



sympra...

Nachhaltigkeitsbericht

2021 – 2022

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)

Baden-Württemberg



INHALT

WER WIR SIND.....	1
Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region.....	2
Die zwölf Leitsätze der WIN-Charta	2
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg.....	3
UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT.....	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort	4
UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN.....	5
Schwerpunkt 1: Ressourcen.....	5
Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert.....	9
Schwerpunkt 3: Anreize zum Umdenken	13
WEITERE AKTIVITÄTEN.....	19
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	20
Umweltbelange.....	21
Ökonomischer Mehrwert	23
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	24
UNSER WIN!-PROJEKT.....	25
KONTAKTINFORMATIONEN.....	27

WER WIR SIND.

Sympra ist eine Agentur für Public Relations mit Sitz in Stuttgart und Büros in München und Berlin. Für unsere Kunden sind wir konzeptions- und umsetzungsstarke Beraterinnen und Berater in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Zu unseren Kernkompetenzen gehören Kommunikationsberatung, Medienarbeit, Corporate Publishing und digitale Kommunikation – in Deutschland und weltweit. Zu unseren Kunden zählen börsennotierte Konzerne, mittelständische Unternehmen, öffentliche Auftraggeber, Verbände und Stiftungen. Sie alle kennen uns in ganz verschiedenen Rollen – je nach Bedarf unterstützen wir bei der Strategiefindung, verstärken Kreativität und Kapazität oder geben Impulse für die Öffentlichkeitsarbeit. Die Sympra GmbH (GPRA) ist eine inhabergeführte Agentur und wurde 1992 gegründet. Zurzeit zählt das Sympra-Team rund 20 Mitarbeitende. Die Geschäftsführung bilden Veit Mathauer und Veronika Höber. Das Leistungsportfolio umfasst PR-Beratung, Strategieentwicklung und Konzeption, Medienarbeit, Corporate Publishing, digitale und interne Kommunikation, Krisenkommunikation, internationale PR, Bewegtbild sowie Research und Evaluation.

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



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



Die zwölf Leitsätze der 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 Mitarbeitenden 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>.



UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT.

Charta-Unterzeichner seit: 29.03.2021

Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1	☐	☒	☐
Leitsatz 2	☐	☒	☐
Leitsatz 3	☐	☒	☐
Leitsatz 4	☒	☒	☒
Leitsatz 5	☐	☒	☒
Leitsatz 6	☐	☒	☐
Leitsatz 7	☐	☒	☐
Leitsatz 8	☐	☒	☐
Leitsatz 9	☐	☒	☐
Leitsatz 10	☐	☒	☐
Leitsatz 11	☒	☒	☒
Leitsatz 12	☒	☒	☒

Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Unterstütztes WIN!-Projekt: 30 Bäume für #Sympra30, Stuttgart und Umgebung

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|---|--|--|
| ☒ Energie und Klima | ☒ Ressourcen | ☐ Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| ☐ Mobilität | ☐ Integration | |

Art der Förderung:

- ☒ Finanziell ☐ Materiell ☒ Personell

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

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN.

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 04: Ressourcen

Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Ressourcenschonung ist eine der größten globalen Herausforderungen unserer Zeit, und die Wirtschaft spielt dabei eine tragende Rolle. Uns ist sehr bewusst, dass Klimaschutz und sein Gelingen entscheidend sind für die Zukunft von Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft – von den großen Fragen wie sozialer Gerechtigkeit bis hin zu individueller Lebensqualität. Ressourcenschonung ist daher schon seit vielen Jahren ein bedeutender Teil der Sympra-Philosophie. Dennoch versuchen wir, uns kontinuierlich zu verbessern und unser Handeln immer wieder zu hinterfragen. Darum möchten wir dem Thema „Ressourcen“ in unserem Nachhaltigkeitsbericht besondere Aufmerksamkeit schenken.

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

Jeder Schritt zählt, viele kleine Schritte können Großes bewirken. „Was kann ich, können wir tun?“ Diese Frage immer wieder neu zu stellen und nicht müde zu werden, die eigenen Handlungen zu prüfen, ist ein wichtiger Antrieb für Veränderung. Dafür braucht es Anreize zum Umdenken, die dazu beitragen, unser Bewusstsein für Nachhaltigkeit kontinuierlich zu stärken. Wir sehen unsere gemeinsame Aufgabe als Agentur darin, uns im Arbeitsalltag gegenseitig Anregungen zum Perspektivwechsel zu geben – Ideen und Herangehensweisen, die wir auch mit nach Hause nehmen können – von der Mülltrennung, über soziales Engagement bis hin zur individuellen Mobilität. Außerdem wollen wir anderen Unternehmen zeigen, was als mittelständische Agentur möglich ist und damit weitere Anreize zum Umdenken geben.



Schwerpunkt 1: Ressourcen

ZIELSETZUNG

Ressourcenschonung ist uns schon lange ein Anliegen. Vor allem der effiziente Umgang mit Ressourcen und das Heben von Sparpotenzialen hat in unserer täglichen Arbeit einen hohen Stellenwert. Als wir das Zielkonzept verfassten, trieb uns vor allem das Thema Abfallvermeidung um. Deshalb schafften wir einen Wasserspender an und engagierten eine Köchin, die frisch, vegetarisch, möglichst regional und umweltfreundlich für uns kocht, um Abfall durch Lieferungen beim Mittagessen zu vermeiden. Einige Dinge tun wir schon länger: Wir nutzen ausschließlich ökologisch abbaubare Reinigungsmittel und sparen Papier, wo es geht. Außerdem haben wir eine Sammelbox für Druckerpatronen, um diese umweltgerecht zu entsorgen. Unseren Fuhrpark haben wir 2021 auf Hybrid-Fahrzeuge umgestellt und eine Wallbox auf unserem Gelände installiert. Seit 2019 beziehen wir 100 Prozent Ökostrom.

Trotz des bereits hohen Niveaus wollten wir uns mithilfe des Zielkonzepts beim Thema Ressourcenschonung weiter verbessern. Wir wollten Büromaterialien noch konsequenter auf das Notwendige reduzieren und die Umweltfreundlichkeit der benötigten Materialien steigern. Auch unseren Abfall wollten wir weiter reduzieren und unsere Kolleginnen und Kollegen für eine Abfalltrennung sensibilisieren, die ausnahmslos passgenau ist. Wichtig war uns auch die Verbesserung der Abfalleffizienz – das Motto „reduce, reuse, recycle“ sollte in Zukunft handlungsleitend sein. Die Digitalisierung der Arbeitsabläufe hat uns dafür sensibilisiert, dass wir unseren Papierverbrauch weiter senken können.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Entwicklung des Sympra-Produktions-Systems (SPS), um z. B. Ressourcenverschwendung zu vermeiden
- Konzept zur konsequenteren Abfalltrennung
- Reduzierung unseres Plastikabfalls
- Erfassung der Menge unseres Papierverbrauchs pro Jahr und Reduzierung

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Thema Ressourcen lässt sich nicht allein auf den Einsatz von Energie und Material bzw. Rohstoffen beschränken, die für die Arbeit bei und die Produkte von Sympra genutzt werden. Ressourcen sind auch Arbeitszeit und Arbeitskraft der Mitarbeitenden. Auch hier sollte das Prinzip der Nachhaltigkeit greifen. Durch die CMS-III-Zertifizierung von Sympra sind hier schon Prinzipien und Prozesse vorgegeben, die aber vorrangig die Produkte von Sympra und deren gleichbleibende Qualität im Blick haben, und weniger das alltägliche Arbeiten. Deshalb wurde im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie die Idee eines übergreifenden Systems entwickelt, das Menschen, Maschinen und das Thema Abfall gleichermaßen einbezieht. Kern des Sympra-Produktions-Systems (SPS) ist: „HINSEHEN – MITDENKEN – KÜMMERN“ – gemeinsam im Team, aber auch jede:r Einzelne.

