannenden Input.

Wir ermutigen die Mitarbeitenden bei Sympra, verschiedene Tools zu testen, Entwicklungen zu beobachten und sich experimentell an die Funktionsweisen und Eigenarten der KI heranzutasten. Gleichzeitig sind wir stets darauf bedacht, unseren Umgang in Einklang mit geltenden Richtlinien, etwa der des [Deutschen Rats für Public Relations](#), zu bringen und für Transparenz zu sorgen. Wir erstellen Richtlinien für den ethischen und rechtlich einwandfreien Umgang mit KI.

So setzen wir Impulse für den verantwortungsvollen, aber auch neugierigen Umgang mit den aktuellen technologischen Innovationen. Wir sehen diese als Chance zur Weiterentwicklung und möchten die Möglichkeiten, die uns KI bietet, in einem sinnvollen Rahmen nutzen.



## Hospitanzen in unserem internationalem Austauschprogramm

Sympra legt großen Wert darauf, dass Mitarbeitende von Sympra andere Kulturen erleben. Dank des von uns mitgegründeten, internationalen [Public Relations Network](#) (PRN) erleben wir kontinuierlich, dass uns der Austausch über Grenzen hinweg bereichert und uns neue Tore öffnet – sowohl persönlich als auch beruflich.

## sympra...

Im letzten Berichtsjahr haben wir deshalb ein Austauschprogramm auf die Beine gestellt, das es den Mitgliedern des Netzwerks erlaubt, bei Agenturen im Ausland zu hospitieren und dort neue Impulse zu sammeln. Eine unserer Kolleginnen verbrachte deshalb eine Woche im September bei der Partneragentur Auvray & Boracay in Paris.

Sie sammelte dort Eindrücke, wie die französischen Kolleginnen und Kollegen arbeiten, und erlebte die Unterschiede der deutschen und französischen Medienarbeit. Im Oktober hatte sie dank der GPRA Young Professionals zudem die Gelegenheit, an der International Communications Consultancy Organisation (ICCO) in Istanbul teilzunehmen. Dort bekam sie spannende Einblicke in die Arbeit der Organisation und hatte wertvolle Begegnungen mit Kolleginnen und Kollegen aus der internationalen PR-Welt.

Auf dem Summit besuchte sie Vorträge zu Themen, die unsere Branche weltweit beschäftigen: Künstliche Intelligenz und Kreativität, Fake News und globales Relationship Building. Beide Erfahrungen gaben ihr wertvolle Einblicke in andere Kulturen und Arbeitsweisen.



Sympra bekam in diesem Berichtszeitraum gleich zwei Mal Besuch von Kolleginnen aus unseren PRN-Partneragenturen: Eine Hospitantin aus Singapur kam für zwei Wochen im Mai zu uns, eine weitere Kollegin aus Hongkong arbeitete im Juni bei Sympra mit. Beide lernten vor Ort viel über die deutsche Medienlandschaft und Kommunikationsberatung im B2B-Bereich. Sie führten intensive Gespräche mit unseren Kolleginnen und Kollegen, und brachten ihrerseits Expertise über die Presse- und Medienarbeit in Singapur, Hongkong und China mit.

Die Kollegin aus Singapur hatte die Gelegenheit, ihr Wissen bei zwei verschiedenen Anlässen zu teilen: Einmal sprach sie vor den Studierenden der Hochschule der Medien über internationale Pressearbeit und ihre Erfahrungen im PRN, das andere Mal erzählte sie Studentinnen und Studenten der PH Schwäbisch Gmünd über Healthcare PR – ein Bereich, in dem sie bei ihrer Agentur als Senior Account Manager arbeitet.

Im Juni arbeitete die Kollegin aus Hongkong in der Stuttgarter Agentur. Sie nutze ebenso jede Möglichkeit für kulturellen und professionellen Austausch mit unserem Team, brachte aber auch Fachwissen über die Medianlandschaft in China mit, die sie für uns aufbereitete und in einem Vortrag nahebrachte. Wir erhielten daher spannende Einblicke in die Unterschiede der deutschen und chinesischen Plattformen und lernen Best Practices kennen.

