



**Nachhaltig handeln**  
in Unternehmen  
Klimawin BW

## **KLIMAWIN-Bericht** **YAEZ GmbH, 2024**

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit Baden-Württemberg

# Inhaltsverzeichnis

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Über uns                                                    | 3  |
| Unternehmensdarstellung                                     | 3  |
| Wesentlichkeitsgrundsatz                                    | 3  |
| Nachhaltigkeitsziele                                        | 3  |
| Die KLIMAWIN                                                | 4  |
| Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region | 4  |
| Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN                               | 4  |
| Checkliste: Unser Klimaschutz- & Nachhaltigkeitsengagement  | 6  |
| Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement       | 6  |
| Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort          | 6  |
| Unsere Schwerpunktthemen                                    | 7  |
| Wesentlichkeitsanalyse                                      | 7  |
| Überblick über die gewählten Schwerpunkte                   | 8  |
| 01 - Klimaschutz                                            | 9  |
| 07 - Mitarbeitendenrechte und - wohlbefinden                | 10 |
| 12 - Anreize zur Transformation                             | 11 |
| Weitere Aktivitäten                                         | 13 |
| Klima und Umwelt                                            | 13 |
| Leitsatz 02 – Klimaanpassung                                | 13 |
| Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft            | 13 |
| Leitsatz 04 – Biodiversität                                 | 13 |
| Leitsatz 05 – Produktverantwortung                          | 13 |
| Soziale Verantwortung                                       | 14 |
| Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette                | 14 |
| Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen                              | 14 |
| Ökonomischer Erfolg und Governance                          | 14 |
| Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze          | 14 |
| Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert                           | 14 |
| Leitsatz 11 – Transparenz                                   | 15 |
| Unser KLIMAWIN-Projekt                                      | 15 |
| Dieses Projekt unterstützen wir                             | 15 |
| Art und Umfang der Unterstützung                            | 16 |
| Ausblick                                                    | 16 |
| Kontaktinformationen                                        | 17 |

# Über uns

## Unternehmensdarstellung

Wir sind YAEZ, die Kommunikationsagentur mit den Schwerpunkten Talentkommunikation, Bildungskommunikation und Zukunftskommunikation. Wir sind überzeugt, dass Kommunikation der Schlüssel für eine positive Zukunft ist. Deswegen sagen wir Hi Future! und bieten Unternehmen, Verbänden und Institutionen innovative Kommunikationslösungen, um gemeinsam die Zukunft zu gestalten.

YAEZ beschäftigt 40 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalente) im Jahr 2024.

## 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.

## Nachhaltigkeitsziele

Die Leitsätze der KLIMAWIN erfüllen zum großen Teil die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) der UN-Agenda 2030. In diesem Bericht stellen wir bei unseren Fokusthemen dar, auf welche SDGs wir abzielen.



# 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: Unser Klimaschutz- & Nachhaltigkeitsengagement

Wir haben 2021 die WIN-Charta 2021 und 2024 die KLIMAWIN-Charta unterzeichnet.

### Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

|                                                   | Adressierter<br>Leitsatz            | Schwerpunkt-<br>setzung             | Quantitative<br>Dokumentation       |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Leitsatz 1 - Klimaschutz                          | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 2 - Klimaanpassung                       | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 3 - Ressourcen & Kreislaufwirtschaft     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 4 - Biodiversität                        | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 5 - Produktverantwortung                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 6 - Menschenrechte & Lieferkette         | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 7 - Mitarbeitendenrechte & -wohlbefinden | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 8 - Anspruchsgruppen                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 9 - Unternehmenserfolg & Arbeitsplätze   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 10 - Regionaler Mehrwert                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 11 - Transparenz                         | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                                     |
| Leitsatz 12 - Anreize zur Transformation          | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

### Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt: eduStories “So geht nachhaltig!”, Stuttgart

