



trurnit Pressewerk



NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2023/2024

TRURNIT PRESSEWERK



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>4</b>
Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden.....	4
Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze .....	6
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken.....	8
<b>5. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>10</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden .....	10
Umweltbelange.....	11
Ökonomischer Mehrwert.....	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	13
Regionaler Mehrwert.....	14
<b>6. Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>15</b>
<b>7. Kontaktinformationen .....</b>	<b>17</b>
Ansprechpartnerin .....	17
Impressum .....	17

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die trurnit Pressewerk GmbH ist eine auf die Energiebranche spezialisierte PR-Agentur und zählt in diesem Segment zu den führenden Dienstleistern für Stadtwerke, Netzbetreiber sowie regionale Energiedienstleister in Deutschland. Sie hat ihren Sitz in Stuttgart und Engstingen, Landkreis Reutlingen, und unterhält zudem ein Büro in Freiburg. Das Unternehmen wurde 2005 gegründet und ist eine Gesellschaft der trurnit Gruppe, einem Komplettanbieter für Energiekommunikation in dritter Generation.

Wir beraten und unterstützen Energieunternehmen, Netzbetreiber und Abwasserbetriebe in ganz Deutschland bei ihrer Kommunikation und Positionierung in der Öffentlichkeit sowie gegenüber definierten Stakeholdern. Dabei gehen wir strategisch vor: mit klaren und messbaren Kommunikationszielen, kreativ in der Umsetzung, mit großem Fachwissen und genauer Evaluation. Im Fokus stehen aktuell Energiewende- und Klimaschutzthemen, ebenso beschäftigen wir uns mit Trinkwasserversorgung und -schutz, Abwasserentsorgung, Klimaanpassungsmaßnahmen, Wärmeplanung, Energiepreisen, Energiegesetzen wie dem Gebäudeenergiegesetz und intelligenter Netzsteuerung.

Unser Team verfügt über ein langjähriges Kommunikations-Know-how, ausgezeichnete Kontakte zu Redaktionen und Akteuren der Energiebranche sowie fundiertes technisches Verständnis. Ob Photovoltaik, E-Mobilität, Wärmewende, Strom- und Breitbandausbau, kalte Nahwärme oder smarte Quartiere: Wir bringen komplexe Themen sprachlich auf den Punkt, die Botschaften unserer Kundschaft in die Öffentlichkeit und zu den relevanten Zielgruppen – und das online und offline.

Derzeit umfasst unser Team 11 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; hinzu kommen freie Mitarbeitende, Praktikantinnen und Praktikanten sowie Werkstudierende. Wir betreuen aktuell 49 Kundinnen und Kunden – teilweise kontinuierlich mit strategischer Medienarbeit, teilweise punktuell bei einzelnen Projekten mit Konzepten, Workshops, Trainings, Akzeptanzkommunikation, Krisenprävention oder akuter Krisenkommunikation.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### DIE ZWÖLF LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden zwölf Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### **Umweltbelange**

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

#### **Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### **Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

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

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

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

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 17.05.2022

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Sielmanns Biotopverbund Bodensee

#### Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

Umfang der Förderung: 500 €

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden
- Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Diese drei Leitsätze können wir direkt beeinflussen und gestalten. Zudem halten wir sie für die Grundlage für das nachhaltige Wachstum unserer Agentur. Denn nur mit einem hohen Mitarbeiterwohlbefinden und nachhaltiger Unternehmensstrategie sind wir langfristig erfolgreich.

## Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden

### ZIELSETZUNG

Obwohl wir ein kleines Team sind und daher auf die einzelnen Menschen gut und individuell eingehen können, ist es uns wichtig, das Mitarbeiterwohlbefinden systematisch zu fördern und sukzessive weiter zu verbessern. Das betrifft die Arbeit am Kunden und im Team genauso wie die persönliche Entwicklung der einzelnen Kolleginnen und Kollegen. Denn der Erfolg unseres Unternehmens wird direkt von der Leistung, Einstellung und Motivation unserer Kolleginnen und Kollegen beeinflusst, die wiederum von der Teamdynamik beeinflusst werden.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Wir...

