



KLIMAWIN-BERICHT

2024 / 2025

SOLAR CONSULTING GMBH

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die KLIMAWIN.....	2
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	4
Leitsatz 01 – Klimaschutz.....	4
Leitsatz 7: Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	5
<i>„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“</i>	<i>5</i>
Leitsatz 9: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	8
<i>„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“</i>	<i>8</i>
Leitsatz 12: Anreize zur Transformation	9
<i>„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.“</i>	<i>9</i>
5. Weitere Aktivitäten	10
Klima und Umwelt	10
Soziale Verantwortung.....	11
Ökonomischer Erfolg und Governance	12
6. Unser KLIMAWIN-Projekt	15
7. Kontaktinformationen	16
Ansprechperson.....	16
Impressum	16

1. Über uns

Unternehmensdarstellung

Die Solar Consulting GmbH mit Sitz in Freiburg und Büros in Stuttgart und Engstingen ist eine der führenden Kommunikationsagenturen für Energie-, Forschungs- und Technikthemen in Deutschland. Solar Consulting wurde 1998 gegründet und firmiert seit 2010 als GmbH.

Wir beraten und unterstützen gut zwei Dutzend Forschungsinstitute, Cluster und Netzwerke sowie Unternehmen und halbstaatliche Stellen bei ihrer Positionierung in der Öffentlichkeit. Dabei gehen wir strategisch vor: mit klaren und messbaren Zielen der Kommunikation, kreativer Umsetzung und detaillierter Evaluation.

Das Team verfügt über langjähriges Kommunikations-Know-how, ausgezeichnete Kontakte zu Redaktionen und Akteuren der Energiebranche sowie fundiertes technisches Verständnis. Ob Photovoltaik, Windkraft oder kommunale Wärmeplanung: Wir bringen komplexe Themen sprachlich auf den Punkt und Botschaften in die Öffentlichkeit und zu den relevanten Zielgruppen – offline und online.

Solar Consulting besteht derzeit aus zehn festangestellten Mitarbeiter:innen. Gemeinsam betreuen wir rund 20 Kunden mit Rahmenvertrag und festem Budget und unterstützen gut zehn weitere Unternehmen punktuell.

Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die KLIMAWIN

Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der 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.

Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und 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 zu weiteren Mitgliedern finden Sie auf:

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin>

CHECKLISTE

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die KLIMAWIN wurde unterzeichnet am: 17.05.2022

Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

	Adressierter Leitsatz	Schwer- punktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 – Klimaschutz	☒	☒	☐
Leitsatz 2 – Klimaanpassung	☐	☐	☐
Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	☐	☐	☐
Leitsatz 4 – Biodiversität	☐	☐	☐
Leitsatz 5 – Produktverantwortung	☐	☐	☐
Leitsatz 6 – Menschenrechte und Lieferkette	☐	☐	☐
Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	☒	☒	☒
Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen	☐	☐	☐
Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	☒	☐	☒
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	☐	☐	☐
Leitsatz 11 – Transparenz	☐	☐	☐
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	☒	☐	☒

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt: Spende an die Esther-Weber-Schule in Emmendingen / EM-Wasser

Schwerpunktbereich:

☐ Ökologische Nachhaltigkeit ☒ Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung:

☒ Finanziell ☐ Materiell ☐ Personell

4. Unsere Schwerpunktt Themen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 1 - **Klimaschutz**: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 7: **Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden**: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“
- Leitsatz 9: **Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**: „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“
- 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.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Auf diese Leitsätze legen wir einen besonderen Schwerpunkt, da sich Leitsatz 7, 9 und 12 gut in unseren Berufsalltag integrieren lassen und wir so stetig an der Nachhaltigkeit unserer Agentur arbeiten können. Im ersten Jahr als Unterzeichner der KlimaWIN hatten wir uns mittels Mitarbeiterumfragen einen ersten Überblick verschafft: Wo sehen unsere Kolleginnen und Kollegen Optimierungspotenziale innerhalb der Agentur und welche Ideen haben die Einzelnen für unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen? Daraus haben wir interne Stellschrauben herausgearbeitet, an denen wir in den vergangenen drei Jahren intensiv gearbeitet haben.

Vor allem im Fokus: die Zufriedenheit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Arbeitsplatz und unser nachhaltiges Denken und Handeln im Unternehmen.

