



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022

DESIGNBÜRO MEES + ZACKE



INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta.....	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."	5
	Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."	6
	Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit mit ein	8
5.	Weitere Aktivitäten.....	11
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	11
	Umweltbelange.....	12
	Ökonomischer Mehrwert.....	14
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	15
	Regionaler Mehrwert.....	16
6.	Unser WIN!-Projekt	17
7.	Kontaktinformationen.....	19
	Ansprechpartner	19
	Impressum.....	19

ÜBER UNS

1. Über uns

UNTERNEHMENDARSTELLUNG

Das Designbüro Mees + Zacke wurde 1994 von Dipl. Des. Barbara Mees und Dipl. Des. Christian Zacke in Reutlingen gegründet.

Seit dieser Zeit arbeiten wir kontinuierlich im Bereich der Kunden-Kommunikation und deren grafischer Darstellung. Dies umfasst die Beratung, die Konzeption der Kommunikationsmaßnahmen sowie deren Umsetzung und Realisierung. Die Realisierung mündet dann in Printprodukten, Messeauftritten und Online-Kommunikation.

Ein Großteil unserer Kunden kommt aus den Bereichen Bildung, Gesundheit und Soziales sowie Wissenschaft und Technik.

In der Region wird unsere Fachkompetenz auch von Wissenschaftseinrichtungen und lokalen Auftraggebern aus unterschiedlichen Branchen genutzt.

Zur Zeit besteht unser Team aus fünf Mitarbeitern: drei aus dem Bereich Konzeption und Gestaltung, einen im Bereich Programmierung und Technik und einer Mitarbeiterin im Bereich Kunden-Kommunikation und Administration.

Wir sind eine klassische Werbeagentur, die den Schwerpunkt auf Corporate-Design, Gestaltung und Kundenkommunikation legt.

Durch unseren Kundenstamm sind wir spezialisiert auf Markenentwicklung, imagebildende Maßnahmen, Personalwerbung und Informationsvermittlung.

WESENTLICHKEITSGRUNDSPRINZIPIEN

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

DIE WIN-CHARTA

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 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 zielform und kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

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

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 22.04.2020

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: EPIZ: Webseite Das Weltspiel

Schwerpunktbereich: SDGs

- | | | |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima | <input checked="" type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Gesamt für alle Projekte 3 Tage

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter"
- Leitsatz 5: Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Leitsatz 2: Von Anfang an war uns wichtig, dass sich unsere Mitarbeiter, und natürlich genauso auch wir selbst, uns bei unserer täglichen Arbeit wohl fühlen.

Nur durch dieses Wohlfühlen können wir gute und kreative Leistung erbringen. Ein geflügelter Satz bei mir ist immer: „Ich möchte, dass sich alle hier so wohl fühlen, als wenn sie zu Hause wären (am liebsten wohler als zu Hause). Dann kommen alle gerne zur Arbeit und die Arbeit wird als positiv empfunden.

Leitsatz 5: 1994 wurde das Designbüro gegründet, seitdem setzen wir sowohl im Betrieb als auch privat auf erneuerbare Energien. Bei der Auswahl unserer Infrastruktur spielt der nachhaltige, energiesparende und damit auch kosteneffiziente Einsatz der Ressourcen eine wichtige Rolle.

Leitsatz 12: in vielen unserer Beratungsgespräche ist dieser Leitsatz Bestandteil unseres Handelns und Denkens. Gerade im kreativen Umfeld gehen wir oft neue Wege und überzeugen damit unsere Kunden und deren Kunden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

ZIELSETZUNG

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter ist essenziell! Wir fördern es durch verschiedenste Maßnahmen, angefangen von kostenlosen Kalt- und Warm-Getränken, Bio-Obstkorb, und immer wieder der Frage „hast Du noch irgendeinen Wunsch“. Die Grund-Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erkennen wir an der geringen Fluktuation.

Im Nachfolgenden in Stichpunkten zusammengefasst:

- Moderne Arbeitsplätze mit neuester Technik
- Weiterbildungsmöglichkeiten, Besuch von Seminaren und Veranstaltungen, in der Pandemie-Zeit war dies leider oft nur online möglich. Uns ist bewusst, dass eine Präsenz-Veranstaltung einen deutlich höheren Lerneffekt hat.
- Feedback-Gespräche zur Arbeit und zum Umgang untereinander
- Freie Einteilung der Arbeitszeit
- Dadurch Förderung von Beruf und Familie
- Home-Office als fester Bestandteil, wenn gewünscht. (zurzeit ein Mitarbeiter mit 2 Tagen pro Woche)
- Teambildungsmaßnahmen: Betriebsausflug und gemeinsame Freizeitaktivitäten
- Kollegialer und vertrauensvoller Umgang
- Vorschlagswesen für strukturelle, aber auch unternehmerische Entscheidungen
- Faire Bezahlung inklusive Bonuszahlung für erfolgreiche Jahre
- Angebot der betrieblichen Altersvorsorge