- haben einen persönlichen Weiterbildungsplan für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter etabliert.
- führen regelmäßige Mitarbeitergespräche, um Wünsche und Probleme zu klären und gemeinsam Leistung und Entwicklungen zu beurteilen.
- haben die Struktur unserer Kundenteams optimiert, indem wir jedes Team verstärkt und stabilisiert haben.
- haben einen zweiten Teamleiter eingestellt, der Ansprechpartner bei fachlichen und anderen Problemen, Fragestellungen oder Anliegen ist.
- wir haben an allen Standorten einen Mitarbeiter-Tag veranstaltet, an dem wir Teambuildingmaßnahmen durchgeführt haben.
- führen jährlich eine anonyme Umfrage zum Mitarbeiterwohlbefinden durch. Auf dieser Basis setzen wir Quick Wins um und schlussfolgern Handlungsmöglichkeiten. Wir wiederholen die Umfrage seit

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

der Nullmessung im Jahr 2022 mindestens einmal pro Jahr. Die Fragebatterien in unserem Fragebogen sind folgenden Themenschwerpunkten zugeordnet:

- Arbeitsplatz & Ausstattung
- Persönliche Anforderungen
- Arbeitsbedingungen
- Zusammenarbeit im Team
- Unternehmensziele

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die im Dezember 2023 durchgeführte Mitarbeiterumfrage hat gezeigt, dass sich das Stimmungsbild im Team im Vergleich zum Vorjahr verbessert hat. Das zeigt der Durchschnitt aller Antworten auf die 26 Fragen. Er ist mit einer durchschnittlichen Beantwortung von 4,86 von 6 möglichen Punkten positiv, auch im Vergleich zum Vorjahr 2022 mit 4,52/6.

Die Ergebnisse dieser Fragen stechen hervor:

**Höchste Punktzahl:** 5,59/6 – „Von den Teammitgliedern unserer Schwesteragentur (Solar Consulting) fühle ich mich wertgeschätzt.“

**Niedrigste Punktzahl:** 2,82/6 – „Wie intensiv schätzt du die vernetzte Zusammenarbeit in der trurnit-Gruppe?“

**Abgefallene Punktzahl im Vergleich zum Vorjahr:**

- „Mein Arbeitgeber stellt genügend Verpflegung im Büro zur Verfügung.“ – 3,9/6 Punkte [4,59/6 Punkte im Vorjahr 2022]
- „Die Geschäftsführung ermöglicht mir in regelmäßigen Abständen Dienstreisen, durch die ich andere Units [der Unternehmensgruppe] kennenlernen kann.“ – 4,5/6 Punkte [5,18/6 Punkte im Vorjahr 2022]
- „Ich halte meine Vergütung für angemessen.“ – 3,61/6 Punkte [3,86/6 Punkte im Vorjahr 2022]

Wir arbeiten nun an den Punkten, die im Vergleich zum Vorjahr geringer bewertet wurden und sind die Regelung für die Verpflegung im Büro bereits angegangen. Wir stellen neben Fair-Trade-Kaffee und Bio-Kuhmilch auch vegane Milchalternativen für die Kolleginnen und Kollegen zur Verfügung, ebenso wie süße Snacks. Außerdem wurde dem Team kommuniziert, Dienstreisen zu anderen Standorten proaktiv zu planen, die Anreise wird vom Unternehmen übernommen.

Seit unserer ersten Befragung im Jahr 2022 identifizieren wir Bedarfe im Team in regelmäßigen Abständen. Neben der Einführung des Jobrads im vorangegangenen WIN-Jahr, bieten wir seit Anfang 2024 mit dem Job-Ticket einen Zuschuss zum Deutschlandticket. Dieses Angebot wird von unseren Mitarbeitenden stark genutzt. Die dementsprechende Frage stammt zwar aus dem Abschnitt „unternehmerische Nachhaltigkeit“ in unserem Fragebogen, die daraus folgende Aktion jedoch zählt nicht auf die Nachhaltigkeit ein, sondern gilt auch als weiterer Benefit für unsere Mitarbeitenden.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Bewertungsdurchschnitt der Umfrage

- Aktuelles Ergebnis, zweite Umfrage: 4,86/6 Punkte – Ergebnis Vorjahr: 4,52/6 Punkte
- Wir nehmen uns vor, unsere Umfragewerte bis Mai 2025 stabil sind und jeder einzelne Mitarbeiter so zufrieden ist, dass es keine Ausreißer mehr mit Einzelbewertungen von nur einem Punkt gibt.