#### Schwerpunktbereich:

☒ Ökologische Nachhaltigkeit ☐ Soziale Nachhaltigkeit

#### Art der Förderung:

☐ Finanziell ☐ Materiell ☒ Personell

# Unsere Schwerpunktthemen

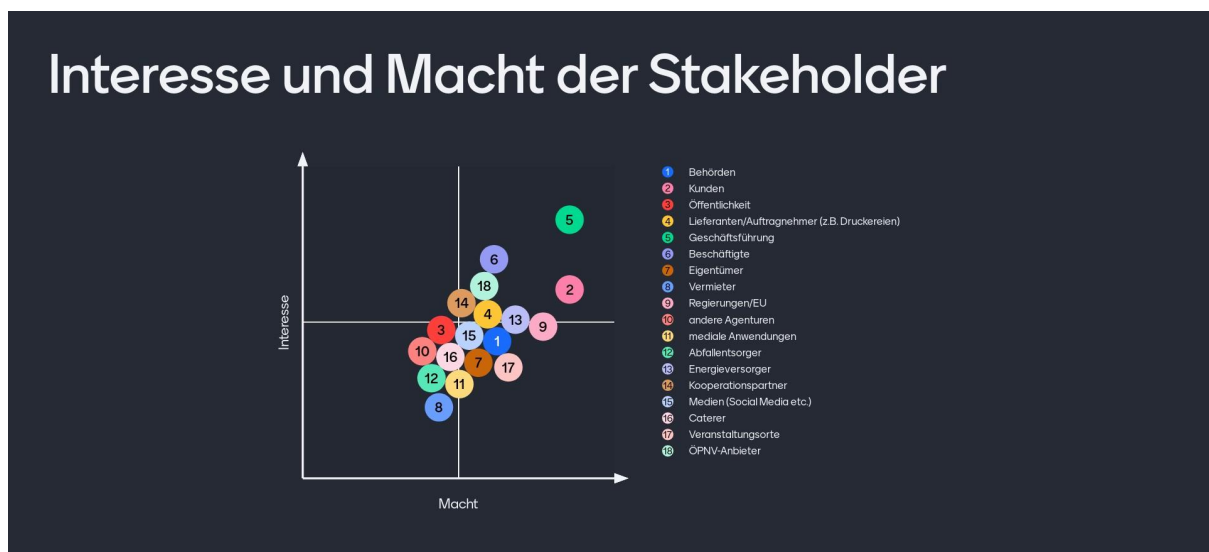
## Wesentlichkeitsanalyse

Wir haben 2023 in einem internen Workshop eine Stakeholder-Analyse sowie eine vereinfachte Wesentlichkeitsanalyse erstellt, um die Nachhaltigkeits-Themen zu identifizieren, die für unser Unternehmen und unsere Stakeholder am wichtigsten sind. Wir verfolgen damit das Ziel, uns auf die Themen zu fokussieren, die den größten Einfluss auf unser Nachhaltigkeitsmanagement haben.

Im ersten Schritt haben wir alle relevanten Stakeholder identifiziert.



Und diese im zweiten Schritt nach Macht und Interesse zu priorisieren.



Grafiken aus dem Workshop.

Als besonders relevante Stakeholder haben wir dabei folgende identifiziert:

- Die Beschäftigten und die Geschäftsführung von YAEZ.
- Unsere Kund:innen.
- Unsere Lieferant:innen.

## Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Abgeleitet aus der Wesentlichkeitsanalyse fokussieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden drei Leitsätze der KLIMAWIN:

- Leitsatz 01: Klimaschutz
- Leitsatz 07: Mitarbeitendenrechte und- wohlbefinden
- Leitsatz 12: Anreize zur Transformation

### Leitsatz 01: Klimaschutz



Wir haben uns ein Klimaschutzziel gesetzt und berichten darüber. Aus diesem Grund haben wir diesen Leitsatz als Schwerpunkt gewählt: Umwelt- bzw. Klimaschutz sehen wir als Grundvoraussetzung unseres Nachhaltigkeitsengagements. Wir sind weitere Maßnahmen angegangen, um die Emissionen weiter zu reduzieren. Mit diesem

Leitsatz verknüpfen wir die Nachhaltigkeitsziele 7 (Bezahlbare und saubere Energie) und 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz).

### Leitsatz 07: Mitarbeitendenrechte und- wohlbefinden



Diesen Leitsatz haben wir gewählt, weil wir unseren Unternehmenserfolg eng an die Mitarbeitendenzufriedenheit geknüpft sehen. In diesem Bereich setzen wir als Kreativunternehmen einen strategischen Schwerpunkt, da unsere

Kommunikationslösungen von dem Leistungsengagement unserer Mitarbeitenden lebt. Mit diesem Leitsatz verknüpfen wir die Nachhaltigkeitsziele 3 (Gesundheit und Wohlergehen), 5 (Geschlechtergleichheit), 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) und 10 (Weniger Ungleichheiten).