Das System beinhaltet auch die Ressourcenschonung bzw. das Verhindern von Ressourcenverschwendung. Dazu gehört, dass Werkzeuge und Materialien jederzeit nutzbar sind. Dafür haben wir sichergestellt, dass in den gemeinschaftlich genutzten Räumen die entsprechend gebrauchten Werkzeuge und/oder Materialien zur Verfügung stehen. Wir haben unser Team dafür sensibilisiert, dass Materialien nach jeder Nutzung wieder an Ort und Stelle liegen, aufgeräumt sind bzw. dass genug/frisch aufgefülltes Material für die nächste Person bereitsteht. Ist kein Materialnachschub vorhanden, muss dies im Backoffice mitgeteilt werden. Dadurch können nachfolgende Nutzer:innen zügig mit den anstehenden Aufgaben beginnen – ohne, dass erst wertvolle Zeit darauf verschwendet wird, den eigentlichen Status quo wiederherzustellen. Dazu gehört auch, dass digitale Informationen und Dokumente jederzeit an dem für sie vorgesehenen Platz gespeichert sind.

Konzept zur konsequenteren Mülltrennung

Die Herstellung von neuem Papier benötigt viel Holz, Energie, Wasser und auch teilweise gefährliche Chemikalien, die Gewässer verunreinigen können und die Umwelt stark belasten. Deshalb war es uns besonders wichtig, dass unser Papierabfall ausnahmslos dem Altpapier zugeführt wird. Zum Zeitpunkt der Zielkonzeptionierung hatten alle Mitarbeitenden an ihrem Arbeitsplatz einen Mülleimer, in dem alles gesammelt und anschließend im Restmüll entsorgt wurde. Mit dem neuen System zur Mülltrennung wurde eingeführt, dass in diesen Abfalleimern nur noch Papier gesammelt wird, damit dieses entsprechend recycelt werden kann. Rest-, Bio- und Verpackungsmüll wird an zentraler Stelle gesammelt und getrennt entsorgt. An dieser Sammelstelle wurden zudem Übersichtslisten angebracht, anhand derer die Mitarbeitenden überprüfen können, ob sie ihre Abfälle korrekt entsorgen.

Verpackungsabfälle

Es ist uns gelungen, die Menge unseres Plastikabfalls enorm zu verringern. Der wichtigste Faktor war hier das gemeinsame Mittagessen mit dem Team, das bei Sympra eine lange Tradition hat. Leider bietet die gastronomische Infrastruktur im Umkreis nicht viel Abwechslung, weshalb Lieferdienste lange das Mittel zum Zweck darstellten, was wiederum zu einer großen Menge Verpackungsmüll führte. Mit dem Zielkonzept haben wir diese Situation als Problem erkannt und haben über die Nachbarschaftsplattform nebenan.de zu unserer Köchin Andrea Schacht gefunden. Im Sinne unseres Nachhaltigkeitskonzepts kocht die erfahrene Haushälterin nun jede Woche Dienstag bis Donnerstag frisch, regional und größtenteils vegetarisch für uns.

In unserem Agenturgarten haben wir ein Beet angelegt, aus dem jederzeit frische Kräuter zum Kochen geerntet werden können. Für Tage, an denen Andrea Schacht urlaubsbedingt ausfällt, haben sich Koch-Teams gebildet, die sich abwechselnd um ein frisch gekochtes Mittagessen kümmern. Damit tun wir nicht nur unserer Ernährung und Gesundheit etwas Gutes, sondern reduzieren gleichzeitig auch unseren Müll beim Mittagessen. Im Zeitraum vom Einstand unserer Köchin bis zur Berichterstellung konnten wir so bereits an 200 Tagen auf Einwegverpackungen von geliefertem Essen verzichten – bei ca. 10 Mitarbeitenden, die mitbestellen, sind das 1.850 To-go-Verpackungen, die wir bereits eingespart haben.

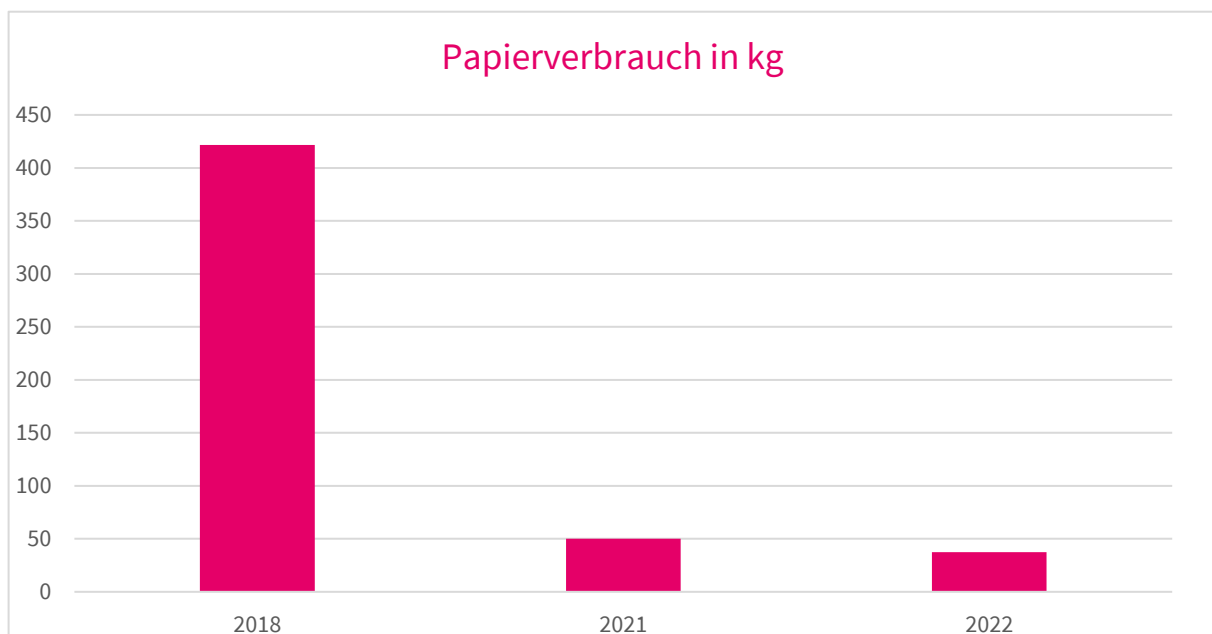


Papierverbrauch

Um unseren Papierverbrauch weiter reduzieren zu können, haben wir zunächst ermittelt, wie viel Papier wir verbrauchen und wofür wir es nutzen. Dazu haben wir eine Umfrage im Team durchgeführt und festgestellt, dass die meisten Prozesse bei Sympra mittlerweile gänzlich digital und papierarm stattfinden. Um die im Zielkonzept beschlossene weitere Reduzierung des Verbrauchs zu schaffen, haben wir unser Rechnungswesen auf ein vollständig digitales System umgestellt. Dazu haben wir auch Kunden und Lieferanten mitgeteilt, dass wir nur noch digitale Rechnungen entgegennehmen. Ein weiterer interner Schritt ist, dass unsere Mitarbeitenden ihre Lohnabrechnungen seit Anfang 2022 digital bekommen. Auch das Erstellen der Presspiegel für unsere Kunden erfolgt seit Ende 2021 digital, was die Prozesse nicht nur vereinfacht, sondern auch eine große Menge Papier einspart. Dass die Veränderung aber schon lange vor der Erstellung des Zielkonzepts begonnen hat, zeigt sich im Langzeitvergleich: Seit 2018 haben wir unseren Verbrauch um 84,5 Prozent, von 48.500 Blatt auf 7.500 Blatt, reduziert (s. Abb. 2).

Indikatoren Papierverbrauch

- Voraussichtlicher Papierverbrauch 2022: 37,5 kg
- Papierverbrauch 2021: 50 kg
- Papierverbrauch 2018: 421,62 kg



AUSBLICK

Die Entwicklung eines Konzepts zur konsequenteren Mülltrennung und die Umstellung von internen Prozessen, um Abfall und Papierverbrauch zu reduzieren, waren wichtige Meilensteine auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Unser Anliegen ist nun, diese erreichten Standards auf hohem Niveau zu halten und gleichzeitig immer wieder zu reflektieren, an welchen Stellschrauben wir noch drehen können, um Ressourcen zu schonen.

Um uns weiter zu verbessern, wollen wir Freixemplare von Zeitschriften und Magazinen, die wir nicht unbedingt in Papierform benötigen, abbestellen. Bei Kundenterminen wollen wir zudem künftig auf gedruckte Handouts verzichten. Wir wollen noch mehr darauf achten, dass wir Dinge mehrfach nutzen – beispielsweise die Rückseiten ausgedienter Ausdrucke für Notizen. Wenn möglich, möchten wir den Verpackungsmüll, der beim Kochen entsteht, weiter reduzieren, indem wir noch mehr auf unverpackte Lebensmittel achten.

Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert

ZIELSETZUNG

Mit unserer Kommunikationsarbeit machen wir die Innovationskraft regionaler Unternehmen sichtbar und verständlich. Wir engagieren uns ehrenamtlich in unterschiedlichen Verbänden, Gremien und Vereinen und unterstützen auch unsere Mitarbeitenden im Ehrenamt. So helfen wir beispielsweise seit vielen Jahren dem Förderkreis krebskranke Kinder e. V. Stuttgart mit Kommunikationsarbeit. Außerdem bieten wir Künstlerinnen und Künstlern unsere Agenturräume als Bühne an. Bei Vernissagen, Ausstellungsführungen und auf unseren Social-Media-Kanälen machen wir ihre Kunstwerke noch sichtbarer. Zudem engagieren wir uns für die Nachwuchsförderung in der Region und setzen uns für die ökologische Nachhaltigkeit der Region ein, indem wir unseren städtischen Agenturgarten umweltfreundlich gestalten – mit Bienenwiese und Insektenhotels. 2022 haben das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Diakonie und Caritas unser soziales Engagement zum sechsten Mal in Folge gewürdigt. Da wir dieses Engagement stetig weiter ausbauen möchten, haben wir uns einige Ziele gesetzt.

Wir achten bei der Beschaffung von Materialien stets auf Regionalität. Ein wichtiger Schritt im Veränderungsprozess ist die Einstellung unserer Köchin, die regional für uns kocht. Dadurch schaffen wir, neben dem Mehrwert für unsere Ernährung, einen Mehrwert für die lokale Wirtschaft, sparen Verpackungsabfälle und generieren außerdem einen zusätzlichen Arbeitsplatz.

Unser Know-how und unsere Erfahrungen geben wir gerne an junge Menschen weiter – ob an die Praktikant*innen und Trainees, die wir regelmäßig ausbilden, oder an Studierende, denen wir in Form von Lehraufträgen, Vorlesungen und Seminaren an verschiedenen Hochschulen Einblicke in die Welt der PR geben. Deshalb bieten wir u.a. Praktika an, fördern die Studierendeninitiative PRIHO e.V. und sind Hauptsponsor der Absolventenfeier der Kommunikationsstudiengänge an der Universität Hohenheim – dieses Engagement für die Nachwuchsförderung möchten wir auch künftig auf hohem Niveau beibehalten.

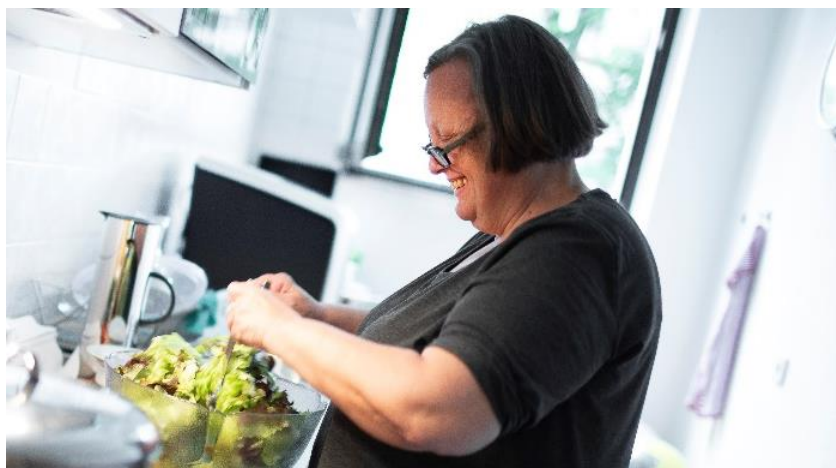
ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Einstellung unserer Kollegin Andrea, die drei Mal wöchentlich für uns kocht
- Aufbereitung des Sympra-Gartens als Lebensraum für Bienen und Insekten
- Übernahme eines Lehrauftrags an der PH Schwäbisch Gmünd
- Nachwuchsförderung intern: Betreuung von Praktikant:innen, Traineeship
- Nachwuchsförderung extern: Agenturführung mit der Studierendeninitiative PRIHO e.V. der Universität Hohenheim sowie Teilnahme deren Karrieremesse KOMMpass
- Pro-bono-PR-Unterstützung für eine regionale Veranstaltung einer gemeinnützigen Einrichtung

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Engagement einer Köchin

Wie im Schwerpunkt Ressourcen bereits beschrieben, haben wir eine Köchin engagiert, die jeden Dienstag bis Donnerstag frisch für uns kocht. Damit tun wir nicht nur unserer Ernährung etwas Gutes und reduzieren Abfälle, sondern haben gleichzeitig einen weiteren Arbeitsplatz in der Region geschaffen. Unsere Köchin achtet zudem darauf, regional und saisonal einzukaufen – so unterstützen wir lokale Erzeuger.



Aufbereitung des Sympra-Gartens als Lebensraum für Bienen und Insekten

Bereits im Jahr 2020 haben wir damit begonnen, unseren städtischen Agenturgarten mit einer Bienenwiese und Insektenhotels auszustatten. Wir haben erkannt, dass in diesem Projekt großes Potenzial steckt und haben im Zuge unserer Nachhaltigkeitsreise ein ganzheitliches Konzept für unseren Garten entwickelt. Dafür haben wir zunächst eine Bestandsaufnahme durchgeführt und überlegt, welche Beete wir wie sinnvoll gestalten können. Unter dem Motto „Wir gestalten unseren Sympra-Garten insektenfreundlich“, haben Sympraner:innen eigenhändig vielfältige Stauden gepflanzt, die für Stadtbienen und Insekten jeglicher Art Lebensraum schaffen und artgerechte Nahrung bieten. Durch das angelegte Kräuterbeet können wir bedarfsorientiert und ohne Verschwendung frische Kräuter zum Kochen nutzen.



Übernahme eines Lehrauftrags

Unser Geschäftsführer Veit Mathauer ist seit 2017 Lehrbeauftragter an der PH Schwäbisch Gmünd. Für das Sommersemester 2022 übernimmt er erneut einen Lehrauftrag für Öffentlichkeitsarbeit und begeistert dadurch Studierende für die verschiedenen Facetten der Kommunikation. Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Öffentlichkeitsarbeit“ im Studiengang Gesundheitsförderung erhalten die Studierenden von ihm eine theoretische Einführung in die unterschiedlichen Gebiete der Public Relations und erarbeiten gemeinsam ein Kommunikationskonzept für eine gemeinnützige Institution.

Nachwuchsförderung intern und extern

Die Ausbildung qualifizierter Nachwuchskräfte ist Sympra ein besonderes Anliegen. Der Erfolg und die Kompetenz von Sympra basieren auf dem Wissen und den besonderen Fähigkeiten der Mitarbeitenden, die wir jungen Kollegen weitergeben und die von ihnen mit neuen Perspektiven und eigenem Know-how bereichert werden.

Sympra bildet regelmäßig Trainees aus. Ziel der 15-monatigen Traineeausbildung ist die Erlangung der Qualifikation als Basis für den Beruf des Consultants im Bereich der Public Relations. Wir freuen uns, dass unsere Kollegin Louisa Becker ihr Traineeship im Berichterstattungszeitraum erfolgreich abschließen konnte und nun als Junior Consultant bei Sympra tätig ist. Das spricht nicht nur für die Qualität der Ausbildung, sondern auch für das gute Arbeitsklima in der Agentur. Darüber hinaus betreute Sympra im Berichterstattungszeitraum zwei Schulpraktika. Hier ging es darum, einen ersten Einblick in die PR-Branche zu erhalten und den Arbeitsalltag in einer Agentur mitzuerleben. Die Schülerinnen und Schüler erweitern dadurch ihre Grundkenntnisse über betriebliche Abläufe und erhalten Klarheit darüber, wo Schlüsselqualifikationen in welcher Ausprägung im Berufsalltag notwendig sind (z. B.: Wie werden Informationen im Betrieb weitergegeben? Wie werden Besprechungen geführt? Wie und wo finden Teamprozesse statt?).



sympra...