**Indikator 2:** Deutliche Verbesserung durch Quick Wins

- Wir gehen davon aus, dass die Verbesserung der Umfragewerte in den unter „Ergebnisse und Entwicklungen“ beschriebenen Fragen aus der Umsetzung von Quick Wins in den letzten Jahren resultiert. Zum Beispiel bei den Fragen zur „Ausstattung des Arbeitsplatzes“ und zur „Verpflegung im Büro“ haben wir konkrete Verbesserungen der Umfragewerte nach Umsetzung von Quick Wins (Einführung von Milchalternativen, Anschaffung von Pflanzwänden zum Schallschutz für das Großraumbüro in Stuttgart etc.) festgestellt.

## AUSBLICK

Wir wiederholen die Befragung der Mitarbeitenden mindestens einmal jährlich, um eine repräsentative Datenbasis zu halten. Durch die regelmäßige Abfrage des Stimmungsbildes unter den Kolleginnen und Kollegin bekommen wir ein tiefes Verständnis der Wünsche und Erwartungen des Teams, so dass wir frühzeitig gezielt zur Verbesserung des Arbeitsklimas beitragen können.

## Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

### ZIELSETZUNG

Nur eine transparente und langfristig orientierte Strategie führt zum Unternehmenserfolg. Dafür stellen wir Kontinuität und Stabilität in der Unternehmensentwicklung sicher und gehen verantwortungsvoll mit all unseren Ressourcen um (was Menschen, Rohstoffe und Kapital inkludiert). Ebenfalls unerlässlich sind für uns eine glaubhafte und berechenbare Führung und Strukturen, die die Motivation aller Mitarbeitenden fördern. Dazu zählt auch eine funktionierende interne Kommunikation.

Unsere Ziele zum Leitsatz sieben sind:

- Gemeinsam mit allen Kolleginnen und Kollegen erreichen wir unsere Unternehmensziele, die wir durch den OKR-Prozess (Objective Keys and Results) im Team definiert und transparent gemacht haben.
- Wir bündeln Wissen und Kompetenzen in unserem Team, um so noch effizienter zusammenarbeiten.
- Wir halten unser Team in der aktuellen Größe stabil – das heißt, Kolleginnen und Kollegen bleiben mindestens drei Jahre bei uns angestellt.