### Leitsatz 12: Anreize zur Transformation



Als Kommunikationsagentur sehen wir uns in der Verantwortung, Nachhaltigkeit kommunikativ voranzubringen. Uns geht es darum, unsere Zielgruppen für Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu sensibilisieren und aufzuzeigen, dass eine

nachhaltige Welt für alle Menschen einen Platz hat. So möchten wir in wichtigen Bereichen zum Umdenken und Handeln motivieren. Mit diesem Leitsatz verknüpfen wir die Nachhaltigkeitsziele 4 (Hochwertige Bildung), 12 (nachhaltiger Konsum und Produktion), 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) und 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele).

# 01 - Klimaschutz

## Zielsetzung

Unser Klimaschutzziel ist, unsere Emissionen in Scope 1, 2 und 3 zu senken. Dafür setzen wir unter anderem erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.

## Ergriffene Maßnahmen

Erstellung einer Klimabilanz: Wir haben eine vereinfachte Treibhausgasbilanz für unseren operativen Geschäftsbereich erstellt. Dabei haben wir die Scope 1, Scope 2 und anteilig die Scope 3 Emissionen bilanziert. Die vereinfachte Treibhausgasbilanz und die ermittelten Emissionswerte dienen für uns als Ausgangsbasis für die kommenden Treibhausgasbilanzen und zur Identifikation relevanter Stellhebel zur Vermeidung und Reduktion künftiger CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Reduktion der Emissionen: Der Großteil unserer Emissionen in Scope 1 und 2 unseres Unternehmens lässt sich auf die Energieversorgung zurückführen, deshalb nutzen wir seit 2022 zu 100 % Ökostrom. Zusätzlich haben wir LED-Beleuchtung, energiesparende Geräte und Zeitschaltuhren für Leuchtmittel installiert. Außerdem weisen wir unsere Mitarbeitenden darauf hin, emissionsarm zu arbeiten und beispielsweise nicht genutzte Geräte, wie Lampen oder Bildschirme, auszuschalten. Zur Anreise ins Büro und zu unseren Kund:innen nutzen wir hauptsächlich öffentliche Verkehrsmittel. Alle Mitarbeitenden können einen hohen Arbeitgeberzuschuss für das DeutschlandTicket erhalten. Geschäftsfahrten werden regulär mit der Bahn erledigt, bei mehr als fünf Fahrten pro Jahr stellen wir eine BahnCard 25 zur Verfügung.

## Indikatoren

Die Indikatoren zur Messung unserer Zielerreichung sind die Emissionswerte CO<sub>2</sub>e. Wir haben 2021 bis 2023 die Emissionswerte auf Unternehmensebene betrachtet, seit 2024 erfassen wir die Emissionen in Anlehnung an das Greenhouse Gas Protocol und erstellen in einer vereinfachten Treibhausgasbilanz die Emissionen nach Scope 1, 2 und 3.

|                                                                                                                                                                                     | 2024                          | 2025 ff |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------|
| Scope 1: Emissionen, die direkt vom Unternehmen verursacht werden.                                                                                                                  | 5t CO <sub>2</sub> e          | -       |
| Scope 2: Emissionen, die durch den Verbrauch von eingekaufter Energie entstehen (leitungsgebunden).                                                                                 | 0t* CO <sub>2</sub> e         | -       |
| Zwischensumme Scope 3: Indirekten Emissionen, die in der Wertschöpfungskette des Unternehmens entstehen, sowohl vorgelagert als auch nachgelagert (Lieferanten, Kunden, Transport). | 60,89t CO <sub>2</sub> e      | -       |
| THG-Emissionen (in Tonnen CO <sub>2</sub> e)                                                                                                                                        | <b>70,89t CO<sub>2</sub>e</b> | -       |

\* Keine Emission, da wir im Büro Ökostrom beziehen.

## Ausblick

Auch in 2025 bleibt Klimaschutz ein Schwerpunktthema für uns. Wir wollen in 2025 die Erfassung unserer Klimaschutz-Indikatoren weiter ausbauen.