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Mehr gemeinsame Aktivitäten (außerhalb der Büroräume), um die Defizite des sozialen Miteinanders aus der Coronazeit zu kompensieren
- Besuch eines Escape-Rooms als Teambildungsmaßnahme: gemeinsam Lösungen finden

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Ziel ist es, die Work-Life-Balance fest im Blick zu haben und hier flexibel auf die Wünsche der Mitarbeiter zu reagieren. Die 4 Tage Woche ist weiterhin denkbar, steht aber momentan nicht im Vordergrund.

Flexible Arbeitszeiten bzw. Home-Office werden umgesetzt, die Vereinbarung von Familie und Beruf ist dadurch gewährleistet.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator : Flexibles Home-Office

- Wird von einem Mitarbeiter dauerhaft betrieben und ist im Bereich der Programmierung/IT gut umsetzbar
 - Weiterführung in dieser Form ist geplant
-

AUSBLICK

- Flexibles Home-Office wird weiterhin möglich sein, allerdings hat sich gezeigt, dass im Kreativ-Prozess der persönliche Austausch wichtig ist.
 - Weitere Events zur Teambildung sind in Planung.
 - Weiterbildungsmaßnahmen sollen wieder verstärkt genutzt werden, wenn möglich in Seminaren und im Austausch mit anderen.
 - Weiterbildung z. B. zum Thema CO2 arme Webseiten
-
- Unser Ziele: Belebung und Stärkung des Teamgeists, Anschub für kreative Prozesse geben. Noch stärkere Flexibilität der Arbeitszeit und des Arbeitsortes.

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

ZIELSETZUNG

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1994 setzen wir auf erneuerbare Energien. Unsere Computer laufen mit „Wasserkraft“ aus regionaler Erzeugung. Genauer gesagt Echaz Strom von den Stadtwerken Reutlingen, so bleibt auch der Gewinn in der Region. (Die Echaz ist der kleine Fluss, der durch Reutlingen fließt).

Bei der Auswahl unserer Geschäftsräume und unseres Wohnortes war es uns wichtig, dass wir als Inhaber den Arbeitsweg zu Fuß erledigen können.

Die meisten unserer Mitarbeiter kommen im Sommer mit dem Fahrrad, im Winter je nach Wetter auch. Leider hat die Stadt die Buslinien neu strukturiert, so dass die Wege nur mit Umsteigen und langen Wartezeiten möglich sind. Folge ist, dass nun auch das Auto wieder verstärkt zum Einsatz kommt.

Bei der Beschaffung unserer elektronischen Geräte, insbesondere der Arbeitsplatz-Computer und der Server, achten wir sehr deutlich auf den Stromverbrauch. Schließlich sind es diese Geräte, die den ganzen Tag oder auch mal das ganze Jahr durchlaufen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Unser Betriebsgebäude wurde vor Einzug kernsaniert und isoliert. Wir haben eine geregelte Lüftungsanlage und erreichen damit eine hohe Energieeffizienz. Alle Heizungsventile sind elektronisch gesteuert und so programmiert, dass sie nur bei Anwesenheit der Mitarbeiter den Raum auch heizen.

Im täglichen Arbeitsalltag achten wir darauf, dass unsere Produkte, die wir produzieren lassen, wenn möglich, klimaneutral hergestellt werden, bzw. wir eine entsprechende Ausgleichsabgabe tätigen.

Bei der Auswahl unserer Online-Server, auch denjenigen, die wir unseren Kunden empfehlen, achten wir auf klimaneutralen/Ökostrom Betrieb.

Geschäftlich und privat vermeiden wir möglichst Kunststoff-Verpackungen und verwenden Stoffbeutel oder ähnliches für unsere Einkäufe bzw. bei Memo-Bestellungen (Bürobedarf) werden wieder verwendbare Boxen zum Einsatz gebracht.