Ebenso wichtig ist es für Sympra, mit jungen PR-Interessierten aus den regionalen Universitäten in den Austausch zu gehen. Dafür nutzen wir in diesem Jahr gleich mehrere Gelegenheiten. Anfang Februar war die Studierendeninitiative PRIHO e.V. der Universität Hohenheim bei Sympra zu Gast. Unser Geschäftsführer versorgte die Studentinnen und Studenten mit sämtlichen Informationen rund um die PR. Dabei erzählte er unter anderem, welche Kompetenzen Sympra mitbringt und mit welchen Firmen aus welchen Bereichen die Agentur zusammenarbeitet. Anschließend hatten die Studierenden die Möglichkeit, einen kleinen Rundgang durch die Räumlichkeiten der Agentur zu machen. Die Kolleg:innen vor Ort berichteten von aktuellen Projekten und beantworteten alle Fragen der PRIHOs, sodass diese einen authentischen und spannenden Einblick in den Arbeitsalltag einer PR-Beratung erhielten. Auch bei der interaktiven Karrieremesse KOMMpass der oben genannten Initiative, war Sympra mit einem Stand vertreten. Zwei Kolleginnen stellten Sympra am Campus Hohenheim vor und präsentierten zahlreiche Corporate-Publishing-Produkte aus den vergangenen Jahren. Zudem sponserte Sympra die Absolventenfeier des Studiengangs Kommunikationswissenschaften an der Universität Hohenheim. Gleich zweimal zu Gast bei Sympra im vergangenen Jahr war die Macromedia Hochschule. Die Besuche fanden im Rahmen eines Seminars statt und die Studierenden lauschten einer ausführlichen Präsentation zum Thema Krisenkommunikation. Im Anschluss gab es eine praktische Übung, bei der die Studentinnen und Studenten selbst aktiv werden durften. Sympra unterstützt Absolvent:innen auch bei deren Abschlussarbeiten und steht hier für Interviews zu verschiedenen Themen jederzeit zur Verfügung.



Außerdem haben wir einen Workshop im Rahmen der Veranstaltung „Your Future in Stuttgart“ angeboten. Es handelte sich dabei um eine Veranstaltung der Wirtschaftsförderung der Region Stuttgart, verbunden mit dem Ziel, internationale Studierende nach Studienabschluss als Fachkräfte für den Standort Stuttgart zu gewinnen. Aufgezeigt wurden unterschiedliche Einstiegsmöglichkeiten in die Berufswelt, und Sympra lieferte Input zum Thema „Arbeiten in der Kreativwirtschaft“.

Pro bono Unterstützung für Reflektor von Teach First

Sympra unterstützte in diesem Jahr pro bono kommunikativ bei dem Neustart der Veranstaltungsreihe Reflektor von Teach First. Teach First Deutschland ist eine gemeinnützige Bildungsinitiative mit dem Ziel, Chancengleichheit im Bildungswesen zu verbessern. Konkret gibt es dafür ein qualifiziertes Leadership-Programm, bei dem Top-Absolvent:innen aller Fächer, die gerne Verantwortung übernehmen und wirklich etwas bewirken möchten, für die Dauer von zwei Jahren in Brennpunkt-Schulen entsandt werden. Im Kern geht es darum, Lebenswege benachteiligter Kinder positiv zu prägen. Reflektor ist eine Veranstaltungsreihe der Region Süd von Teach First Deutschland. Die Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, einen experimentellen Blick in den Spiegel zu wagen. Reflektionsfähigkeit ist ein Herzensthema von Teach First und spielt nicht nur im alltäglichen „Schultreiben“ für Fellows und Schüler:innen eine enorme Rolle. Als Mitveranstalter hat Sympra das komplette Einladungs-Management übernommen (z. B. Versand der „Save the Date-Karte“, Gestaltung der Veranstaltungseinladung) und aktiv am Programm mitgewirkt. Wir konnten hier die Agraringenieurin Katrin Pütz für einen Impulsvortrag gewinnen. Katrin Pütz hat eine Mini-Biogasanlage erfunden, die für kleine Haushalte und Farmen in entwicklungsbedürftigen Regionen erschwinglich ist. Die Veranstaltung fand auf der Kulturinsel Stuttgart statt, einem offiziellen „Willkommensort“ der Stadt.



Schwerpunkt 3: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Wir setzen uns dafür ein, intern und extern Anreize zum Umdenken zu schaffen. Unser Team regen wir dazu an, die Impulse zum nachhaltigen Handeln in allen drei Dimensionen auch in ihrem privaten Umfeld umzusetzen. Gleichzeitig wollen wir ermutigen, Ideen aus dem privaten Umfeld mit in die Agentur zu bringen. Unser Kollegium wird kontinuierlich über unseren Nachhaltigkeitsprozess informiert und in die Weiterentwicklung einbezogen.

Um dem Sympra-Team das Umdenken im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu erleichtern und dieses langfristig in der Agentur zu verankern, begleiten drei Nachwuchs-Kolleginnen den Prozess mit narrativen Methoden: Hierbei werden Geschichten eingesetzt, um es den Beteiligten zu ermöglichen, den Veränderungsprozess zu erkennen, ihn ggf. in einer neuen Perspektive zu sehen und ihm positiv zu begegnen. Denn wie für das Gelingen aller Transformationsprozesse ist auch hier entscheidend, dass alle Beteiligten die Veränderung

verstehen, als umsetzbar wahrnehmen und für sinnvoll erachten. Im Zentrum narrativer Methoden steht, über Geschichten eine Anschlussfähigkeit an die Erfahrungen des Teams herzustellen und das Vorstellungsvermögen anzusprechen.

Auf unserem Blog sowie über unsere Social-Media-Kanäle geben wir anderen Unternehmen und Agenturen Anreize zum Umdenken, indem wir das Thema Nachhaltigkeit platzieren. Wir wollen Nachhaltigkeit in der Branche weiterhin präsent machen und ihre Umsetzung in Agenturen fördern, z. B. durch die Teilnahme am WIN-Charta-Prozess und Beiträge zu Nachhaltigkeitsthemen in unseren Kommunikationskanälen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Intern:
 - Methodische Begleitung des Veränderungsprozesses
 - Entwicklung und Umsetzung einer narrativen Strategie inkl. Workshop-Reihe basierend auf einer Heldenreise
 - Interne Weiterbildungen
 - Fördern der internen Weiterbildungsformate
 - Entwicklung, Implementierung und Leben einer Strategie zum Einsatz vielfaltssensibler Sprache bei Symptra
- Extern:
 - Veröffentlichung des Schwerpunktthemas Nachhaltigkeit im Symptra-Magazin mit sechs Beiträgen
 - Information der Öffentlichkeit über unser Engagement durch WIN-Charta-Berichterstattung mit Blogbeiträgen, Social-Media-Postings und einem Impuls-Vortrag im Rahmen einer Netzwerkveranstaltung für HR-Verantwortliche
 - Restrukturierung der Symptra-Landingpage mit Fokussierung auf das Thema Nachhaltigkeit, um noch mehr Aufmerksamkeit auf die Aktivitäten unserer Kunden zu lenken
 - Mitgliedschaft einer Nachwuchskollegin in der Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ der GPRA Young Professionals, um das Thema auch in diesem Branchennetzwerk voranzutreiben

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Damit die Geschichten, die wir bei Symptra über Nachhaltigkeit erzählen, auch auf wahren Begebenheiten beruhen, räumen wir der systematischen Begleitung unseres Transformationsprozesses einen hohen Stellenwert ein. Denn wir sind überzeugt, dass unsere internen Erfahrungen nicht nur uns selbst immer besser werden lassen, sondern immer auch unseren Kunden zugutekommen.