Seit der ersten Mitarbeiterumfrage hat sich Einiges geändert und weiterentwickelt. Im Februar dieses Jahres haben wir die Umfrage dann zum dritten Mal durchgeführt. Die Ergebnisse der Umfrage haben verdeutlicht: Wir haben viele Maßnahmen erfolgreich in die Realität umgesetzt und in unseren Alltag integriert. Am Ende unseres Prozesses sind wir jedoch noch nicht angekommen.

Leitsatz 01 – Klimaschutz

Zielsetzung

Das Klimaneutralitätsziel Deutschlands betrifft uns alle! Davon sind wir als Agentur felsenfest überzeugt. Seit Jahren sind wir bemüht, unsere CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten und die Agentur noch nachhaltiger zu gestalten.

Der Klimaschutzgedanke ist fest in unserem Team verankert. Wir setzen auf nachhaltige Mobilität und eine weitestgehend nachhaltige Büroausstattung. Nachhaltigkeit ist dabei Teil der DNA unserer Agentur.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Gemeinsam arbeiten wir Tag für Tag daran, dass Deutschland der Klimaneutralität einen kleinen Schritt näherkommt.

In den kommenden Jahren wollen wir nun noch einmal unsere Agentur in den Fokus rücken und genau hinsehen. Wo können wir noch CO₂-Emissionen einsparen und welche Maßnahmen sind für jedes einzelne Teammitglied realisierbar? Mit diesen und weiteren Fragen befassen wir uns im Team gerade intensiv. Wir haben erste Maßnahmen festgesteckt.

Ergriffene Maßnahmen

- Vermeidung von Einwegprodukten
- Verpflegung mit Fairtrade Kaffee und Bio-Milch
- Anfahrwege mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad zurücklegen
- Homeoffice-Möglichkeit

Ergebnisse und Entwicklungen

Beim gemeinsamen Brainstormen im Team, welche Nachhaltigkeitsziele wir in den kommenden Jahren bei Solar Consulting erreichen wollen, ist uns eines besonders aufgefallen: Jedes Teammitglied gibt schon heute das Beste, um die eigenen CO₂-Emissionen möglichst gering zu halten. Wir haben uns deshalb dazu entschieden, die kleinen, alltäglichen Veränderungen präsenter in unseren Berufsalltag zu integrieren.

Treibhausgasbilanz

Wir berichten im Jahr erstmals im Sinne der KlimaWIN von unseren Nachhaltigkeitsergebnissen der Agentur. In diesem Bericht werden wir daher nicht weiter auf die Treibhausgasbilanz eingehen. Spätestens mit einem nächsten Bericht nehmen wir die THG-Emissionen in die Berichterstattung auf.

Leitsatz 7: Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Zielsetzung

Obwohl wir ein eher kleines Team sind und daher gut auf jede:n einzelne:n Mitarbeiter:in eingehen können, ist es uns ein Anliegen, das Mitarbeiterwohlbefinden klar zu fördern und immer als Priorität herauszustellen. Denn der Erfolg unserer Agentur wird vor allem durch eines beeinflusst: die Motivation, Einstellung und Leistung jedes Mitarbeitenden.

Wir führen regelmäßig Mitarbeitergespräche und geben genügend Raum, Wünsche und Problemstellen anzusprechen. Der offene Austausch ist uns besonders wichtig, denn wir wollen Herausforderungen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

dann angehen, wenn sie entstehen. Das heißt, wir appellieren an jede:n Einzelne:n, immer frühzeitig das Gespräch mit der Geschäftsführung, der Teamleitung oder dem Kundenmanager zu suchen. Denn nur so können wir uns als Team gegenseitig den Rücken stärken und gemeinsam weiterentwickeln.

In den letzten Monaten haben wir außerdem unsere internen Prozesse weiter optimiert. So schaffen wir noch mehr Raum für den informellen Austausch, stellen gleichzeitig aber auch sicher, dass wir mit unserer Schwesteragentur trurnit Pressewerk im engen Austausch bleiben.