Diese interkulturellen Austausche bringen uns persönlich, aber auch als Agentur einen großen Mehrwert. Das hat sich auch beim PRN Members Meeting in Mexico City gezeigt, bei dem sich die Inhaber der Mitgliedsagenturen im Februar dieses Jahres über KI und Nachhaltigkeit ausgetauscht haben. Wir empfinden es als wichtig, uns über die nationalen Grenzen hinweg zu vernetzen und dabei sowohl unser Wissen weiterzugeben als auch neue Impulse zu empfangen. Daher haben wir ein neues Meeting-Format im PRN eingerichtet, das die Consultants der verschiedenen Agenturen näher zusammenbringen soll.

In den „PRN Consultants Calls“ beleuchtet jeweils ein Consultant einer Partneragentur ein PR-Thema, gibt einen kurzen Impulsvortrag und tauscht dann mit den anderen Teilnehmenden Erfahrungen und Wissensstände aus. So lernen sich die Consultants besser kennen, bleiben in regelmäßigem Austausch und profitieren von gegenseitigem Fachwissen.

## AUSBLICK

Wer über Grenzen hinaus denkt und handelt, der agiert nachhaltiger, öffnet sich neuen Ideen, Impulsen und Möglichkeiten. Daher möchten wir unser Netz an Partner- und Freundschaften auch im nächsten Jahr ausweiten und sind bestrebt, uns über den Rahmen unserer täglichen Arbeit hinaus weiterhin mit neuen technologischen Innovationen zu beschäftigen. Wir wollen Teil der Prozesse sein und sie aktiv mitgestalten.

Weiterhin zeigt das neue Geschäftsfeld der Kommunikation bei Cyberangriffen unsere kommunikative Expertise beim Umgang mit Risiken und Gefahren, die solche Entwicklungen mit sich bringen. Wir nehmen uns vor, uns weiter fortzubilden, gewinnbringende Lösungen einzubringen und uns weiter mit anderen Expertinnen und Experten zu vernetzen – um gemeinsam den Weg für technologische und nachhaltige Fortschritte zu ebnen. Dies ist auch das Ziel der PRN-Mitgliederversammlung in Warwick im Januar 2025, bei der die Rolle der Kommunikation auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft und Klimaneutralität das übergeordnete Thema sein wird.





# WEITERE AKTIVITÄTEN <sup>1</sup>

## Klima und Umwelt

### LEITSATZ 02 – KLIMAAANPASSUNG

Wir achten darauf, jedes Jahr mehr Ressourcen zu einzusparen, Emissionen zu vermeiden und durch unsere Kommunikationsarbeit nachhaltige Lösungen, zum Beispiel im Bereich CleanTech, zu fördern. Die aktuellen Maßnahmen zur Reduktion unseres CO<sub>2</sub>-Ausstoßes sind im Leitsatz 01 „Klimaschutz“ detailliert nachzulesen. Wir verstehen die Schritte, die wir in dem Bereich unternehmen, als indirekt zur Klimaanpassung beitragend.

Dennoch sind Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung damit nicht direkt abgedeckt, denn diese sind primär als eine Reaktion auf die Änderungen des menschengemachten Klimawandels zu sehen. Dieser wird weitreichende Auswirkungen haben auf die Art und Weise wie wir wohnen und arbeiten. Vor allem der Aspekt der Gesundheit steht bei Naturphänomenen wie großer Hitze oder Hochwassern im Mittelpunkt.

Bei Sympra haben wir bis dato keinen Bedarf für Anpassungsmaßnahmen an die Folgen des Klimawandels beobachtet. Zum Beispiel lässt sich die Temperatur im Büro im Sommer aktuell noch gut über das Lüftverhalten der Mitarbeitenden regulieren, das Gebäudeinnere heizt sich nicht leicht auf. Wir werden mögliche Probleme in Zukunft beobachten, sie dokumentieren, unsere Mitarbeitenden sensibilisieren und ggf. Lösungen bei zu hohen Temperaturen im Büro anbieten.

### LEITSATZ 03 – RESSOURCEN UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

Siehe Leitsatz 01: Klimaschutz.