Narrative Methoden zur Begleitung der Transformation

Das Erzählen von Geschichten ist für uns PR-Profis täglich präsent – dass Narrative aber auch methodisch eingesetzt werden können, um Veränderungsprozesse zu begleiten, war für viele Teammitglieder Neuland, das wir gemeinsam betreten haben. Die narrative Methode unserer Wahl: Eine Heldenreise. Das Konzept der Heldenreise entwickelte der amerikanische Mythenforscher Joseph Campbell. Sein Rahmenmodell basiert auf der Erkenntnis, dass mythische Erzählungen in verschiedensten Kulturen eine ähnliche Grundstruktur aufweisen. Noch heute sind Spielfilme und Romane nach diesem Schema aufgebaut: Ein Held wird von einem Abenteuer gerufen. Er macht sich auf, um einen Schatz zu erobern. Dafür muss er verschiedene Herausforderungen meistern, gegen Widerstände kämpfen und sich vielleicht auch Unterstützung suchen. Hat der Held alle Widerstände überwunden, erobert er den Schatz in einem finalen Kampf. Einmal erobert, darf der Schatz natürlich nicht im Abenteuerland verbleiben, sondern wird mit in den Alltag genommen und dort integriert. Heute wird der mythische Prozess der Heldenreise vielfältig genutzt, beispielsweise in der Beratung, als Workshop-Format oder Präsentationstechnik, denn das Rahmenmodell bildet nicht nur die Grundstruktur von Geschichten ab, sondern drückt auch das grundsätzliche Erleben von Veränderungsprozessen aus.

Als wir unser Zielkonzept einreichten, planten wir, die methodische Begleitung zunächst mit narrativen Interviews als Analysetool zu beginnen, um mögliche Identifikationspotenziale ebenso wie mögliche Widerstände im Team frühzeitig zu erkennen. In den ersten Gesprächen mit Mitarbeitenden stellten wir fest, dass keinerlei Vorbehalte gegenüber unserem Konzept bestanden und alle gerne mit anpacken wollen. Wir entschieden uns daher direkt mit unserer Heldenreise zu beginnen und die Bedürfnisse und Gedanken des Teams in diesen Prozess miteinzubeziehen.



Sympra-Team auf Heldenreise

Wir starteten mit einem Workshop, an dem alle Mitarbeitenden beteiligt waren, und der dem Konzept der Heldenreise folgte. Ziel des Workshops war es, klare Verantwortlichkeiten zu definieren und dabei alle Mitarbeitenden einzubeziehen. Im Workshop wurden alle Mitarbeitenden gemeinsam als Held:in etabliert und machten sich auf den Weg in das „Abenteuer nachhaltige Agentur“. Die Schatztruhe unseres Begehrens war am Anfang der Sympra-Heldenreise prall gefüllt mit unseren Nachhaltigkeitszielen aus dem WIN-Konzept und Nachhaltigkeitsprojekten darüber hinaus. Um mit vereinten Kräften den Kampf gegen unliebsame Gegner wie z. B. „den Zeitmangel“ zu gewinnen, sind wir in vier Heldenteams angetreten. Jedes Team hatte die Eroberung eines Teilaspekts unseres Nachhaltigkeitskonzepts zum Ziel. Die Heldenteams sind bewusst so eingeteilt, dass Mitarbeitende, die im Arbeitsalltag eher wenig Schnittstellen miteinander haben, bspw. keine gemeinsamen Kunden betreuen, ein Team bilden. Dadurch fördern wir gleichzeitig den internen Zusammenhalt und profitieren vom Austausch miteinander.

Unterstützt durch ein digitales Arbeitsblatt (Canvas), tauschten sich die Heldenteams bereits beim ersten Workshop zu folgenden Fragen aus:

- Welche Meilensteine müsst Ihr erkämpfen, bis Euer Schatz erreicht ist?
- Bis wann muss welcher Meilenstein erreicht sein?
- Wer in Eurer Gruppe ist für was verantwortlich?
- Welche Herausforderungen müsst Ihr meistern?
- Braucht Ihr Unterstützung auf Eurer Reise, wenn ja, welche?
- Welche Expertin, welcher Experte aus dem Sympra-Team kann Euch unterstützen?

So wurde sichergestellt, dass die Heldenteams direkt ins Handeln kommen und die Anforderungen als handhabbar wahrnehmen. Ein gemeinsames Trello-Board diente zur Visualisierung der Erfolge und strukturierte die Zusammenarbeit der Einzelteams. Die Teams wurden gebeten, ihre Meilensteine dort zu vermerken. Das Trello-Board war außerdem dazu da, Ideen zum Thema Nachhaltigkeit aller Mitarbeitenden zu sammeln, auch unabhängig von den bisherigen WIN-Zielen.

Um regelmäßig im Austausch zu bleiben, kam das gesamte Team einmal im Monat zu Lagebesprechungen zusammen. Welche Schätze sind bereits erobert? Welche Gegenspieler müssen gerade besiegt und welche Herausforderungen gemeistert werden? Braucht ein Heldenteam Unterstützung und was sind die nächsten Schritte zum nächsten Schatz? Beflügelt vom Gedanken an Superheld:innen rangen wir hartnäckig um Lösungen und warfen scheinbar Bewährtes über Bord, kartografierten Prozesse neu und setzten vermeintlich verrückte Ideen zum Nutzen aller in die Tat um. Nach einem Jahr auf Heldenreise schauen wir nun stolz in eine prall gefüllte Schatztruhe. Dieser WIN-Bericht ist ein wichtiges Zeichen unseres Erfolgs.

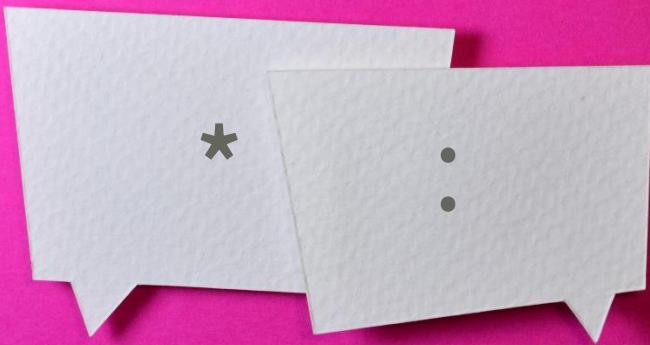


symLUNCH und symPROJECTSLAM – wir bilden uns weiter

Gemeinsam immer besser zu werden, gegenseitig neue Impulse zu setzen und im Austausch zu bleiben – das sind feste Bestandteile unseres Qualitätsverständnisses. Durch die pandemiebedingte Änderung der Arbeitssituation bei Symptra traten die internen Weiterbildungsformate, die auf Präsenz ausgelegt waren, in den Hintergrund. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsreise haben wir daher die Formate symLUNCH und symPROJECTSLAM wiederbelebt und an die neue Situation angepasst. Das symLUNCH dient dem Know-how-Transfer ins Team, findet nun bei Bedarf auch digital/hybrid statt und dauert meist ca. 30 Minuten. Input für ein symLUNCH bieten beispielsweise externe Weiterbildungen, Lessons learned, die Vorstellung und Diskussion aktueller Trends/neuer Kanäle und Formate, neuer Tools aber auch die Präsentation von und mit neuen Dienstleistern.

symPROJECTSLAMs halten uns immer auf dem Laufenden darüber, an was die anderen Teammitglieder im Moment arbeiten. Gerade durch den vermehrt hybriden Agenturalltag, wird der interne Austausch immer wichtiger. Daher werden bei einem symPROJECTSLAM Symptra-Best-Practices vorgestellt. Das Format bietet eine Plattform für Projektvorstellungen entlang der Symptra-Kompetenzen (was machen wir gerade im Bereich XY?). Besondere Teamleistungen und außergewöhnliche Symptra-Projekte werden hervorgehoben sowie neue Produkte und Dienstleistungen vorgestellt und diskutiert.

Seit Einreichung unseres WIN-Konzepts haben bei Symptra vier symPROJECTSLAMs und sechs symLUNCHes stattgefunden. Ergänzt wurden die internen Weiterbildungen durch externe Impulse wie beispielsweise einen Workshop mit Sascha Pallenberg zum Thema Nachhaltigkeit und Digitalisierung für das gesamte Team sowie zahlreichen Webinaren, an denen die Kolleginnen und Kollegen individuell teilgenommen haben.