Ergriffene Maßnahmen

- *Eingespielte Kundenteams*: Wir haben unsere Kundenbetreuung so gefestigt, dass je zwei bis drei Kolleg:innen pro Kundenteam arbeiten. So gewährleisten wir, dass unsere Kunden trotz Urlaubs- und Krankheitsausfällen bestmöglich betreut sind. Dank der eingespielten Kundenteams vermeiden wir außerdem erhebliche Mehraufwände für einzelne Kolleg:innen.
- *Geballte Kompetenz* für unsere Kunden: Seit einigen Jahren arbeiten wir verstärkt in Kompetenzteams zusammen. Wir stellen damit sicher, dass wir in der PR-Welt immer auf dem neuesten Stand sind und neue Trends auch in unserer Arbeit ihren Platz finden. Bei der Bildung der Kompetenzteams stehen vor allem persönliche Interessen und Arbeitsschwerpunkte im Fokus. Die Wahl der Kompetenzwaben ist für alle Kolleginnen und Kollegen frei. Kurze Deep Dives fördern den Austausch im gesamten Team und sind wichtiger Bestandteil unserer regelmäßigen Weiterbildung.
- *Interne Strukturen* aufschlüsseln: Unsere Teamstrukturen sind so aufgebaut, dass allen Kolleginnen und Kollegen genügend Raum für formellen und informellen Austausch bleibt. Direkt beim Team vor Ort ist die Teamleiterin angesiedelt. Sie ist die Hauptansprechpartnerin und treibt wichtige Themen zum Mitarbeiterwohlbefinden gemeinsam mit der Geschäftsführung voran.
- Noch mehr *Wohlfühlfaktor* im Büro: Im April dieses Jahres haben wir unsere Büroräume umgestaltet. Alle Kolleginnen und Kollegen verfügen jetzt über einen ergonomischen Schreibtischstuhl und einen hochfahrbaren Schreibtisch. Damit sind wir den Wünschen einiger Kolleginnen und Kollegen gefolgt. Künftig haben alle die Möglichkeit, ihre Arbeit auch im Stehen auszuführen.

Ergebnisse und Entwicklungen

Im Winter 2022 haben wir zum ersten Mal die Umfrage zum Mitarbeiterwohlbefinden durchgeführt. Die Nullmessung vor knapp drei Jahren hat uns als Basis gedient, anhand derer wir diverse Veränderungen herbeigeführt haben. Die Umfrage wiederholen wir jährlich, um Bedarfe frühzeitig zu erkennen und anzugehen.

Im Februar 2025 führten wir die Mitarbeiterbefragung zum dritten Mal durch – erstmalig in neuem digitalem Format. Bei der diesjährigen Umfrage standen vor allem die Freifeldfragen im Fokus. Also die Fragen, bei denen die Mitarbeitenden die Möglichkeit haben, ihre Gedanken zu verschriftlichen und Wünsche zu äußern – ganz anonym.

Um die Mitarbeiterumfrage weiterhin anonym durchführen zu können, haben wir uns dazu entschieden, die Umfrage neu aufzubereiten und digital durchzuführen. Wir haben uns damit bewusst dafür

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

entschieden, den Vergleichbarkeitsaspekt der Umfrage hintenanzustellen und die Umfrage an die neuen Bedürfnisse anzupassen.

Einige der Fragen aus den vorangegangenen Umfragen haben wir übernommen – diese Zahlen wollen wir hier miteinander vergleichen und vollzogene Veränderungen damit sichtbar machen. Wir wollen außerdem ein paar Ergebnisse der offenen Fragen einführen und erläutern, welche Schlüsse wir daraus ziehen.

Indikatoren

Wir haben die Umfrage in diesem Jahr noch einmal erheblich angepasst und den Fragenkatalog optimiert. Daher ist ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen in dem Fall nicht zielführend. Wir gehen im Folgenden von einer Nullmessung aus.

Indikator 1: Bewertungsdurchschnitt der Umfrage

- Aktuelles Ergebnis, dritte Umfrage: **4,81 / 6 Punkte** (zur Transparenz: Ergebnis erste Umfrage: 4,52 / 6 Punkte; Ergebnis zweite Umfrage: 4,68 / 6 Punkte)
- Wir wollen die Umfrage auch in den kommenden Jahren regelmäßig durchführen. Damit erhalten wir ein regelmäßiges Stimmungsbild aus dem Team und können individuell nachjustieren.