### LEITSATZ 04 – BIODIVERSITÄT

Wir verstehen unsere Maßnahmen zur Ressourceneinsparung als Voraussetzung für Aktivitäten, die die Biodiversität erhalten. Doch auch darüber hinaus setzen wir uns für die Vielfalt von Lebensräumen für Tiere und Pflanzen in der Region ein. Das werden wir weiterhin verfolgen, sei es im Rahmen unseres Stuttgarter Gartens oder unseres KLIMAWIN-Projekts, das sich mit Streuobstwiesen befasst.

#### Pflege unseres Gartens

Die unmittelbare Umwelt rund um die Sympra-Villa ist uns weiterhin ein großes Anliegen. Die Pflege des Gartens umfasste dieses Jahr unter anderem Baumschnitt- und Pflegearbeiten, die Mitte des Jahres durchgeführt wurden. Im Rahmen dieser wurde eine abgestorbene Eibe gefällt, was ökologischen Schäden durch Krankheitsüberträger vorbeugt.

Außerdem kümmert sich eine Kollegin das ganze Jahr immer wieder um den Garten. Sie entfernt Unkraut, macht notwendige Rückschnitte, pflegt die Pflanzen, düngt die Erde und führt frische hinzu. Das alles sorgt dafür, dass der Garten seit unserem ersten Bericht ein attraktiver städtischer Lebensraum für Insekten wie Bienen geblieben und der Kräutergarten für unsere Köchin nutzbar ist.

#### Einsatz für Streuobstwiesen im Klimawandel

In unseren Berichten aus den Vorjahren haben wir über unser KLIMAWIN-Projekt, die Kommunikations-expertise von Sympra gewinnbringend für Streuobstwiesen einzusetzen, berichtet. Die genannten Maßnahmen führen wir weiter fort, um Aufmerksamkeit für den wichtigen Lebensraum für Artenvielfalt zu generieren und Multiplikator für das Thema zu sein. Im Abschnitt „Unser KLIMAWIN-Projekt“ berichten wir ausführlich darüber.

<sup>1</sup> Hier nicht aufgeführte Leitsätze finden sich in der aktuellen Form in den WIN-Berichten 2022/2023

## Soziale Verantwortung

### LEITSATZ 06 – MENSCHENRECHTE UND LIEFERKETTE

Jegliche Diskriminierung wird bei uns verhindert. Unser Ziel ist die Erhaltung dieses Zustands und die Förderung unserer Diversität. Wir leben die Werte der Charta der Vielfalt, die wir bereits vor vielen Jahren unterzeichnet haben. Auch der Einsatz vielfaltssensibler Sprache zielt darauf ab, das Recht auf Gleichberechtigung zu leben. Nach außen positionieren wir uns mit unseren Werten beispielsweise am deutschen Diversity-Tag und zeigen auf unseren Social-Media-Kanälen Flagge für Vielfalt.

Wir stellen weiterhin über alle hierarchischen Ebenen sicher, dass die Mitarbeitenden in die betrieblichen Entscheidungsprozesse eingebunden sind und ihre Ideen angemessen berücksichtigt werden. Ein kontinuierlicher Austausch und kooperatives Zusammenarbeiten haben bei uns oberste Priorität. Es herrscht das „Prinzip der offenen Tür“.

Hybrides Arbeiten ist bei uns auch nach der Corona-Pandemie geübte Realität. Flexibel und angepasst an die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden kann individuell entschieden werden, an welchen Tagen im Büro gearbeitet wird und wann sich das Arbeiten aus dem Home-Office anbietet.

Als PR-Agentur haben wir keine klassische Lieferkette im produzierenden Sinne. Unsere Geschäftspartner – wie Fotografen, Grafiker und Druckereien – wählen wir jedoch sorgfältig aus und legen dabei besonderen Wert auf ihre nachhaltige Arbeitsweise. Insbesondere bei Druckereien achten wir darauf, dass sie emissionsarme und ressourcenschonende Technologien einsetzen, um unseren eigenen Anspruch an umweltfreundliches Handeln zu unterstützen. So tragen wir auch in unseren Projekten dazu bei, Nachhaltigkeit entlang unserer Wertschöpfungskette zu fördern.