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN UND ENTWICKLUNG

- Ende des Geschäftsjahres 2023 ist eine unserer beiden Geschäftsführerinnen, Barbara Schwerdtle, in den Ruhestand getreten. Bianca Böttcher-Hüfner ist seit Januar 2024 alleinige Geschäftsführerin des trurnit Pressewerks. Der Prozess war lange geplant und wurde Schritt für Schritt vorbereitet. Unsere Kundinnen und Kunden wurden bereits Monate vorher über den Wechsel an der Spitze informiert und mit ihren neuen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern vertraut gemacht. Außerdem haben wir unsere Kundinnen und Kunden sowie unsere Mitarbeitenden zur Verabschiedung unserer Geschäftsführerin und zur Übergabe des Postens an Bianca Böttcher-Hüfner zu einer Abendveranstaltung eingeladen, um gemeinsam zu feiern. Barbara Schwerdtle unterstützt uns weiterhin ab und an als freie Mitarbeiterin, so konnten wir seit Anfang 2023 regelmäßige Weiterbildungsformate für das Team anbieten, in denen unsere ehemalige Geschäftsführerin ihr aus Jahrzehnten gesammeltes Wissen weitergibt.
- Anfang 2024 haben wir ein neues Format zur internen Weiterbildung eingeführt. Es findet in regelmäßigen Abständen mehrmals jährlich statt und soll Wissen über die Branche, in der sich unsere Kundinnen und Kunden befinden, und Wissen, das wichtig für unsere tägliche Arbeit ist, im Team festigen.
- Im letzten WIN-Jahr haben wir unsere Man/Women-Power ausgebaut: Seit September 2023 verstärken zwei zusätzliche PR-Beraterinnen unser Team. Im Februar 2024 ist unser neuer *Leiter Kundenmanagement* beim Pressewerk eingestiegen. Er verstärkt die Führungsstruktur. Als zweiter Teamleiter ist er Hauptansprechpartner für alle Themen rund um unsere Kunden und sein Team. Vor allem das Neukundengeschäft und strategische Herausforderungen wird er gemeinsam mit dem Team ausbauen und meistern. Im Juli 2024 hat unsere ehemalige Werkstudentin ihr Masterstudium erfolgreich abgeschlossen und wir haben sie als Junior PR-Beraterin übernommen.
- Seit Ende 2023 beleuchten alle unsere internen Prozesse und arbeiten daran, unsere internen Strukturen und unsere interne Kommunikation zu professionalisieren. Als dezentral organisiertes Team über drei Standorte hinweg sind Abstimmungen und Abläufe besonders wichtig. Wir haben bereits die Interne Kommunikation neu aufgesetzt und führen regelmäßige Formate durch, haben unsere Server neu strukturiert und ein Handbuch etabliert, in dem wir alle unternehmensinternen Prozesse sowie wichtigen Informationen rund um unser Unternehmen und unsere Arbeit am Kunden strukturiert zusammengefasst haben. Das Handbuch halten wir aktuell.
- Wir beziehen die OKR in unsere Handlungen und Entscheidungen mit ein. Wir ermutigen unsere Mitarbeitenden regelmäßig, sich aktiv mit den Unternehmenszielen auseinanderzusetzen. Die Ziele sind klar abgesteckt und für alle verschriftlicht. In unterschiedlichen Teams haben wir jeweils einen Maßnahmenplan festgelegt, wie jede und jeder Einzelne einen Teil zum Unternehmenserfolg beisteuern kann. In regelmäßigen Abständen führen wir interne Termine durch, in denen wir den OKR-Prozess und die Fortschritte sowie ergriffenen Maßnahmen zum Erreichen unserer Ziele visualisieren und im Team besprechen.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## AUSBLICK

Unsere Schwerpunktthemen Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze bleiben auch im kommenden Jahr bestehen. Auch an den Bereichen OKR und der Optimierung der Rendite (mindestens 10 Prozent pro Jahr) möchten wir weiterarbeiten und den OKR-Prozess noch aktiver gemeinsam bestreiten. Aktuell haben wir ein sehr stark aufgestelltes Team und können viele Kompetenzen gut abdecken und darüber hinaus neue Felder erschließen.

## Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### ZIELSETZUNG

Als PR-Agentur für Energie sind wir für Nachhaltigkeit seit vielen Jahren sensibilisiert. Nicht nur unsere Kunden leisten mit ihrem Unternehmertum ihren Beitrag, es ist auch unser Bestreben, unser eigenes Handeln beruflich wie privat Stück für Stück noch nachhaltiger zu gestalten.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Einführung Handtücher in den Sanitärräumen
- Umstellung von Plastik auf Glas bei den Wasserflaschen
- Einführung Hafermilch
- Einführung faire Seife (Share)
- Einführung des Jobtickets
- Jobrad
- Fair-trade Kaffee

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen der Zertifizierung für die WIN-Charta haben wir im November 2022 das erste Mal unsere Umfrage zur unternehmerischen Nachhaltigkeit durchgeführt. Diese führen wir seither einmal im Jahr durch. Mit den Umfragewerten wollen wir erfassen, wie unsere Kolleginnen und Kollegen den aktuellen Status der Nachhaltigkeit in der Agentur einschätzen und welche Möglichkeiten zur Verbesserung sie sehen.

Das Jobrad gehört jetzt zu unseren Corporate Benefits. Für über die Hälfte der Kolleginnen und Kollegen ist das Rad jedoch, aufgrund der Entfernung zum Arbeitsplatz, keine Anreiseoption. Seit dem vergangenen Jahr haben sie allerdings auch die Möglichkeit, das Jobticket über uns zu erwerben. Dabei handelt es sich um einen Zuschuss zum Deutschlandticket, welches von vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzt wird.

Auch was unsere Verpflegung im Büro angeht, sind wir nachhaltiger geworden. Wir nutzen nach wie vor Fair-trade Kaffee, dazu gekommen sind Hafermilch und faire Seife für die Sanitären Räume sowie die

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Umstellung auf Stoffhandtücher, die wir regelmäßig waschen. Getränke aus Plastikflaschen bestellen wir nun in Glasflaschen.