Indikator 2: Verbesserungen durch Quick-Wins

- In den vergangenen drei Jahren konnten wir viele Veränderungen herbeiführen, die zum Wohlbefinden des gesamten Teams beigetragen haben.
- Trotz der guten Umfragewerte gibt es Punkte, an denen wir weiterhin arbeiten können und müssen. Zwei wichtige Aspekte sind die Verpflegung und der Arbeitsplatz.
 - Die Verpflegung je Standort fällt unterschiedlich aus. Für die Kolleginnen und Kollegen bleiben hier weiterhin Fragen offen. Woher kommt die Diskrepanz? Ist eine einheitliche Lösung nicht besser?
 - Auch der Arbeitsplatz ist für einige Kolleginnen und Kollegen noch nicht optimal. Besonders die Lautstärke im Büro stellt viele vor Herausforderungen. Konzentriertes Arbeiten fällt bei mehreren Besprechungen im gleichen Raum sehr schwer. Hier arbeiten wir bereits an Lösungen. Wir testen aktuell die Tauglichkeit von Noisecancelling-Kopfhörern. Sie sollen die Geräuschkulisse reduzieren. Außerdem im Gespräch sind Rückzugsorte innerhalb des Büros. Die Umsetzbarkeit ist gerade in Abstimmung.

Ausblick

Wir werden die Mitarbeiterbefragung weiterhin in regelmäßigen Abständen durchführen und uns mithilfe der Ergebnisse immer weiterentwickeln.

Leitsatz 9: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Zielsetzung

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 ist für uns eine glaubhafte und berechenbare Führung und Strukturen, die die Motivation aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern. Unsere Ziele sind:

- Die Unternehmensziele gemeinsam erreichen.
- Kompetenzen im Team weiter ausbauen und noch mehr vom Know-how der Kolleginnen und Kollegen profitieren.
- Mitarbeiter:innenzahl erhalten

Ergriffene Maßnahmen

- Wir beleuchten alle internen Prozesse. Von Regeltermin bis Serverstruktur – für die effiziente Zusammenarbeit über drei Standorte hinweg braucht es klare Strukturen und hinreichende Abstimmungsmöglichkeiten. Es gilt jedoch, den Fokus nicht zu verlieren.
- Regelmäßige *Mitarbeitergespräche*: Alle Mitarbeiter:innen führen in regelmäßigen Abständen – in der Regel einmal pro Quartal – ein Gespräch mit der Teamleitung und dem Kundenmanager über persönliche Weiterentwicklung und Bedürfnisse.
- Im Februar 2024 ist unser *Leiter Kundenmanagement* ins Team eingestiegen und bildet damit das vierte Glied in der Unternehmensführung. Er hat sich in seiner Zeit im Team als wichtiger Ansprechpartner bei strategischen Herausforderungen etabliert. Er stärkt die Kolleginnen und Kollegen in ihrem Tun und gibt darüber hinaus hilfreiche Tipps und Tricks an die Hand.
- Wir beziehen die OKR (Objectives and Key Results) aktiv in unseren Arbeitsalltag ein. All unsere Kompetenzteams haben eigens gesteckte Ziele, die auf den Unternehmenserfolg der Agentur einzahlen. In regelmäßigen Update-Terminen blicken wir in Kleinteam auf die gesteckten Ziele und justieren nach, wenn Prozesse und Wege angepasst werden müssen.

Ergebnisse und Entwicklungen

Wir haben unseren OKR-Prozess innerhalb des Teams gefestigt. Alle Kolleginnen und Kollegen kennen die fünf gesteckten Unternehmensziele und arbeiten aktiv an der Umsetzung mit. In kleinen Teams – den sogenannten Kompetenzwaben – erarbeiten wir laufend wichtige Inhalte, die für den Erfolg von Solar Consulting und unserer Schwesteragentur turnit Pressewerk von Bedeutung sind. Mit internen Schulungen geben die Kompetenzwaben ihr Wissen an alle Teammitglieder weiter.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ausblick

Unser Team ist in den letzten Jahren stark zusammengewachsen. Trotz drei verschiedener Standorte in ganz Baden-Württemberg sind die beiden Schwesteragenturen Solar Consulting und trurnit Pressewerk intern zu einer großen Agentur verschmolzen. Den Teamspirit wollen wir nutzen. Wir wollen noch enger zusammenwachsen und in den nächsten Jahren gemeinsam die Unternehmensziele erreichen.