[Nennen Sie ggf. Abweichungen vom Zielkonzept]

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Das angekündigte E-Auto ließ auf sich warten, als Ersatz haben wir einen kleinen E-Twingo gemietet und so schon erste Erfahrungen mit der E-Mobilität gemacht.
Da dieser nur einen kleinen Akku hatte, konnten wir uns schon auf die Ladesituationen gut einstellen
- Es sind nun an der Wohnadresse und im Büro Wallboxen installiert.
- Der bestellt VW ID3 wurde geliefert! Es ist ein tolles Gefühl, klimaneutral und leise dahinzugleiten!
Für Betriebsfahrten, die im sinnvollen Ladebereich sind, wird nun von den Mitarbeitern dieses E-Auto verwendet.
- Fortbildung und Sensibilisierung der Mitarbeiter für eine CO₂ arme Gestaltung und Programmierung von Webseiten. Nicht nur der Server auf dem die Webseite gehostet wird braucht Energie, auch die ausgewählte Software, die auf diesem Server läuft muss schlank und effizient sein. Hinzu kommen noch die Datenmengen, die vom Server zum Endanwender übertragen werden, und dann noch die Energie, die zum Betrachten der Webseite auf den Endgeräten verwendet wird.
- Auch angeschoben durch den Ukraine-Krieg wird die Effizienz der Heizungsanlage optimiert, letzte noch nicht optimal isolierte Rohre werden isoliert und die Vorlauftemperatur um ein paar Grad gesenkt. Da es eine Zentralheizung ist, muss es mit den anderen Parteien in Haus behutsam abgestimmt werden.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Es ist weiterhin schwierig die genauen Zahlen zum Energieverbrauch des laufenden Betriebes zu vergleichen, da auch in 2021 noch teilweise Home-Office für alle bestand und wir auf kein komplettes „normales“ Jahr zurückblicken können.

- Im Bereich der Webentwicklung schlummert, was die Energieeffizienz betrifft, ein großes Potenzial, das wir in zukünftigen Projekten und da wo es im laufenden Betrieb möglich ist, optimieren wollen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

[Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen]

Indikator 1: Webserver / Webseiten

- Durch die kontinuierlichen Updates der Software und die Optimierung der Benutzerführung werden kürzere Seitenladezeiten erreicht. Jede Serveranfrage verbraucht Strom, dieser Strom wird durch ständige Optimierung reduziert.
Nahezu alle unsere neu entwickelten Webprojekte laufen nun auf CO2 neutralen Servern.

Indikator 2: E-Auto

- In der Übergangszeit zwischen altem und neuem Leasingvertrag (8 Monate verzichteten wir zum Teil ganz aufs Firmenfahrzeug, was aber nur bedingt möglich war). Durch ein E-Auto-Abo konnten wir schon im Vorfeld positive Erfahrungen zum Thema Reichweite und E-Auto laden sammeln
- So wurde im Jahr 2021 die Fahrleistung deutlich reduziert. In den 8 Monaten wurden nur ca. 3000 km mit Fremdfahrzeugen und Auto-Abo zurückgelegt. Davon waren gut 2300 rein elektrisch und durch Ökostrom auf dem Papier klimaneutral.
- Im Vergleich zu 2020 (12.000 km Fahrleistung) wurden damit ca. 50 % an Fahrleistung eingespart. Von den restlichen Kilometern waren ca. 1/3 elektrisch und damit klimaneutral.

AUSBLICK

- Für das Jahr 2022 wurde bei dem Gasversorger „Lichtblick“ ein Liefervertrag mit Öko-Gas gebucht.
- Das nun vorhandene E-Auto (VW) wird die Beförderung klimaneutral gestalten. (VW sagt, dass die Fahrzeugproduktion inkl. Akkus klimaneutral hergestellt wurde, bzw. entsprechende Abgaben geleistet wurden). Wir hoffen, dass dies kein Green-Washing ist.
- Die Förderung des CO2 neutralen Arbeitsweges wird verstärkt unterstützt.
Die Anschaffung von Job-Rädern oder Büro-E-Bikes ist in Diskussion.
- Unser Ziel: Weiter dran bleiben!
 - a. an der Optimierung der Arbeitswege Bike und Bus / Homeoffice
 - b. an unserer Infrastruktur und dem Verbrauch von Ressourcen wie Arbeitsmaterialien (Papier und Grafik-Material)

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit mit ein

ZIELSETZUNG

Mees und Zacke ist seit Anbeginn ein „familiengeführtes Unternehmen“ ohne große Hierarchie-Ebenen. Dadurch ist der Kontakt zu den Kollegen/Mitarbeitern sehr eng und unkompliziert. Allein schon durch unsere Tätigkeit „Kreativarbeit“ sind wir täglich am Umdenken. Durch neue Technologien werden oft Arbeitsschritte digitalisiert. Klassisches Beispiel: früher wurde alles ausgedruckt und per Post geschickt, heute per Mail oder über andere Online-Wege.