### LEITSATZ 07 – MITARBEITENDENRECHTE UND -WOHLBEFINDEN

#### Flexible Arbeitszeitmodelle

Für die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen wir weiterhin individuelle und flexible Arbeitszeitmodelle. Beispielsweise haben wir zwei Kolleginnen nach ihrer Elternzeit mit flexiblen Arbeitszeiten den Wiedereinstieg möglich gemacht; es gibt in der Belegschaft die unterschiedlichsten Modelle, die jeweils auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind.

#### Arbeitssicherheit

Die Sicherheit unserer Mitarbeitenden hat bei uns höchste Priorität. Wir haben im ganzen Haus Notausgangsschilder sowie Hinweise auf Feuerlöscher und den Sammelplatz für den Notfall angebracht. Einmal im Jahr, bei Bedarf auch häufiger, findet eine Sicherheitsunterweisung statt, die alle Mitarbeitenden durchlaufen; sie ist darüber hinaus fester Bestandteil des Onboarding-Prozesses.

#### Versorgung

Für das leibliche Wohl unserer Mitarbeitenden bereitet unsere Köchin drei Mal in der Woche eine frisch zubereitete Mahlzeit aus regionalen Lebensmitteln zu. Das gemeinsame Mittagessen trägt zur Entspannung bei und fördert den Austausch und den Zusammenhalt im Team.

## Partizipation

Gemeinsam mit den Mitarbeitenden haben wir in einem Strategie-Workshop wichtige Eckpfeiler gesetzt für die nahe und mittlere Zukunft von Sympra. Der Geschäftsführung ist es wichtig, Entscheidungen zur Unternehmensentwicklung partizipativ zu erarbeiten und die Mitarbeitenden maximal zu beteiligen. Der Unternehmensplan ist für alle transparent und Teil der CMS III-Zertifizierung.

## Arbeitgebermarke und Nachhaltigkeit

Im Rahmen des Strategie-Workshops haben wir außerdem die Arbeitgebermarke von Sympra weiter profiliert. Einen besonderen Schwerpunkt haben wir darauf gelegt, die Arbeitgeberereignisse zu prüfen und die gewünschten mit den gelebten Werten abzugleichen. Gemeinsam wurde eine Employer-Branding-Kampagne für Sympra verabschiedet, deren Ausgangspunkt eine eigene Karriereseite auf der der Sympra-Website ist, wo sich Bewerbende alle wichtigen Informationen abholen und Sympra „erleben“ können. Auch hier waren alle Mitarbeitenden eingebunden in die Formulierung der Employer Value Proposition, Angebot und Erwartungen, Fragen und Antworten.

Gemeinsam haben wir einen Employer-Branding-Film erarbeitet und erstellt, in dem die Mitarbeitenden aus sehr persönlicher Sicht berichten, was es ausmacht, bei Sympra zu arbeiten. Das Video ist auf der Karriereseite zu finden und macht Sympra als Arbeitgeber noch greifbarer. Die Möglichkeit, sich mit der Agentur zu identifizieren, die Übereinstimmung von Soll und Ist bei der Überführung der Werte in eine gelebte Kultur sowie die authentische Präsentation des Unternehmens sind für die bestehende Belegschaft wesentliche Wohlfühlfaktoren.

Als Ergebnis der Wertediskussion hat sich ergeben, dass „Nachhaltigkeit als gelebter Wert“ einen hohen Stellenwert im Team genießt. Es ist uns ein Anliegen, Menschen zu gewinnen, die in dieser Hinsicht ähnlich denken und haben darum dem Thema auf der Karriereseite eine starke Betonung gegeben.

Auf dem bestehenden niedrigen Niveau wollen wir unsere Fluktuationsrate halten. Die Nutzung der vielfältigen Weiterbildungsangebote fördern wir weiterhin.



## LEITSATZ 08 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Wir haben 1) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 2) Kunden sowie 3) Dienstleister als unsere wesentlichen Anspruchsgruppen identifiziert. Unser Ziel ist weiterhin die verbindliche Einhaltung der im Qualitätshandbuch festgelegten Qualitätsstandards – im Hinblick auf ethische Grundsätze in der Kommunikation, präzise recherchierten und zielgruppengerecht erstellten Content oder hinsichtlich des Umgangs mit Partnern, Journalist:innen und Dienstleistern.