Mitgemeint ist nicht mitgedacht

Sprache schafft Wirklichkeit, und wer sprachlich unterrepräsentiert ist, verliert an Bedeutung. Denn unsere Vorstellung ist an Sprache gekoppelt, und Sprache prägt unsere Wahrnehmung. Wir fördern die im Grundgesetz verankerte Gleichbehandlung der Geschlechter und setzen vielfaltssensible Sprache als einen Baustein von vielen ein, damit mehr Gleichberechtigung gelingt. Dabei geht es nicht um Geschlechter, sondern um Gerechtigkeit und Empathie in der Sprache, denn wir wollen die Welt so divers darstellen, wie sie heute ist. Wir setzen uns dafür ein, dass Vorurteile abgebaut werden und stärken ein gemeinschaftliches Miteinander. Wir wollen ein Vorbild für Vielfalt und Inklusion sein und unsere Unternehmenswerte wie Respekt, Offenheit und Toleranz auch sprachlich sichtbar machen. Diese tiefgehende Beschäftigung mit vielfaltssensibler Sprache kommt dabei nicht nur uns selbst zugute, sondern wir positionieren uns als kompetente

Beraterinnen und Berater für unsere Kunden, bei denen wir verstärkt den Bedarf an Unterstützung in diesem Bereich wahrnehmen.

Eine für alle Fälle gültige Patentlösung gibt es zum Thema vielfaltssensible Sprache nicht. Die Angst, nicht genau den richtigen Weg zu gehen, hält uns aber nicht davon ab, loszulaufen. Viele Wege führen hier zum Ziel, und jedes Unternehmen muss seinen eigenen finden. Empfehlungen geben eine Orientierung, das eigene Sprachgefühl und der Wunsch nach Höflichkeit sind hier gute Leitplanken. Denn was angemessen ist, hängt auch immer vom Sprachgefühl der jeweils beteiligten Personen und vom Kontext ab.

Unser Ansatz

- Intern verwenden wir konsequent vielfaltssensible Sprache.
- Wir fördern das Bewusstsein unserer Kunden für vielfaltssensible Sprache.
- Wir beraten unsere Kunden individuell, damit diese den für sie besten Weg finden.

Für Sympra haben wir in einem Positionspapier festgehalten, wie genau wir vielfaltssensible Sprache einsetzen und unterstützen uns gegenseitig bei der Umsetzung. In einem gemeinsamen symLUNCH wurde das von fünf Teammitgliedern ausgearbeitete Papier vorgestellt und die Entscheidung für ein Genderzeichen getroffen. Wir setzen nun einheitlich den Gender-Doppelpunkt ein, neben Beidnennungen und neutralen Formulierungen.

Tue Gutes und rede darüber

Um die Aufmerksamkeit auf Nachhaltigkeit in der Branche weiter zu verstärken und mit unserem Handeln andere Unternehmen zum Umdenken zu animieren, nutzen wir unsere eigenen Kommunikationskanäle. Im Sommer letzten Jahres widmeten wir einen Schwerpunkt unseres Sympra-Magazins dem Thema Nachhaltigkeit. Veröffentlicht wurden sechs Beiträge, neben dem Editorial ein Interview mit Professor Wolfgang Schweiger von der Universität Hohenheim zur Bedeutung von Corporate Social Responsibility in Wissenschaft und Praxis, ein Beitrag zur Vorsicht, die viele Unternehmen leitet, wenn es um die Kommunikation ihres nachhaltigen Engagements geht, eine Podcastfolge zu Circular Economy mit Richard Postins, Geschäftsführer unserer PRN-Partneragentur PROVA in Großbritannien, ein Scrollytelling zu Nachhaltigkeit bei Sympra und ein Artikel zu unserem Nachhaltigkeitskonzept rund um die WIN-Charte. Neben dem Sympra-Magazin haben wir im vergangenen Jahr auch unsere Social-Media-Kanäle Instagram, Facebook, LinkedIn und Twitter genutzt, um regelmäßig über unsere Nachhaltigkeitsstrategie und die WIN-Charta zu berichten. Neben unseren eigenen Aktivitäten haben wir hier auch unseren Kunden immer wieder eine Plattform für ihr Engagement gegeben. Darüber hinaus haben wir unsere Website so umstrukturiert, dass unsere Querschnittsthemen – Nachhaltigkeit ist eines davon – prominent auf der Homepage zu finden sind. Hier bieten wir insbesondere auch den Kundenprojekten eine Bühne, die sich durch nachhaltige Aspekte auszeichnen und anderen als Inspiration dienen können.



Über unsere eigenen Kanäle und unseren internen Austausch hinaus haben wir uns dafür eingesetzt, Menschen zum Umdenken anzuregen. Menschen außerhalb unseres bisherigen Netzwerks erreichten wir bei einem Impulsvortrag für die Deutsche Gesellschaft für Personalführung, wo die methodische Begleitung unseres Nachhaltigkeitsprozesses vorgestellt wurde. Innerhalb unserer Branche sind wir kontinuierlich im Austausch, um PR-Agenturen und unsere Arbeit gemeinsam immer nachhaltiger zu gestalten. Die Mitgliedschaft einer Kollegin in der Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ der GPRA Young Professionals, trägt dazu bei, agenturübergreifend Impulse zu erhalten und zu setzen.

INDIKATOREN

Indikator 1: Beiträge im Sympra-Blog mit dem Fokus Nachhaltigkeit

- 15 veröffentlichte Blogbeiträge und Presseinformationen

Indikator 2: Veröffentlichte Posts mit dem Fokus Nachhaltigkeit

- 22 Instagram-Posts
- 13 LinkedIn-Posts
- 24 Facebook-Posts
- 27 Tweets

Indikator 3: Interne Weiterbildungen

- Vier symPROJECTSLAMs
- Fünf symLUNCHes

AUSBLICK

Das eigene Handeln immer wieder kritisch zu hinterfragen, nie müde zu werden, weiter zu wachsen und noch besser zu werden – das ist es, was uns antreibt. Darüber hinaus sehen wir in unserer täglichen Arbeit ein enormes Potenzial, um bei anderen Anreizen zum Umdenken zu schaffen. Es liegt daher nahe, dass wir an diesem Schwerpunkt festhalten. Der Bericht zur WIN-Charta markiert einen Meilenstein, nicht das Ende des Projekts Nachhaltigkeit bei Sympra. Wir werden kontinuierlich gemeinsam weiter daran arbeiten, weshalb die monatlichen Meetings bestehen bleiben. Der Fokus wird dabei stärker auf den Austausch gesetzt. Die regelmäßige Beschäftigung mit dem Thema soll dazu führen, dass Nachhaltigkeit bei Sympra auch nach der gemeinsamen Anstrengung für diesen Bericht eine Aufgabe aller Mitarbeitenden bleibt. Über Kundenteams hinaus kann die gemeinsame Arbeit an und der Austausch zu Nachhaltigkeit die Gemeinschaft noch weiter stärken. Auch unsere Kommunikationskanäle und unser Netzwerk werden wir weiterhin einsetzen, um Impulse bei unseren Kunden und in unserer Branche zu setzen.

WEITERE AKTIVITÄTEN.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

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

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

Nachdem die Corona-Pandemie eine Rückkehr zur Arbeit im Büro momentan zulässt, bieten wir die Möglichkeit, hybrid zu arbeiten. Flexibel und angepasst an die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden kann individuell entschieden werden, an welchen Tagen im Büro gearbeitet wird und wann sich das Arbeiten aus dem Home-Office anbietet.

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Für die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen wir weiterhin individuelle und flexible Arbeitszeitmodelle. Beispielsweise wurde eine Kollegin nach ihrem abgeschlossenen Traineeship mit einer 80-Prozent-Stelle eingestellt und mit einer Kollegin, die im Sommer in den Mutterschutz und Elternzeit startet, planen wir bereits ihre Rückkehr in Teilzeit.

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

Für das leibliche Wohl unserer Mitarbeitenden bereitet unsere Köchin drei Mal in der Woche eine frisch zubereitete Mahlzeit aus regionalen Lebensmitteln zu. Das gemeinsame Mittagessen trägt zur Entspannung bei und fördert den Austausch und den Zusammenhalt im Team. Auf dem bestehenden niedrigen Niveau wollen wir unsere Fluktuationsrate halten. Die Nutzung der vielfältigen Weiterbildungsangebote fördern wir weiterhin.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Wir haben 1) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 2) Kunden sowie 3) Dienstleister als unsere wesentlichen Anspruchsgruppen identifiziert. Unser Ziel ist weiterhin die verbindliche Einhaltung der im Qualitätshandbuch festgelegten Qualitätsstandards – im Hinblick auf präzise recherchierten und zielgruppengerecht erstellten Content oder hinsichtlich des Umgangs mit Partnern, Journalist:innen und Dienstleistern. Noch in diesem Jahr steht unsere Rezertifizierung nach CMS -III-Standard an, die wir bereits vorbereiten. Unser Ziel ist es, unseren Kunden die maximale Unterstützung zu geben und eine reibungslose Integration unserer Dienstleistung in ihre Abläufe zu ermöglichen.