Durch diese Digitalisierung werden nicht nur Wege gespart, auch viele Ausdrucke und Präsentationen, die früher vor Ort stattfanden, werden heute online gelöst.

Die Corona Krise hat diesen Prozess nun auch von außen beschleunigt.

Durch unser nachhaltiges Beschaffungsmanagement (von Anfang an bestellen wir unser Büromaterial bei der Firma Memo, einem der nachhaltigsten Bürobedarf-Versender in Deutschland) sind unsere internen Prozesse und Ressourcen schon sehr umweltfreundlich.

Da das Homeoffice nun mehr und mehr auch papierlos ist, stellen wir eine deutliche Reduzierung der Ausdrucke fest.

Dies wurde in der Vergangenheit nicht genau erfasst. Allerdings zeigt sich heute, dass die bestellten Materialmengen zum Teil doppelt so lange halten. Nicht nur gut für den Geldbeutel!

Allerdings laufen z.B. die Verfalldaten von Druckerpatronen ab obwohl noch Tinte drin ist. Hier gehen wir pragmatisch vor und brauchen die noch auf, in der Hoffnung, dass dies keinen Schaden für die Geräte verursacht. Für die Zukunft ist also eine größere Bevorratung nicht mehr sinnvoll.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Weniger Ausdrucke, dadurch weniger Ordner, die im Regal stehen und weniger Material, das später entsorgt werden muss
- Noch größere Sensibilisierung für den Energieverbrauch, gerade im Umgang mit Webseiten.
- CO2 Einsparung durch Nutzung von öffentlichem Nahverkehr, Fahrrad und Elektroauto
- ...

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

[Qualitative Dokumentation]

Die aktive Kommunikation mit den Kunden zur CO2 sparsamen Webseite stößt auf große Zustimmung.

Hier gilt es nun den Nutzen für den Kunden noch besser herauszuarbeiten. Denn eine CO2 arme Webseite spart nicht nur CO2, sie ist im Normalfall auch schneller und wird dadurch von Google besser bewertet. Wenn dann im Zuge der Optimierung auch noch die Benutzerfreundlichkeit verbessert wird, dann kommt der Endanwender schneller zum Ziel.

INDIKATOREN

[Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen]

Indikator 1: Die eigene Webseite

Hier wurde durch Optimierung von Bildern und Quellcode ca. 70 % an Energie für die Übertragung der Inhalte von Server zum Endanwender eingespart.

Indikator 2: Auswahl und Wiederverwendung von Materialien

Verschiedene Kunden konnten von noch umweltfreundlicheren Materialien sowohl bei der Papierqualität als auch bei der Verarbeitung von ökologisch zertifizierten Herstellern überzeugt werden. Auch die Wiederverwertung von Rollups mit neuer Bespannung hat vermehrt funktioniert.

AUSBLICK

Durch die Digitalisierung muss verstärkt Aufmerksamkeit auf die dadurch größeren Stromverbrauche gelegt werden.

Hier sehen wir große Potenzial im Bereich der Webentwicklung. Die Rückmeldung unserer Kunden zu diesen Themen lassen uns zuversichtlich auf die nächsten Jahre blicken.

Erste Workshops haben dazu statt gefunden. So das diese Thema der CO2 armen Webseite von Kundenseite bestätigt wurde.

Wir werden im laufenden Jahr hier verstärkt auf unser Kunden zugehen und bestehende Seite optimieren.

Ziel wird es sein, unser Knowhow im Bereich der CO2 armen Webseiten zu schärfen und es für zukünftige Projekte konsequent umzusetzen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Projektbezogene Unterstützung für unsere Kunden, insbesondere bei der Umsetzung der SDGs

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere SDG-Projekte sprechen sich herum. Wir werden von verschiedenen Zielgruppen darauf angesprochen und unterstützen sie bei der Umsetzung für Ihre Projekte.
- Unser E-Auto ist mit SDG-Kacheln beklebt ... wir erfahren Zuspruch, aber auch Nachfragen, was das denn sei. Dadurch kommen wir ins Gespräch und können die Ziele der 17 SDGs kommunizieren.

Ausblick:

- Verstärkte Kommunikationsstrategie, um unser nachhaltiges Handeln unseren Anspruchsgruppen kund zu tun
- weitere Projekte rund um die SDGs, um die Ziele bei möglichst vielen Menschen ins Bewusstsein zu bringen.
- Zu diesem SDG-Themen hat es schon viele positive Rückmeldungen in den zurückliegenden Jahren gegeben. Das bestätigt uns in unserem Handeln und gibt Mut und Kraft, diese Themen verstärkt zu kommunizieren.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Weiterbildungsmöglichkeiten, Besuch von Seminaren und Veranstaltungen
- Freie Einteilung der Arbeitszeit, dadurch Förderung von Beruf und Familie

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Home-Office für alle, die es wollen, aber nicht ausschließlich, da wir das Miteinander und die persönliche Begegnung als wichtige Säule in unserem Beruf sehen.