## 07 - Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

### Zielsetzung

Wir schätzen unsere Mitarbeitenden als Schlüssel für eine langfristig wirkungsvolle Arbeit. Wir sind davon überzeugt, dass die Wahrung ihrer Interessen und ihr Wohlbefinden sich positiv auf den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens auswirkt. Wir setzen dabei fünf Schwerpunkte in diesem Bereich: (1) Flexibilität, (2) Mobilität, (3) Gesundheit und Familie, (4) Finanzen und Weiterbildung und (5) Nachhaltigkeit. Wir messen die Mitarbeiterzufriedenheit durch regelmäßige Mitarbeitendenumfragen.

### Ergriffene Maßnahmen

Wir haben in den fünf Schwerpunktbereichen 2024 folgende Maßnahmen umgesetzt:

Flexibilität: Wir bieten flexible Arbeitszeiten und einen Tag pro Woche mobiles Arbeiten. Anfallende Überstunden werden 1:1 in Freizeit überführt. Wir bieten flexible Anpassungen der Arbeitszeitmodells an – von Teilzeit bis Vollzeit. Außerdem bieten wir Möglichkeiten für Sabbaticals an – auch mehrfach pro Mitarbeitenden möglich.

Mobilität: Wir bezuschussen für alle Mitarbeitenden das DeutschlandTicket mit einem hohen Zuschuss und stellen bei mehr als fünf Fernfahrten mit der Bahn pro Jahr eine BahnCard 25 zur Verfügung.

Gesundheit und Familie: Wir setzen regelmäßige Team-Events um, wie After-Work-Veranstaltungen, Sommerfeste und Weihnachtsfeier. Wir sorgen für eine klare Trennung zwischen Arbeit und Freizeit. Wir bieten familienfreundliche Regelungen. Und setzen auf flache Hierarchien und Empowerment der Mitarbeitenden. Wir arbeiten in der Gesundheitsförderung mit einem Fitness-Zuschuss. Wir haben meetingfreie Freitage und Freitags beginnt für alle das Wochenende um spätestens 16 Uhr.

Finanzen und Weiterbildung: Wir bieten eine attraktive und transparente Gehaltsstruktur mit klaren und schnellen Aufstiegsmöglichkeiten. Wir bieten eine Lösung für die betriebliche Altersvorsorge sowie vermögenswirksame Leistungen an. Wir sehen uns darüber hinaus in der Verantwortung, mit Maßnahmen zur Fort- und Weiterbildung unser Team dauerhaft zu schulen, und bieten mit dem internen Angebot der YAEZ Academy eine Vielzahl an Schulungen an. Wir bieten Mitarbeitenden-Rabatte mit einem Kooperationspartner an.

Nachhaltigkeit: Wir sehen uns als klimabewusste Agentur und binden unsere Mitarbeitenden in unser Nachhaltigkeitsmanagement ein. Wir bieten eine digitale Arbeitsumgebung mit einem anspruchsvollen Tech Stack, wir arbeiten papierfrei und cloudbasiert. Wir unterstützen gesunde Ernährungsoptionen während der Arbeitszeit.

## **Indikatoren**

Wir legen Wert auf eine hohe Mitarbeitendenzufriedenheit und messen diese mit Hilfe einer regelmäßig stattfindenden Mitarbeitendenumfrage. Als zentralen Wert sehen wir dabei den eNPS an. Der eNPS (Employee Net Promoter Score) misst die Mitarbeiterzufriedenheit, indem gefragt wird, wie wahrscheinlich es ist, dass Mitarbeiter ihren Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Es werden auch weitere Aspekte beleuchtet, z. B. zu Feedback, Herausforderungen, Unternehmenskultur. Die Ergebnisse werden evaluiert und konkrete Maßnahmen abgeleitet. Zur Transparenz wird die Auswertung allen Mitarbeitenden vorgestellt. Wir haben 2022 einen eNPS von 44 % erreicht, in 2023 lag unser eNPS bei 41 % und in 2024 bei 70 %.

## **Ausblick**

Wir wollen auch in 2025 die Mitarbeitendenumfrage durchführen und streben hier einen NPS im Korridor zwischen 20-75% an.

# **12 - Anreize zur Transformation**

## **Zielsetzung**

Bei unseren Arbeiten stehen Bildungsthemen im Fokus, sodass wir bereits in verschiedenen Projekten zu einzelnen Nachhaltigkeitsthemen kommunizieren und uns für Bildung für nachhaltige Entwicklung einsetzen. Auch unsere Kund:innen legen Wert auf eine nachhaltige Umsetzung der Projekte und der Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen. Des Weiteren besteht intern bei den YAEZ-Mitarbeitenden ein hohes Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen. Wir streben an, weitere Anreize zur Transformation zu geben und als Vorbild und Treiber zu fungieren.