### AUSBLICK

Sowohl die Nachhaltigkeitsliste als auch die Umfrage zur Nachhaltigkeit wollen wir weiterhin fest etablieren und damit eine repräsentative Basis für unser nachhaltiges Tun schaffen.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

#### LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

##### Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir sichern und fördern Chancengleichheit bei unseren Neueinstellungen und Fortbildungsbudgets.
- Wir verhindern Diskriminierung und Ausbeutung bei unseren Neueinstellungen, durch unsere flachen Hierarchien bei berechenbarer Führung, durch die Möglichkeit der direkten Rückmeldung zur Führungsebene.

##### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir konnten in den letzten 12 Monaten drei Kolleginnen und einen Kollegen neu dazugewinnen und hierbei alle Maßnahmen und Grundsätze befolgen.
- Für 2025 arbeiten wir für alle Mitarbeiter:innen einen Fortbildungsplan aus und achten dabei auf gleiche Fortbildungsbudgets.

##### Ausblick:

- Auch für unsere zukünftigen Onboardings und die Zusammenarbeit mit unseren Kolleg:innen möchten wir weiterhin Wert auf flache Hierarchien, eine zugängliche Führung und das Arbeiten auf Augenhöhe legen.

#### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

##### Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Anspruchsgruppen teilen sich auf in Kunden, Dienstleister und Angehörige sowie Mitarbeiter:innen. Flache Hierarchien und unsere agile Team-Struktur sorgen dafür, dass Entscheidungen unter Berücksichtigung aller Interessen getroffen werden.

##### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere festen Teams für einzelne Kunden und unsere Kompetenzzwaben für spezielle Kompetenzen konnten wir im letzten Jahr weiter festigen. Sobald es zu personellen Änderungen kommt, stellen wir Teams neu auf, so wie aktuell. Die neuen Kundenteams sind gerade dabei, sich einzuarbeiten und ihre Vorgehensweisen zu evaluieren.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## **Ausblick:**

- Durch regelmäßige Teamtage wollen wir die Zusammenarbeit weiter stärken. Gerade in Zeiten von personellen Veränderungen ist der regelmäßige Austausch im gesamten Team besonders wichtig.

## **Umweltbelange**

### **LEITSATZ 04 – RESSOURCEN**

#### **Maßnahmen und Aktivitäten:**

- Ressourcen: Wir kaufen nur umweltschonendes Büromaterial, achten auf recyceltes Druckerpapier und nachhaltige Druckereiprodukte (mit Klimalabel).
- Durch eine für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter öffentliche und einheitliche Ordnerstruktur auf unseren Servern ermöglichen und erleichtern wir allen den Zugang zu allen Dokumenten und Projekten und vermeiden damit unnötige Ausdrücke.

#### **Ergebnisse und Entwicklungen:**

- Wir haben nahezu alle unsere Einkäufe auf klimaneutrale Alternativen umgestellt. Wir nutzen Post-its aus Recyclingpapier, haben umweltfreundliche Notizblöcke und achten darauf, auch Kaffee und Kekse in großen Verpackungen und mit dem Siegel Fairtrade zu kaufen.
- Nicht mehr funktionstüchtige Hardware entsorgen wir fachgerecht, um Wertstoffe adäquat zu recyceln.
- Außerdem haben wir im vergangenen Jahr Dienstreisen reduziert und mehr Kilometer mit der Bahn, dem Rad, oder mit einem Elektrofahrzeug zurückgelegt.
- In unserer Küche gibt es zudem auf Wunsch unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kuhmilchalternativen.

### **LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN**

#### **Maßnahmen und Aktivitäten:**

- Unsere Bürogebäude werden mit Ökostrom versorgt, unsere Server sind klimaneutral gestellt.