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.“

Zielsetzung

Wir leben Umwelt- und Ressourcenschutz! Nicht nur unsere Kunden leisten mit ihrem Unternehmen ihren Beitrag, auch wir als Mitarbeiter:innen tragen aus Überzeugung zum Umweltschutz bei. Die Sensibilisierung wollen wir weiterhin nutzen und unsere Bemühungen ausweiten.

Ergriffene Maßnahmen

- Standards für nachhaltige Büroeinkäufe
- Regionale und saisonale Teammittagessen
- Nutzung des JobRads
- Nutzung des Jobtickets

Ergebnisse und Entwicklungen

Wir achten in unserem Büroalltag darauf, möglichst nachhaltige Lebensmittel zu verzehren – Biomilch, FairTrade-Kaffee und fair hergestellte Schokolade gehören mittlerweile zu unserem Standard.

Im vergangenen Jahr haben wir unser monatliches Teammittagessen eingeführt. Dabei steht die Gemeinschaft und der informelle Austausch im Vordergrund. Jedes Teammitglied bringt passend zu einem im Vorfeld bestimmten Motto eine Speise mit. Daraus entstehen dann die buntesten Menüs. Bei der Speisenauswahl versuchen wir stets auf den regionalen und saisonalen Anbau der Produkte zu achten.

Unsere Büroausstattung wollen wir noch immer weiterentwickeln. In den vergangenen Monaten haben wir uns jeden Winkel unseres Büros vorgenommen – einigen alten Ballast haben wir entsorgt, anderes verschenkt und gespendet.

5. Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir investieren in nachhaltige Büromaterialien und schonen so bestehende Ressourcen.
- Wir haben unsere Büroräume im Solar Info Center in Freiburg. Der Komplex besticht durch sein energieoptimiertes Gebäudekonzept. Durch die Anordnung der Fenster mit automatisierten Jalousien beispielsweise können wir das Tageslicht optimal nutzen, gleichzeitig wird eine Überhitzung vermieden.

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ressourcen: Recyceltes Druckerpapier gehört für uns einfach dazu. Auch bei weiterem Bürobedarf wollen wir künftig im Vier-Augen-Prinzip darauf achten, dass wir nur Produkte mit Klimalabel einkaufen. Außerdem wollen wir die Mengen besser im Blick behalten und nur die Anzahl einzelner Produkte anschaffen, die wir wirklich verbrauchen und brauchen können.
- In den letzten Monaten haben wir intensiv an unserer Organisationsstruktur gearbeitet. Wir haben unsere Serverstruktur angepasst und vor allem unsere interne Abstimmung auf Microsoft Teams verlegt. Das vereinfacht die Zusammenarbeit erheblich und sorgt auch dafür, dass wir weniger Dokumente ausdrucken.
- Unsere technischen Geräte sind treue Begleiter unseres Arbeitsalltags. Texten, abstimmen, mailen – alles läuft bei uns über Laptop und Co. Wir beziehen unsere Geräte gebraucht aus der turnit Gruppe oder verwenden sie intern weiter.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Serverstruktur vereinfacht nicht nur die Suche nach Dokumenten, sie erleichtert auch den Arbeitsalltag. Wir haben eine gemeinsame Dokumentationsebene mit unserer

WEITERE AKTIVITÄTEN

Schwesteragentur trurnit Pressewerk geschaffen. Kunden-Ordner sind weiterhin separiert; alles rund um Organisation und Planung liegt nun an einem gemeinsamen Ort ab.

Ausblick:

- Wir arbeiten stetig weiter an unserem Ablagesystem und prüfen sehr genau, an welchen Stellschrauben wir weiteres Optimierungspotenzial haben.

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir achten darauf, möglichst wenige Dokumente auszudrucken und dadurch Papier einzusparen. Ansonsten nutzen wir Recyclingpapier.
- Bei gemeinsamen Teamevents haben wir an der Dreisam Neophyten gerupft. Die nicht-heimischen Pflanzenarten verbreiten sich sehr schnell und schaden so unserer Biodiversität.