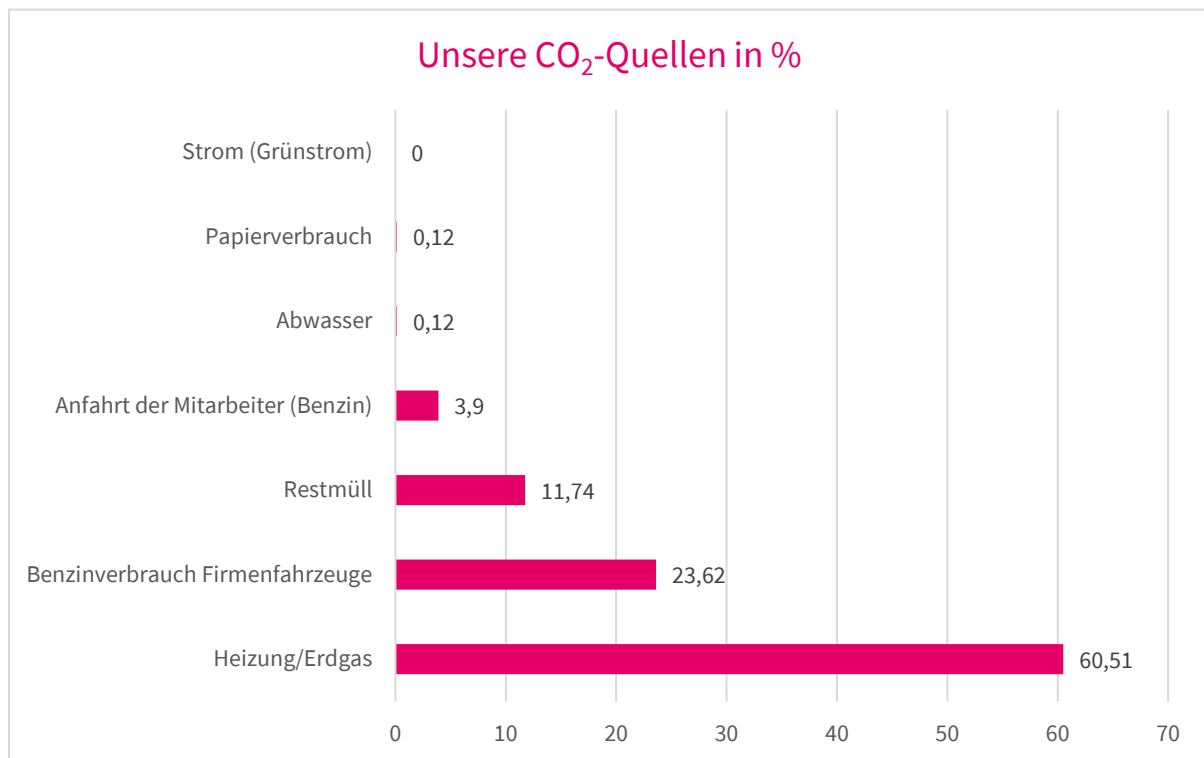
Umweltbelange

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Vieles setzen wir schon lange um: Wir beziehen seit 2019 zu 100 Prozent Ökostrom, zwei Drittel der Sympra-Fahrzeuge sind auf Plug-in-Hybride umgestellt worden, wir haben eine Wallbox installiert und wenn Geschäftsreisen stattfinden, werden sie vorzugsweise mit dem ÖPNV bestritten. Zusätzlich wurden Drucker weitestgehend abgebaut, um unseren Energieverbrauch weiter zu senken, und alle Büros mit selbstregulierenden Lampen ausgestattet. Kaputte Geräte werden zur Reparatur gebracht statt ersetzt.



Ausgehend von dieser Situation wollten wir unseren CO₂-Fußabdruck zu berechnen, wozu wir in einem ersten Schritt die bei Sympra relevanten Messgrößen identifiziert haben. Zunächst sind das vor allem Heizung (Erdgas), Strom (Ökostrom), Benzinverbrauch der Firmenfahrzeuge (Hybrid/Benzin). Außerdem fließen Papierverbrauch, Abwasser, Müllaufkommen (Restmüll) sowie Benzinverbrauch der Mitarbeitenden für Arbeitswege in den CO₂-Fußabdruck ein. Für Messgrößen, die für uns nicht (mehr) überprüfbar sind, wie beispielsweise Bahnreisen in Kilometer getrennt nach E- und Diesel-Fahrten, haben wir einen Sicherheitszuschlag von zehn Prozent hinzugefügt. Die daraus berechneten Gesamtemissionen von Sympra betragen 39,96 Tonnen CO₂.



Die Verteilung unserer CO₂-Quellen zeigt die Stellschrauben auf, an denen wir noch drehen können und müssen. Der größte Faktor ist hier die Gasheizung. Da wir in unserem Bürogebäude, einer 1906 erbauten Villa, zur Miete „wohnen“, liegt eine energetische Sanierung leider nicht direkt in unserer Hand. Zukünftige Zielsetzung ist jedoch, unser Heizungsmanagement zu optimieren und den CO₂-Fußabdruck so weiter zu senken.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Den sehr offenen und auch von unseren Kunden geschätzten Dialog pflegen und verbessern wir kontinuierlich. Alle unsere Partner:innen aus den Bereichen Werbung, Grafik, Event, Webdesign, Fotografie, Hörfunk und Film sind sorgfältig ausgewählt und haben sich neben ihren eigenen auch den Qualitätsstandards von Sympra verpflichtet. Diese Standards haben wir aufrechterhalten. Wir erfüllen alle unsere Aufgaben mit einem Höchstmaß an Qualität. Dafür haben wir uns im letzten Jahr intensiv mit digitalen Tools beschäftigt, die unsere internen Prozesse noch effizienter gestalten und zur Qualität unserer Produkte beitragen. Dazu gehören Werkzeuge für digitales Projektmanagement sowie Plattformen für einen einfachen Austausch mit Partner:innen und Kunden. Für ein produktives internes Informationsmanagement arbeiten wir aktuell mit unserem IT-Partner an einem neu aufgesetzten Wiki.

Als eine der ersten Agenturen in Deutschland haben wir uns 2020 nach dem internationalen Consultancy Management Standard (CMS III) zertifizieren lassen. Den dadurch bestätigten hohen Standard unserer Arbeit haben wir beibehalten – das lassen wir uns Ende 2022 durch eine Rezertifizierung bescheinigen.



Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Seit drei Jahrzehnten steht Symptra für wirksame Public Relations, immer vorne dabei, was Themen, Methoden und Kanäle angeht. Seit 1992 beschäftigen wir uns mit Öffentlichkeitsarbeit für Innovationen, die erst in der Zukunft in reale Produkte münden, und für Technologien, die Märkte und Gesellschaft verändern. Erklärungsintensives verständlich zu machen – das ist unsere DNA. Es ist und bleibt unser Antrieb, Neues zu erkennen und Komplexes zu durchschauen, um es in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Wir verfolgen auch nach dreißig Jahren auf allen Ebenen langfristige Strategien, die uns ein gutes Wirtschaften ermöglichen und unser Geschäftsmodell auf Dauer funktionstüchtig machen. Dabei achten wir auf den Puls der Zeit, um stets auf dem neusten Stand zu sein. Wir möchten weiterhin Trends mitgestalten und Impulse setzen. Alle Gewinne reinvestieren wir in das Unternehmen, um den größtmöglichen Outcome zu generieren.

Wir sind ein Team, das sich für die Kunden engagiert und das sich bei und mit Symptra wohlfühlt; die Verweildauer der Kolleginnen und Kollegen war und ist weit über dem Durchschnitt der Branche. Die Alterspanne der Kolleginnen und Kollegen reicht von 22 Jahren bis hin zu 62 Jahren. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, alle vakanten Stellen unter Berücksichtigung der Diversität zu besetzen.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Die Begriffe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility sind allgegenwärtig. Für Unternehmen und Institutionen ist es unabdingbar geworden, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und sich beim Thema Nachhaltigkeit klar zu positionieren. Für uns ein Grund, das Thema Nachhaltigkeit auf der Startseite unserer Website hervorzuheben und dadurch ein Zeichen zu setzen, dass wir diesem Thema einen hohen Stellenwert einräumen.