### **LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG**

#### **Maßnahmen und Aktivitäten:**

- Unsere Produkte sind Kommunikationsdienstleistungen. Dabei handelt es sich um Strategien und Inhalte in Text- und Bildform mit einem besonderen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsthemen.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

#### Maßnahmen und Aktivitäten:

Unsere Aufgabe ist es, das Engagement unserer Kunden für die Energiewende und Klimaschutz sowie nachhaltige Innovationen bei der Energieversorgung, Mobilität und anderen Themen der Daseinsvorsorge bekannt zu machen. Dabei gilt es, unsere Kunden mit ihren gesellschaftlich und wirtschaftlich für Deutschland relevanten Themen zu positionieren. Vor diesem Hintergrund soll auch ein Großteil der Menschen dazu motiviert werden, selbst nachhaltiger zu handeln und sorgsam mit Energie und Wasser umzugehen. Das ist der Kern unseres Geschäfts und fest in unseren Prozessen verankert. Unsere Kunden sind Vorreiter bei der Energie- und Mobilitätswende. Firmen wie die Stadtwerke Werl, Technische Werke Schussental GmbH & Co. KG (TWS), die Stadtwerke Stuttgart und der Entsorgungs- und Wirtschaftsbetrieb Landau vertrauen uns.

#### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Stadtwerke Werl haben sich im Geschäftsjahr 2024 das Thema Solarenergie auf die Fahne geschrieben. Wir haben sie dabei unterstützt, ihre Dienstleistung, das SolarDach Werl, in der Presse und in Social Media zu positionieren und ihre Zielgruppe vom Ökostrom zu überzeugen.
- Im Jahr 2040 wird ein Großteil des Gasnetzes in Baden-Württemberg nicht mehr benötigt. Fernwärme ist aktuell die wichtigste Maßnahme der kommunalen Wärmeplanung. Deshalb planen die Technischen Werke Schussental den großflächigen Ausbau ihres Fernwärmenetzes. Das Unternehmen betreibt bereits mehrere kleine Fernwärmenetze, so zum Beispiel in der Ravensburger Weststadt und in Wilhelmsdorf sowie über 100 Wärmeanlagen und -netze in der Region. Die Heizkraftwerke erreichen einen hohen Wirkungsgrad durch KWK. Von Anfang an sind 85% der Energieträger erneuerbar. Mit unserem Kommunikationskonzept „Wärme der Zukunft“, unterstützen wir die TWS, die Wärmewende in Oberschwaben voranzutreiben und Akzeptanz für das Projekt bei der Bevölkerung zu erzeugen.
- Die Stadtwerke Stuttgart unterstützen wir kontinuierlich bei der kommunikativen Begleitung von Windprojekten, ihrem Klimafahrplan und weiteren Energiewendeprojekten.
- Der Entsorgungs- und Wirtschaftsbetrieb Landau zählt zu den innovativen Entsorgern in Form einer Anstalt öffentlichen Rechts. Er ist wegweisend für die Branche in seinem Nachhaltigkeitsengagement und seiner Öffentlichkeitsarbeit. Wir sind dankbar dafür und stolz darauf, diese seit vielen Jahren für das Unternehmen konzipieren und umsetzen zu dürfen.

#### Ausblick:

- Auch weiterhin möchten wir unseren Kunden durch unsere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit ihren relevanten Themen zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen und bei den Menschen Akzeptanz für Energieprojekte zu schaffen. Auch das Ziel, mehr Menschen dafür zu gewinnen, nachhaltiger zu leben, verfolgen wir auch in Zukunft weiter.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

#### Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unternehmensgewinne reinvestieren wir ins Unternehmen. Oberstes Ziel ist immer die nachhaltige und gesunde Profitabilität der Agentur.
- Wir investieren in nachhaltige und langlebige Produkte.

#### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir investieren Unternehmensgewinne direkt wieder in unsere Kolleginnen und Kollegen. Neben ergonomischen Arbeitsmöbeln finanzieren wir so auch Schulungen, Fortbildungen und Seminare sowie neue Mitarbeiter:innen.
- Wir bezahlen unseren Mitarbeiter:innen auch die Tickets für wichtige Messen wie die Intersolar oder das Forum Neue Energiewelt. So bleiben wir auf dem neuesten Stand, was nachhaltige und technische Innovationen angeht.
- Bei verschiedenen Messebesuchen nutzen wir die Zeit auch für den Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden vor Ort. So bleiben wir immer nah dran und pflegen die Geschäftsbeziehungen zu unseren Ansprechpartner:innen.