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.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Produkte sind Inhalte und Strategien zur Kommunikation von Nachhaltigkeit, daher entfällt hier der Wertschöpfungsprozess.

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.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

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

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 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 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Wabenstruktur und feste Teams für einzelne Kunden konnten wir 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.

Ausblick:

- Durch regelmäßige Teamtage wollen wir den Zusammenhalt weiter festigen.

Ökonomischer Erfolg und Governance

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

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 Dienstleister.

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Kundenbeziehungen entstehen aufgrund transparenter Ausschreibungen oder klarer Angebote im Vergleich zu Wettbewerbern. Persönliche Vorteilnahme oder Bestechung findet nicht statt.
- 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 Mitarbeiter:innen. Neben ergonomischen Arbeitsmöbeln finanzieren wir so auch Schulungen, Fortbildungen und Seminare sowie neue Mitarbeiter:innen.
- Wir bezahlen unseren Mitarbeiter:innen auch die Tickets sowie Anreise und Verpflegung für wichtige Messen wie die Intersolar oder das Forum Solar Plus. 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 intensive 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,

WEITERE AKTIVITÄTEN

ihre Ansprechpartner:innen persönlich kennenzulernen und eigene Kontakte zu knüpfen. So wollen wir auch künftig unser Netzwerk ausweiten.

6. Unser KLIMAWIN-Projekt

Mit unserem KLIMAWIN-Projekt leisten wir einen besonderen Beitrag für unsere Region: Wir investieren in unsere Zukunft und diejenigen, die sich später einmal um unsere nachhaltige Welt kümmern.

Das Projekt

Unser diesjähriges Projekt liegt uns ganz besonders am Herzen. In Emmendingen, der nächstgelegenen Kreisstadt von Freiburg, hat die Esther-Weber-Schule ihren Platz gefunden. Die Schule ist Bildungsstätte für körperlich und psychisch beeinträchtigte Kinder und Jugendliche. Schülerinnen und Schüler können dort einen normalen Schulalltag (er)leben und werden vor Ort speziell gefördert.

Die Kinder sind unsere Zukunft – sie führen weiter, was wir beginnen. Uns ist es deshalb ein besonderes Anliegen, denen Kindern unsere Unterstützung zuzusichern, die aufgrund ihrer körperlichen Beeinträchtigung leider oft benachteiligt werden.

Der Förderverein der Esther-Weber-Schule steckt all seine Kraft und Ideen in die Umsetzung verschiedener Projekte. Unter anderem verfügt die Schule dank des Engagements über Kleinbusse, die behindertengerecht ausgestattet sind. Ausflüge, Fahrten ins Landschulheim und andere Aktivitäten sind so problemlos umsetzbar.

Art und Umfang der Unterstützung

Wir haben uns in diesem Jahr für eine finanzielle Spende entschieden. Für uns war wichtig: Wir wollen etwas bewegen. Die Esther-Weber-Schule in Emmendingen leistet großartige Arbeit. Unser Zutun hat dazu geführt, dass ein Projekt besonders schnell umgesetzt werden konnte: Unsere Spende wurde für die Anschaffung einer neuen Musikanlage für die Sport- und Schwimmhalle eingesetzt.

Musik ist für die Kinder und Jugendlichen ein wichtiger Teil der Entwicklung. Die Klänge und Melodien lösen Verspannungen und fördern die Kreativität. Darüber hinaus regt Musik die Aktivierung des Körpers an.

Umfang der Förderung: 500,00 Euro

Ausblick

Auch zukünftig wollen wir den Förderverein und die Esther-Weber-Schule unterstützen und den Schulalltag der Schülerinnen und Schüler so möglichst leicht gestalten.

7. Kontaktinformationen

Ansprechperson

Sabrina Otteny

Projektmanagerin KlimaWIN

Telefon: +49 761 380 968 – 21

E-Mail: otteny@solar-consulting.de

Impressum

Herausgegeben am 23.05.2025 von

Solar Consulting GmbH

79110 Freiburg im Breisgau

Emmy-Noether-Straße 2

Telefon: +49 761 380968 – 0

E-Mail: info@solar-consulting.de

Internet: www.solar-consulting.de



Solar Consulting