## **Ergriffene Maßnahmen**

Anreize für das YAEZ-Team: Wir haben klare Regelungen und setzen Impulse, um unser Nachhaltigkeitsmanagement im Team breit bekannt zu machen. Wir haben eine YAEZ Academy zum Thema Nachhaltigkeit umgesetzt und darin haben wir unsere Regelungen wie die Umweltschutzrichtlinie und Beschaffungsanforderungen aufgezeigt und Möglichkeiten zu nachhaltigen Umsetzungen in den Projekten erklärt.

Bei all diesen Anreizen steht stets im Vordergrund, die Mitarbeitenden zu motivieren, die Nachhaltigkeitsthemen in ihre Projekte zu tragen und eine klimabewusste Umsetzung der Projekte zu gewährleisten. Außerdem soll die Gegenwärtigkeit der Nachhaltigkeitsthemen, auch im Arbeitskontext, die Mitarbeitenden motivieren, eigene Bemühungen anzustreben.

Unser übergeordnetes Ziel ist es, bei allen Mitarbeitenden ein Bewusstsein für die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs in Bezug auf Nachhaltigkeit zu schaffen und Handlungsoptionen aufzuzeigen.

Anreize für unsere Kund:innen: Wir setzen mit unseren Kund:innen die Projekte klimabewusst um. Das betrifft einerseits die Umsetzung, bei der wir unsere Kund:innen unterstützt haben, möglichst klimabewusste Entscheidungen zu treffen. Und es betrifft die

Inhalte unserer Kommunikationsprojekte, bei denen wir Nachhaltigkeit oft als eine Kernbotschaft kommuniziert haben. Wir stärken und unterstützen unsere Kund:innen, Nachhaltigkeitsthemen in ihre Kommunikationsstrategien mit einzubeziehen.

Anreize für unsere Zielgruppen: In unserer Agentur haben Bildungsthemen einen hohen Stellenwert, was sich in der Kommunikation und Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen in unseren Projekten widerspiegelt. Wir setzen uns aktiv für Bildung für nachhaltige Entwicklung ein und bemühen uns, dass Projekte nicht nur klimabewusst umgesetzt werden, sondern darin auch Nachhaltigkeitsthemen angemessen kommuniziert werden. Unser Ziel ist es, zusätzliche Anreize zu schaffen, um ein Umdenken zu fördern und als Vorbild und Antriebskraft zu fungieren.

Zu diesem Zweck führen wir verschiedene Maßnahmen durch. Wir organisieren gemeinsame Events, Aktionen oder Kampagnen, an denen unsere Zielgruppen aktiv teilnehmen können, um sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Wir legen Wert auf einen kontinuierlichen Austausch und Zusammenarbeit in Bezug auf nachhaltige Entwicklungen. Wir stellen klare und transparente Informationen zur Verfügung, wie unsere Agentur Nachhaltigkeit in ihre Projekte integriert und welche Fortschritte dabei erzielt wurden. Wir stellen nützliche Ressourcen wie Leitfäden, Tools oder Online-Plattformen bereit, um unseren Zielgruppen zu helfen, nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Ein Beispiel ist unser Projekt eduStory zum Thema Nachhaltigkeit. Im Jahr 2024 haben wir unser Angebot an Newslettern erweitert, um damit unsere Zielgruppen gezielter ansprechen zu können und Informationen unter anderem zum Thema Nachhaltigkeit zu kommunizieren.

Anreize für Lieferanten: Wir haben uns das Ziel gesetzt, in Bezug auf konkrete Projekte nachhaltige Alternativen anzufragen. Dabei suchen wir umweltbewusste Möglichkeiten und versuchen alternative Angebote anzufordern.

Für die Auswahl von Locations für Events haben wir eine interne Checkliste entwickelt, anhand welcher wir Nachhaltigkeitsanforderungen prüfen, wie zum Beispiel woher der Veranstaltungsort seine Energie bezieht, ob es eine gute Anbindung an den ÖPNV gibt und ob ein vorrangig vegetarisches Catering umgesetzt werden kann.