## Zertifizierte Qualität nach CMS III

2022 wurden wir nach dem Consultancy Management Standard (CMS III) rezertifiziert. CMS III ist ein erweiterter Qualitätsstandard für PR- und Kommunikationsagenturen und gilt seit 2004 als international anerkanntes Qualitätszertifizierungssystem für PR- und Kommunikationsagenturen. Weltweit vertreten und kontinuierlich weiterentwickelt wird der CMS III durch den internationalen Dachverband der PR- und Kommunikationswirtschaft ICCO (International Communications Consultancy Organisation). Lediglich die Mitgliedsverbände der ICCO haben Zugang zu diesem Standard. In Deutschland wird das CMS III-Siegel seit 2020 exklusiv und offiziell von der GPRA, als Dachverband der führenden deutschen PR- und Kommunikationsagenturen, ausgegeben, bei dem Sympra Mitglied ist.

Mit dem Qualitätsstandard wird Agenturen bescheinigt, dass sie ihre internen Prozesse, Arbeitsweisen, kaufmännischen Abwicklungen in insgesamt acht Kategorien gemäß internationaler Vorgaben an das Qualitätsmanagement durchführen. Die Kategorien umfassen:

- Führung und Kommunikation
- Unternehmensplanung
- Unternehmensentwicklung
- Finanzsystem
- Durchführung von Projekten/Kampagnen
- Kundenzufriedenheit
- New Business
- Personalmanagement
- Die Agenturen werden dabei ganzheitlich betrachtet, von Buchhaltung über Personalmanagement bis hin zu Kreativprozessen und Projektmanagement.

Mit der CMS III-Akkreditierung werden verbindliche Standards geschaffen, die alle GPRA-Mitgliedsagenturen in ihrem bereits hohen Qualitätsanspruch vereinen. Da der CMS III-Standard für alle Mitglieder verbindlich ist, wurden dessen Kriterien von der GPRA um ethische und ausbildungsbezogene erweitert. Das CMS-III-Gütesiegel ist ein messbares Sicherheitsversprechen, das international gültig ist. Kunden und Mitarbeiter haben somit die Gewissheit, dass GPRA-Agenturen Qualitätsmanagement und Leistung bieten. Auch auf interner Seite hat das Qualitätsmanagement seine Vorteile, denn es legt den Grundstein für Qualität in der täglichen Arbeit und vereinfacht die alltäglichen Arbeitsprozesse. Es bleibt mehr Raum für Kreativität, Austausch und Ideen. Damit dieser Standard auch gehalten wird, wird die Zertifizierung alle zwei Jahre durch unabhängige Audits wiederholt und die Einhaltung überprüft.

Unser Ziel ist es, unseren Kunden die maximale Unterstützung zu geben und eine reibungslose Integration unserer Dienstleistung in ihre Abläufe zu ermöglichen. Im Jahr 2025 wollen wir uns mit dem neusten Standard, CMS IV, rezertifizieren lassen. Hier wird als ein neues Kapitel auch das Thema „Nachhaltigkeit der Agentur“ eine große Rolle spielen. Wir versprechen uns hier zahlreiche Synergieeffekte zwischen der CMS-Zertifizierung und dem WIN-Bericht.

## Ökonomischer Erfolg und Governance

### LEITSATZ 11 – TRANSPARENZ

#### Finanzentscheidungen

Alle Betriebsinvestitionen wurden und werden in Hinblick auf ökologische Kriterien (Umweltfreundlichkeit) überprüft. Umweltfreundliche Alternativen wurden und werden bevorzugt. Die Geschäftsentwicklungen werden jedes Jahr, wie im Zielkonzept formuliert, dem Team Ende des Jahres durch die Geschäftsleitung transparent dargestellt. Dies soll auch weiterhin geschehen.

Größere Investitionsentscheidungen werden auch künftig vorab durch die Geschäftsleitung vorgestellt, wobei dem Feedback der Mitarbeitenden eine hohe Gewichtung beigemessen wird.