Transparenz über die Maßnahmen nachhaltigen Wirtschaftens sowie ein kontinuierlicher Dialog nach innen und außen helfen dabei, langfristig ein positives Nachhaltigkeitsimage zu etablieren. Dabei unterstützen wir unsere Kunden und begleiten sie kommunikativ auf ihrem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften. Wir machen mit unserer Kommunikation die nachhaltigen und innovativen Produkte unserer Kunden sichtbar. Zwei unserer Kolleginnen waren beispielsweise maßgeblich am Productivity Symposium der CONCEPT AG beteiligt, das in diesem Jahr unter dem Motto „Technologievorsprung – Deutschland als Vorreiter bei Ressourcen- und Energieeffizienz“ stand. Alle Anmoderationen sowie Texte für die Publikation, die im Nachgang an die Veranstaltung entsteht, wurden von Sympra verfasst.

Wir teilen nachhaltige Innovationen unserer Kunden auch über unsere eigenen Kanäle, um sie noch präsenter zu machen. So geben wir beispielsweise in unserem Newsletter den nachhaltigen Innovationen unserer Kunden eine Bühne. In der ersten Ausgabe 2022 berichteten wir über unseren Kunden Uzin Utz und dessen Anspruch, mit zukunftsfähigen Materialien zu bauen. Uzin Utz kooperiert beispielsweise mit dem Rohstofflieferanten BASF und verwendet biomassenbasierte Bindemittel für einige seiner Dispersionsklebstoffe. Damit reduziert der Komplettanbieter für Bodensysteme rohstoffseitig CO₂-Emissionen und erhielt dafür den Umweltmanagement-Preis in der Kategorie „Beste Maßnahme Klimaschutz“, den das Bundesumweltministerium erstmalig auslobte.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Alle Betriebsinvestitionen wurden und werden in Hinblick auf ökologische Kriterien (Umweltfreundlichkeit) überprüft. Umweltfreundliche Alternativen wurden und werden bevorzugt.

Die Geschäftsentwicklungen im Jahr 2021 wurden, wie im Zielkonzept formuliert, dem Team Ende des Jahres durch die Geschäftsleitung transparent dargestellt. Dies soll auch weiterhin, mindestens einmal im Jahr geschehen. Größere Investitionsentscheidungen werden auch künftig vorab durch die Geschäftsleitung vorgestellt, wobei dem Feedback der Mitarbeitenden eine hohe Gewichtung beigemessen wird.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

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

UNSER WIN!-PROJEKT.

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Mit 38,4 Prozent der Landesfläche ist Baden-Württemberg nach Bayern die walddreichste Region Deutschlands. Unsere Wälder haben jedoch mit Dürre, Hitze, Stürmen und dem hartnäckigen Borkenkäfer zu kämpfen. Laut Waldzustandsbericht 2020 werden 46 Prozent der Fläche als deutlich geschädigt eingestuft. Forstminister Peter Hauk sagte bei der Vorstellung des Berichts, dass ein noch nie dagewesenes Schadniveau seit Beginn der Waldzustandserhebung erreicht wurde. Jeder fünfte Baum unseres Waldbestands gilt heute als geschädigt.

Im Jahr 2022 feiert Sympra 30-jährigen Geburtstag. Im Zuge dessen haben wir unser eigenes WIN-Projekt entwickelt und uns zum Ziel gesetzt, bis zum Ende des Jubiläumsjahres insgesamt 30 Bäume zu pflanzen. Ausgewählt haben wir dafür verschiedene Stadtorte in Baden-Württemberg, um dadurch einen Mehrwert für die Region zu schaffen. Hier war uns ein Bezug zu Sympra wichtig, um die einzelnen Baumprojekte langfristig beobachten und begleiten zu können. Bei den Bäumen handelt es sich um größere Gehölze, nicht um Setzlinge. Gepflanzt werden beispielsweise alte, resistente Sorten von Obstbäumen oder regionale Baumarten wie etwa die Sommereiche oder der Berg-Ahorn.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Für die insgesamt 30 Bäume ist mit einem monetären Aufwand in Höhe von 6.500 Euro zu rechnen. Erwähnenswert sind an dieser zudem die Arbeitsstunden, die in unser WIN-Projekt geflossen sind, denn die Planung und ein Teil der Umsetzung erfolgte durch Sympra-Mitarbeitende.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Am Anfang unserer Planung definierten wir zunächst die Rahmenbedingungen, die uns für das WIN-Projekt wichtig sind. Da der regionale Mehrwert das Fundament des Projekts bilden sollte, nahmen wir eine Analyse unserer Kunden vor und überlegten gemeinsam, welche sich besonders gut für eine Baumspende eignen würden.

Die Wahl fiel auf ein großes Wohnungsunternehmen, das wir in Württemberg bei der Pressearbeit unterstützen. Ein Zeichen für das ausgeprägte Nachhaltigkeitsverständnis dieses Kunden ist die Zielsetzung, bis zum Jahr 2045 komplett klimaneutral zu sein. Dafür wurde ein Klimapfad entwickelt, der konkret abbildet, welches Gebäude wie und wann modernisiert werden muss, um langfristig fit für eine grüne Zukunft zu sein. Aus diesem Grund haben wir uns dazu entschieden, zehn Bäume zur Wohnumfeld-Gestaltung zu spenden. Hierzu wurde eine Standortanalyse durchgeführt, um die bestmöglich geeigneten Quartiere im Raum Stuttgart und in Ostfildern zu definieren. Es war unser Ziel, durch diese Spende zur Vegetation und der Begrünung versiegelter Flächen beizutragen. Als die Planung bereits sehr weit vorangeschritten war, erreichte uns die Nachricht aus der Compliance-Abteilung des Unternehmens, dass unsere Spende leider nicht angenommen werden dürfe. Aktuell evaluieren wir weitere Standorte, die einem ähnlichen Anspruch genügen, als Ersatz.

Zum anderen spendeten wir 15 Bäume an unseren Kunden AT-Verband für die Realisierung einer Streuobstwiese in der Nähe von Kirchheim Teck. Das Projekt des Kunden sieht vor, alte Sorten zu reaktivieren – mit dem Ziel des Erhalts der Kulturpflanzen insbesondere auch mit Blick auf ihre Resistenz gegenüber klimatischen Veränderungen. Die Streuobstwiese schafft neuen Lebensraum für Bienen und Insekten, das Obst wird in regionale Produkte verarbeitet.

Einen weiteren Baum haben wir in unserem Sympra-Garten als „Jubiläums-Baum“ gepflanzt und auch hier auf die Standortkompatibilität geachtet. Nach einer externen Beratung durch einen Landschaftsgärtner haben wir uns für eine heimische Kupferfelsenbirne entschieden.

AUSBLICK

Das WIN-Projekt ist mit der Abgabe des Berichts für uns nicht abgeschlossen. Es ist uns ein Anliegen, das Projekt weiter zu verfolgen und zu begleiten. Konkret möchten wir die Entstehung und Weiterentwicklung der Streuobstwiese medial begleiten und die Projektergebnisse kommunizieren. Geplant sind ein Video-Dreh vor Ort mit dem Projektverantwortlichen der Streuobstwiese sowie eine gemeinsame Pressemitteilung von Sympra und dem AT-Verband, um die Öffentlichkeit über das Projekt zu informieren. Außerdem werden wir uns schnellstmöglich um eine Alternative für die Bäume kümmern, die ursprünglich für das Wohnbauunternehmen gedacht waren. Die vier noch verbleibenden Bäume werden außerdem jeweils in den Gärten von Sympraner:innen gepflanzt. Auch bei der Auswahl dieser Bäume achten wir bewusst auf die Auswahl einer regionalen Sorte sowie auf die Bedingungen und Gegebenheiten an den jeweiligen Standorten.



KONTAKTINFORMATIONEN.

ANSPRECHPARTNER:INNEN

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

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

Lisa Curdes
lisa.curdes@sympra.de
0711/947670

IMPRESSUM

Herausgegeben am 16. August 2022 von

Sympra GmbH (GPRA)
Stafflenbergstraße 32, 70184 Stuttgart
Telefon: 0711/947670
E-Mail: pr@sympra.de
Internet: www.sympra.de