## **Indikatoren**

Im Bereich "Anreize zur Transformation" haben wir aktuell keine Indikatoren, streben jedoch an, welche einzuführen.

## **Ausblick**

Das Thema "Anreize zur Transformation" soll auch weiterhin ein Fokusthema bleiben. Wir denken, dass wir mit unserer täglichen Projektarbeit hier den größten Impact aufweisen können.

# Weitere Aktivitäten

## Klima und Umwelt

### **Leitsatz 02 – Klimaanpassung**

- Wir reagieren bei Hitze durch das Kühlen einiger Büros und das Sperren anderer Büros, die nicht gekühlt werden können. Des Weiteren sind flexible Arbeitszeiten und Remote-Arbeit ein Baustein, in Hitzeperioden zu reagieren.

### **Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft**

- Um nachhaltige Entscheidungen in unserem Unternehmen zu fördern und zu erleichtern, haben wir eine Umweltschutzrichtlinie erstellt.
- In diesem Zuge haben wir Nachhaltigkeitskriterien für unsere Lieferant:innen definiert, um Nachhaltigkeitskriterien auch in der Beschaffung zu berücksichtigen.
- Wir nutzen unser Office-Equipment so langfristig und ressourcenschonend wie möglich und setzen, wo immer möglich, auf cloudbasierte Lösungen.
- In unserer Agentur arbeiten wir papierfrei. Zusätzlich wollen wir die Nutzung von Papier in unseren Projekten mit unseren Kund:innen minimieren und setzen verstärkt auf digitale Lösungen.
- Um den Arbeitsweg unserer Mitarbeitenden so ressourcenschonend wie möglich zu gestalten, erhalten unsere Mitarbeitenden das DeutschlandTicket.
- Im Jahr 2024 haben wir unseren Umgang mit ausgedienten elektronischen Geräten optimiert, um die Kreislaufwirtschaft zu fördern. Funktionierende Geräte wurden bevorzugt Mitarbeitenden für die Nutzung zuhause angeboten oder über geeignete Plattformen weitergegeben. Nicht reparierbare Geräte wurden fachgerecht entsorgt, um die Rückgewinnung von Rohstoffen zu ermöglichen.

### **Leitsatz 04 – Biodiversität**

- Wir haben 2023 mit den Planungen begonnen, an unserem Betriebsstandort in Stuttgart eine Teilfläche neu zu begrünen, um die lokale Biodiversität zu fördern und zur Reduzierung von Hitzeinseln beizutragen. Wir planen, die Fläche samt Bepflanzung in 2025 fertigzustellen.

### **Leitsatz 05 – Produktverantwortung**

- Unsere Agentur-Schwerpunkte Talentkommunikation, Bildungskommunikation und Zukunftskommunikation bringen bereits grundlegend einen großen Nachhaltigkeitsbezug mit sich.
- Wir unterstützen unsere Kund:innen dabei, ihre Projekte klimabewusst umzusetzen, indem wir beispielsweise nur, wenn wirklich sinnvoll, Druckprodukte produzieren und Materialien anschaffen. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft reduzieren wir zunächst den Materialeinsatz, verwenden Gegenstände wieder und gestalten neue Materialien so, dass sie wiederverwertbar oder wiederverwendbar sind.

- Wenn möglich, setzen wir außerdem zertifizierte und emissionsarme Produkte ein. So empfehlen wir zum Beispiel Papier mit dem “Blauen Engel” oder Textilien mit dem “Grünen Knopf”.
- Bei von uns organisierten Veranstaltungen legen wir den Fokus auf saisonale und vegetarische Speisen und versuchen, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden.

## **Soziale Verantwortung**

### **Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette**

- Wir haben uns durch ein Selbstaudit bei IntegrityNext auf die Einhaltung der Menschenrechte und gegen Diskriminierung am Arbeitsplatz verpflichtet.
- Wir bezahlen für vergleichbare Positionen das gleiche Gehalt unabhängig des Geschlechts. Dafür haben wir eine transparente Gehaltsstruktur geschaffen, die alle Mitarbeitende nachvollziehen können.
- Unsere Diversity-Richtlinie bildet die Grundlage für ein diverses Team, Chancengleichheit und ein respektvolles Miteinander.