#### Verhinderung von Korruption

Alle wichtigen strategischen Entscheidungen wurden und werden weiterhin entlang unserer ethischen Prinzipien getroffen. Wir pflegen stets einen offenen Dialog mit Mitarbeitenden, Kunden und Partner:innen. Dazu orientieren wir unser Handeln an Branchenkodizes wie dem Kommunikationskodex und Sympra-Geschäftsführer Veit Mathauer engagiert sich im Deutschen Rat für Public Relations (DRPR), der Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation von Organisationen mit Öffentlichkeiten benennt und gegebenenfalls rügt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verpflichten sich mit der Unterzeichnung ihres Arbeitsvertrags zu den Grundsätzen der Loyalität gegenüber Klienten und Öffentlichkeit und in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Medien auf die Einhaltung der im Kommunikationskodex der Branchenverbände GPRA, DPRG und BdKom definierten zentralen Normen und Zielwerte für PR- und Kommunikationsfachleute.



## UNSER KLIMAWIN-PROJEKT.

Mit unserem KLIMAWIN-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Das KLIMAWIN-Projekt haben wir anlässlich unseres 30sten Geburtstags im Jahr 2022 aufgesetzt und seitdem hinsichtlich sowohl des regionalen Impacts als auch mit Blick auf seine nachhaltige Wirkung ständig weiterentwickelt. Ziel war es, bis zum Ende des Jubiläumsjahres insgesamt 30 Bäume zu pflanzen. Neben der Wahl verschiedener Standorte für einheimische Gehölze war es uns wichtig, mit der Baumspende einen Bezug zu unseren Kunden und passenden Projekten zu schaffen, um gleichermaßen nicht nur der ökologischen Komponente, sondern auch der wirtschaftlichen und sozialen Ausprägung des Nachhaltigkeitsgedankens Rechnung zu tragen.

### ENTWICKLUNGEN UND ERGEBNISSE

#### Schwerpunktsetzung

In diesem Sinne haben wir unseren Schwerpunkt auch 2024 darauf gesetzt, das von unserem Kunden AT-Verband initiierte Forschungsprojekt „STIK – Streuobstwiesen im Klimawandel. Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandwirtschaftsbewirtschaftung“ umfänglich zu unterstützen. Neben der Erneuerung des Baumbestands einer Testwiese durch die Spende von 20 resilienten Obstbäumen begleiten und befördern wir das Projekt mit zahlreichen kommunikativen Maßnahmen.

Ziel des Projekts, das der AT-Verband in Zusammenarbeit mit den Universitäten Hohenheim und Tübingen betreut, ist es, einen methodischen Ansatz für den Erhalt und die Förderung von Streuobstwiesen zu entwickeln. Denn der Klimawandel mit seinen Auswirkungen auf Temperatur, Einstrahlungsintensität, Wasserhaushalt und das vermehrte Auftreten von invasiven Arten und Schädlingen birgt für Streuobstwiesen eine große Gefahr. Auch leidet das Biotop Streuobstwiese unter der Überalterung von Beständen, dem hohen Altersdurchschnitt seiner Bewirtschaftler sowie mangelndem Nutzungsinteresse und Fachwissen der nächsten Generation.

Auf der Basis fundierter Bestandaufnahmen und Analysen will das Projekt vorhandenes Wissen und neu gewonnene Erkenntnisse zusammenführen und vermitteln: Welche direkten Auswirkungen des Klimawandels sind bereits zu erkennen? Wo gibt es Spielraum für Anpassungskonzepte wie beispielsweise einen Wechsel der Bepflanzung mit hitzeresilienten Obstsorten oder angepassten Pflegemaßnahmen? Welche Flächen eignen sich auch zukünftig für den Streuobstanbau?

Darüber hinaus erarbeiten die Projektbeteiligten langfristig tragfähige Bewirtschaftungs- und Verwertungsmodelle, etwa mit Blick auf den Aufwand der Baumpflege oder einer wirtschaftlichen Nutzung der Erträge. Die Erkenntnisse sind Basis für den Austausch mit relevanten Akteuren wie Bewirtschaftern, Verwertern, Behörden und Interessensgruppen und die Vernetzung der einzelnen Regionen in Baden-Württemberg. Unterstützt wird der Wissenstransfer durch zielgruppenorientierte Methoden und Inhalte, die – besonders auch mit Blick auf die junge Generation – einen digitalen Zugang zum Thema Streuobstwiese ermöglichen.



## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Für uns ergeben sich hieraus zahlreiche Anknüpfungspunkte und Themen für die kommunikative Begleitung mit dem Ziel, einerseits das Thema Streuobstwiese als gefährdetes Kulturgut und die Herausforderungen zu ihrem Erhalt in das Bewusstsein der Menschen zu bringen, andererseits die Ergebnisse des STIK-Projekts bekannt zu machen. Mit dem Einbringen unserer Kernkompetenzen pro bono bekommen die Themen des Projekts Sichtbarkeit, ohne das hier (finanzieller) Zusatzaufwand betrieben werden müsste. Darüber hinaus schaffen wir so die Integration des Projekts in unseren „Arbeitsalltag“. So haben wir beispielsweise den „Tag der Streuobstwiese“ genutzt, um über unsere Social-Media-Kanäle auf die Wichtigkeit des Erhalts dieser Ökosysteme hinzuweisen.

Darüber hinaus haben wir, wie im Ausblick des letzten Berichts angekündigt, den vorläufigen Abschluss des STIK-Projekts begleitet und die Ergebnisse medienwirksam aufbereitet. Eine Presseinformation, die Aspekte aller Beteiligten umfasst, ging an einen großen Medienverteiler, der sowohl die regionale Tagespresse als auch die Fachpresse umfasste.

Dr. Gebhard Warth (STIK-Projektbeteiligter der Universität Tübingen) besitzt eine Streuobstwiese südlich von Dettingen unter Teck, auf der etwa 15 alte Bäume standen. Der Bestand hier war überaltert und schlecht gepflegt, zehn Bäume waren bereits abgestorben. Da dies charakteristisch ist für viele Streuobstwiesen in Baden-Württemberg, sollte auf dieser Wiese im Rahmen des STIK-Projekts der Baumbestand erneuert werden – quasi als „Versuchslabor“ bzw. Referenzprojekt.



Ende März 2023 haben wir gemeinsam mit den Projektbeteiligten den Baumbestand dieser Streuobstwiese mit den von uns gespendeten Bäumen erneuert: Ein Teil des Sympra-Teams hat die Apfel- und Birnenbäume sowie Steinobstsorten wie Pflaumen und Mirabellen eigenhändig eingepflanzt. Die Auswahl der Obstsorten erfolgte mit Blick auf ihre Wärme- und Trockenresistenz.

Über das Jahr 2024 hinweg waren zahlreiche Pflegearbeiten durchzuführen. Bereits im frühen Frühjahr zeichnete sich ab, dass die Bäume ohne Ausnahme gut angekommen waren.



Da die neuen Bäume acht bis zehn Jahre brauchen werden, um nennenswerte Erträge zu liefern, das Thema Verwertung aber im Projekt und auch in der Zusammenarbeit mit Sympra eine Rolle spielen sollte, war die Idee, das Obst der Nachbarwiesen dafür zu nutzen.

Gemeinsam mit der Universität Tübingen und dem AT-Verband ist ein Konzept entstanden, das die Verwertung des Obstes als einen wichtigen Bestandteil des Erhalts von Streuobstwiesen aufzeigt und uns zugleich die Möglichkeit gibt, unser KLIMAWIN-Projekt mit Blick auf die geforderte Gemeinnützigkeit auszubauen.