#### Ausblick:

- Auch in den kommenden Jahren haben Messe- und Veranstaltungsbesuche einen wichtigen Fokus im Unternehmen. Wir wollen gerade den jüngeren Kolleg:innen die Möglichkeit geben, ihre Ansprechpartner:innen persönlich kennenzulernen und eigene Kontakte zu knüpfen. So wollen wir auch künftig unser Netzwerk ausweiten.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

#### Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Kunden gewinnen wir in erster Linie über Weiterempfehlung von Kunden und durch Ausschreibungen, bei denen wir im Wettbewerb mit anderen Anbietern stehen. Persönliche Vorteilmahme oder Bestechung findet nicht statt.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

#### Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir schaffen Arbeitsplätze in der Region und fördern die Nachhaltigkeit, indem wir die Innovationen unserer Kunden bekannt machen.
- Wir beauftragen vorrangig lokale sowie nachhaltig agierende Dienstleister.



## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

#### **Sielmanns Biotopverbund Bodensee**

Im Biotopverbund Bodensee ist 2003 das Projekt „Jeder Gemeinde ein Biotop“ gestartet, das seither über 100 Biotope realisiert hat. Mittlerweile läuft das Projekt in fast jedem Bundesland sehr erfolgreich, in Bayern etwa finanziert mit 3 Mio. €.

Unseren Ansprechpartner Prof. Dr. Peter Berthold kennen wir persönlich, er hat den Biotopverbund Bodensee mit der Heinz Sielmann Stiftung ins Leben gerufen und sagt zum Projekt:

*„Dieses Projekt ist das Einzige seiner Art und für unsere Vogelwelt und darüber hinaus für die Stabilisierung der gesamten Biodiversität mit Abstand das Beste, was derzeit in Deutschland getan wird.“*

*Von unseren Maßnahmen wie dem „Heinz-Sielmann-Weiher“ mit angrenzendem Biotopmosaik profitieren jährlich bis zu 25.000 Vogelindividuen von über 70 verschiedenen Arten.*

*Würde das Fernziel „Jeder Gemeinde ein Biotop“ erreicht, würde in den über 10.000 „Oasen aus Menschenhand“ mehr als die Hälfte der bei uns verbliebenen rund 120 Mio. Vogelindividuen profitieren.*

*Wenn der Biotopverbund richtig in Gang kommt, könnte er einen wichtigen Beitrag für den Erhalt der Biodiversität in unserem Land leisten und verhindern, dass wir wirklich eines Tages einen „stummen Frühling“ erleben werden.“*

Mehr Informationen unter:

<https://www.mpg.de/biotopverbund-deutschland>

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG SOWIE ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

#### **Geldspende von 500 Euro an Sielmanns Biotopverbund Bodensee**

Mit unserer Geldspende fördern wir die Biodiversität im Land Baden-Württemberg ebenso wie die Sensibilisierung der Menschen, die hier leben. Die Stiftung Sielmanns Biotopverbund Bodensee bietet Führungen an und klärt durch ihre Öffentlichkeitsarbeit über das Thema Biodiversität und Naturschutz auf.

Die Veranstaltungen, die Öffentlichkeitsarbeit ebenso wie die Kultivierung von Biotopen und von Biodiversität zahlen direkt auf das WIN-Schwerpunktthema nachhaltige Entwicklung ein.

# UNSER WIN!-PROJEKT

## AUSBLICK

In unserem dritten Jahr mit der WIN-Charta planen wir nicht nur eine Geldspende, sondern auch tatkräftig anzupacken. Wir planen, gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen Vorschläge zu sammeln, welches Projekt wir unterstützen möchten. So können wir uns gemeinsam als Team für ein lokales Projekt entscheiden, das uns auch privat am Herzen liegt. Die weitere Unterstützung des Biotopverbunds ist weiterhin eine Option.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin**

Nina Beck

Telefon: +49 71 29 93 826-12

E-Mail: [beck@pressewerk.com](mailto:beck@pressewerk.com)

### **Impressum**

Herausgegeben am 01.10.2024 von

turnit Pressewerk GmbH

Kohlstetter Straße 9

72829 Engstingen

Telefon: +49 7129 93826-0

E-Mail: [info@pressewerk.de](mailto:info@pressewerk.de)

Internet: [www.pressewerk.com](http://www.pressewerk.com)



turnit Pressewerk