### **Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen**

- Wir haben eine Stakeholder-Analyse durchgeführt und geprüft, welche Interessen und Einfluss einzelne Anspruchsgruppen haben.
- Kund:innen: Wir setzen Projekte stets klimabewusst um (siehe auch Anreize zur Transformation). Wir kommunizieren für sie Nachhaltigkeits- und Zukunftsthemen bei verschiedenen Projekten.
- Lieferant:innen: Wir haben unsere Lieferant:innen nach Möglichkeit unter Nachhaltigkeitsaspekten ausgewählt und setzen auf entsprechende Labels und Zertifizierungen.
- Mitarbeitende: Wir sensibilisieren unsere Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit und ermöglichen eine klimabewusste Arbeit an den Projekten.

## **Ökonomischer Erfolg und Governance**

### **Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

- Wir bieten Ausbildungsangebote wie Traineeships, Volontariate und Praktika an. So fördern wir junge Talente und wachsen nachhaltig.
- Unsere Arbeitsverträge sind in der Regel unbefristet, so bieten wir Sicherheit und Verlässlichkeit.

### **Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert**

- Wir generieren einen Mehrwert für unsere Region, indem wir Projekte in der Region klimabewusst umsetzen.
- Wir arbeiten mit regionalen Lieferant:innen zusammen und pflegen gute Beziehungen mit verschiedenen Lieferant:innen vor Ort, u. a. Druckereien, Textilhersteller, Ton- und Lichttechnik-Unternehmen sowie Selbstständige wie Fotograf:innen, Videoproduzent:innen oder Moderator:innen. So reduzieren wir lange Transportwege oder Reisen und unterstützen andere lokale Unternehmen.

- Wir stellen uns auf lokalen Ausbildungs-/Studienmessen und Hochschulen/Universitäten vor und präsentieren uns als regionaler Arbeitgeber.

### **Leitsatz 11 – Transparenz**

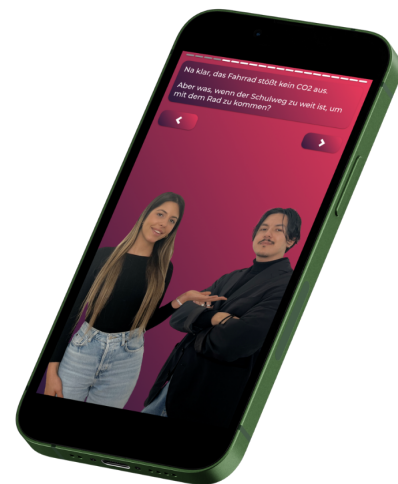
- Wir pflegen eine vertrauensvolle und transparente Zusammenarbeit mit unseren Kund:innen.
- Um Korruption vorzubeugen und im Fall von Korruption angemessen zu handeln, haben wir eine Anti-Korruptionsrichtlinie erstellt und unterzeichnet. Zusätzlich haben wir eine interne Meldestelle bei Verstößen gegen soziales, ethisches und gesetzeskonformes Verhalten.

## **Unser KLIMAWIN-Projekt**

### **Dieses Projekt unterstützen wir**

Wir haben uns darauf konzentriert, was wir am besten können: junge Zielgruppen ansprechen. Mit unseren eduStories möchten wir Schüler:innen Tipps für einen nachhaltigen Alltag geben.

eduStories sind von YAEZ entwickelte digitale Lernmodule mit spielerischem Charakter, bei denen die Nutzer:innen Aufgaben gestellt bekommen, die sie mit Hilfe von multimedialen Inhalten lösen können. Im Fokus steht dabei die interaktive Kompetenzvermittlung. Die eduStories lehnen sich an die beliebten Stories aus den Sozialen Medien an (bspw. Instagram) und greifen somit die Lebenswelt der Jugendlichen auf. Das erleichtert ihnen den Zugang zu den Inhalten und macht sie für sie intuitiv nutzbar. Die eduStories sind so aufgebaut, dass sie die Schüler:innen zum Weiterklicken animieren. Die Aufgaben und Informationen innerhalb der eduStories sind als interaktive Fragen mit Emojis und Schieberegler aufgebaut, so wecken sie die Neugier und motivieren die Lernenden. Die Jugendlichen arbeiten dabei selbständig, so dass sich die eduStories für den Einsatz im Unterricht sowie als Hausaufgabe eignen.