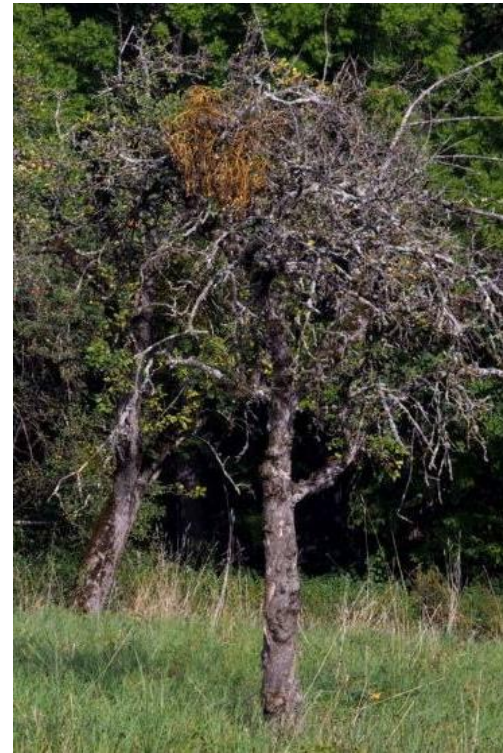
Dafür war der Arbeitseinsatz des Sympra-Teams zur Apfelernte und zum Versaften der Äpfel vorgesehen. Der Apfelsaft sollte dem Flüchtlingsheim im Stuttgarter Stadtteil Schönberg gespendet werden. Hierzu war ein kleines Event angedacht, das den Bewohnerinnen und Bewohnern die Möglichkeit gibt, sich untereinander und andere Stadtteilbewohner besser kennenzulernen und mehr zu erfahren über Herkunft und Herstellung des Apfelsafts.

Leider hat eine Frostnacht rund um die Eisheiligen sowie der Dürrestress der Bäume aus dem letzten Jahr unsere Pläne zunichte gemacht. Die Ernte ist quasi ausgefallen; es gab nur bescheidenen Mengen an Obst, sodass sich das Versaften nicht annäherungsweise gelohnt hat.

Wir haben die Verantwortlichen für die WIN-Charta in einem Teams-Call darüber in Kenntnis gesetzt. Gemeinsam sind wir übereingekommen, dass wir im Sinne der Nachhaltigkeit nicht nach einem alternativen Engagement für unser WIN-Projekt suchen, sondern am vorhandenen festhalten, und dieses im Folgejahr entsprechend des Konzepts und einer hoffentlich besseren Ernte planungsgemäß ausbauen. Unsere Zusage war darüber hinaus, die anderen Pro-bono-Projekte von Sympra umso intensiver zu betreuen.

Eine Auswahl:

- Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der Adolf Hölzel Stiftung: Erstellen von Pressemeldungen, Produktion des monatlichen Newsletters, Drehen eines Video-Teasers für ein Crowdfunding-Projekt der Stiftung, Unterstützen der Gäste-Einladung zu einem Festakt etc. [www.adolf-hoelzel.de](http://www.adolf-hoelzel.de)
- Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit des Förderkreis krebskranke Kinder e. V., Stuttgart: aktives Mitwirken im Beirat des Förderkreises, Unterstützen beim Erstellen von Publikationen, Herstellen eines Kontakts zur Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd inkl. Erstellen eines Kommunikationskonzepts für eine zu gründende Kinderstiftung etc. [www.foerderkreis-krebskranke-kinder.de](http://www.foerderkreis-krebskranke-kinder.de)
- Zusammenarbeit mit der Studierendeninitiative PRIHO an der Universität Hohenheim: Sponsoring, Halten von Vorträgen z. B. auf der Karrieremesse, Ermöglichen von Agenturbesuchen etc. <https://priho.net/>
- Mitarbeit im Arbeitskreis Kunst & Kultur des Stiftungsnetzwerks Region Stuttgart e. V. <https://stuttgarter-stiftungen.de/>
- Mitarbeit im Regionalbeirat der Volksbank Stuttgart eG [www.volksbank-stuttgart.de](http://www.volksbank-stuttgart.de)





## KONTAKTINFORMATIONEN.

### ANSPRECHPARTNER:INNEN

Veronika Höber  
veronika.hoeber@sympra.de  
0711/947670

Veit Mathauer  
veit.mathauer@sympra.de  
0711/947670

Sophie Tuttschke  
sophie.tuttschke@sympra.de  
0711/947670

### IMPRESSUM

Herausgegeben am 6. Dezember 2024 von

Sympra GmbH (GPRA)

Stafflenbergstraße 32, 70184 Stuttgart

Telefon: 0711/947670

E-Mail: [pr@sympra.de](mailto:pr@sympra.de)

Internet: [www.sympra.de](http://www.sympra.de)