Inhaltlich haben wir uns auf drei der wichtigsten Lebensbereiche von Kindern und Jugendlichen konzentriert: Ernährung, Mobilität und Kleidung. Die eduStories sind (neben anderen eduStories-Projekten) auf der Website [www.edustories.de/yaez-nachhaltigkeit](http://www.edustories.de/yaez-nachhaltigkeit) zu finden.

## Art und Umfang der Unterstützung

YAEZ ist Projektinitiator und übernahm sowohl die Konzeption als auch die Umsetzung des Projektes. Im Jahr 2024 lag der Fokus bei den eduStories auf der Weiterentwicklung des Projekts. Hierfür wurde ein Workshops zur Einbindung von Schüler:innen entwickelt, um die eduStories mit einer Schulklasse zu testen, um Feedback aus der Zielgruppe zu erhalten und das Format weiter zu optimieren. Die eduStories sind weiterhin auf [www.edustories.de](http://www.edustories.de) frei zugänglich und können von Lehrkräften und Schüler:innen genutzt werden.

## Ergebnisse und Entwicklungen

Mit unserem Projekt *eduStories: Klimaschutz für Schüler:innen* zahlen wir besonders auf das Schwerpunktthema "Anreize zur Transformation" ein. Unsere Kernkompetenzen als Agentur liegen in der Aufbereitung und Kommunikation von diversen Themen für junge Zielgruppen. Bislang sprachen wir ausschließlich für unsere Kund:innen über die Themen Klima- und Umweltschutz. Jetzt haben wir ein eigenes Angebot zum Thema Nachhaltigkeit geschaffen, welches Lehrkräfte und Schüler:innen nutzen können.

Im Jahr 2024 wurden die drei bestehenden eduStories zu den Themen Ernährung, Mobilität und Kleidung weiter angeboten. Insgesamt verzeichneten die eduStories 340 Aufrufe.

## Ausblick

Für 2025 steht die Durchführung des geplanten Workshops mit einer Schulklasse im Vordergrund. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse sollen in die Optimierung der eduStories einfließen, um die Relevanz und Interaktivität der Inhalte weiter zu steigern. Zusätzlich wird geprüft, wie die Sichtbarkeit der eduStories über weitere Kommunikationskanäle (z. B. Social Media) erhöht werden kann. Ziel ist es, die Reichweite des Projekts zu steigern und noch mehr Lehrkräfte sowie Schüler:innen zu erreichen.

Gleichzeitig planen wir, unser Partnernetzwerk in Baden-Württemberg auszubauen und unser eduStory Angebot anderen

The logo for 'eduStories' features the word 'edu' in a small, black, sans-serif font, followed by 'Stories' in a large, black, cursive script font.The logo for 'climate stories' features the word 'climate' in a bold, black, sans-serif font with three colored dots (blue, orange, blue) above the 'i', followed by 'stories.' in a bold, black, sans-serif font.

Projekten aktiv zur Verfügung zu stellen, um Synergien zu entwickeln. Derzeit ist eine Kooperation mit der Initiative Climate Stories geplant. Climate Stories verfolgt den Ansatz, Testimonials aus dem globalen Süden, die aktuell bereits von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen sind, mit Schüler:innen in Kontakt zu bringen. Der persönliche Erfahrungsaustausch ist in ein Bildungsangebot eingebettet, das Lehrkräfte selbstständig im Unterricht umsetzen können. Wir planen in 2025 die Einführung einer neuen eduStory für die bereits laufenden Workshops, um das Unterrichtsmaterial um ein digitales, interaktives Tool zu bereichern. Bei der Entwicklung neuer Workshops können eduStories perspektivisch von Beginn an in das Unterrichtskonzept integriert werden. YAEZ stellt in dieser Kooperation das technische Gerüst der eduStory-Plattform, die Aufbereitung der Inhalte sowie die Programmierung der interaktiven eduStory als Leistung zur Verfügung.

# Kontaktinformationen

## **Ansprechpartner**

Janos Burghardt, Geschäftsführer  
E-Mail: [janos.burghardt@yaez.com](mailto:janos.burghardt@yaez.com)

## **Impressum**

# YAEZ

Herausgegeben am 31.03.2024 von

### **YAEZ GmbH**

Kornbergstraße 44, 70176 Stuttgart

Telefon: +49 711 997983-0

E-Mail: [info@yaez.com](mailto:info@yaez.com)

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