Ausblick:

- Die 4-Tage-Woche wird weiterhin getestet. Allerdings stellt sich auch die Frage, ob es von Kundenseite positiv aufgenommen wird. Sollte die Agentur dann Freitags nicht mehr erreichbar sein, könnte das als „schlechter“ Service wahrgenommen werden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Verstärkte Kommunikationsstrategie, um unser nachhaltiges Handeln unseren Anspruchsgruppen kund zu tun

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die vielen positive Rückmeldungen in den zurückliegenden Jahren sind unser Ansporn, auch in Zukunft hierüber mit unseren Gesprächspartnern in Austausch zu gehen.

Ausblick:

- Kommunikation ist wichtig, wir bleiben dran.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Reduzierung unseres Materialverbrauchs
- Verwendung möglichst umweltfreundlicher Materialien
- Bei der Beschaffung von neuen Geräten wird ein besonderer Wert auf lange Haltbarkeit gelegt
- Beratung unserer Kunden hinsichtlich umweltfreundlicher Produkte

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 80 – 90 % unserer Ausdrucke sind auf in Deutschland hergestelltem Recyclingpapier nach den höchsten Umweltstandards.
- Bei der Produktion unserer Produkte (hauptsächlich Drucksachen) achten wir darauf, nur wirklich benötigte Mengen zu bestellen und dadurch keine Überschüsse zu produzieren. Wenn möglich, gleichen wir die Produktion mit einer CO2 Abgabe aus.
- Bei den Online-Medien haben wir schon einiges an CO2 durch sparsame Webseiten eingespart

Ausblick:

- Wir empfehlen unseren Kunden, sofern dies Sinn macht, auf Umweltpapiere zu setzen. Verschiedene unserer Druckereien sind hier zertifiziert, so dass die Drucksachen auch nach ihrem Einsatz ökologisch korrekt weiterverwertet werden können.
- Mit einem großen Digitalisierungsprojekt bei einem unserer Kunden werden in Zukunft tonnenweise Papier und deren logistische Verteilung eingespart.
- Und alle unsere zukünftigen Webentwicklungen kommen auf den CO2 „Prüfstand“

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bewegungsmelder für Raumbeleuchtung
- Stromsparende Server

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Coronabedingt keine sinnvollen Messzahlen
- E-Auto als Firmenwagen

Ausblick:

- Die Heizung weiter optimieren und auf eine möglichst geringe Raumtemperatur achten.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bei der Herstellung unserer Produkte (hauptsächlich Drucksachen) achten wir darauf, nur wirklich benötigte Mengen zu bestellen und dadurch keine Überschüsse zu produzieren. Wenn möglich, gleichen wir die Produktion mit einer CO₂ Abgabe aus
- Wir empfehlen unseren Kunden, sofern dies Sinn macht, auf Umweltpapiere zu setzen. Verschiedene unserer Druckereien sind hier zertifiziert, so dass die Drucksachen auch nach ihrem Einsatz ökologisch korrekt weiterverwertet werden können

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit einem großen Digitalisierungsprojekt bei einem unserer Kunden werden in Zukunft tonnenweise Papier und deren logistische Verteilung eingespart

Ausblick:

- Diesen Weg verfolgen wir weiter und nehmen unsere Vorbild- und Beraterfunktion sehr ernst

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser kontinuierlicher Einsatz für die SDGs und die Erstellung von Kommunikationsmedien, online wie offline, zeigt Wirkung. Es wird mehr und mehr ein Schwerpunkt unserer Tätigkeit und sichert dadurch unsere Arbeitsplätze

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Kunden sind langjährige Kunden, auch hier gibt es kaum bzw. keine Fluktuation. Durch unser korrektes, qualitätsbewusstes Arbeiten sind unsere Kunden hochzufrieden und empfehlen uns weiter. Die meisten unserer Neukunden bekommen wir über diese Weiterempfehlung.

Ausblick:

- Sicherung des Unternehmenserfolgs und der Arbeitsplätze durch oben aufgeführte Maßnahmen

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wo früher aufwändige Broschüren entstanden, werden heute schlanke Webseiten entwickelt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch kontinuierliche Fortbildung und ein funktionierendes Networking werden Innovationen bei uns schnell umgesetzt
- Durch die CO2 arme Webentwicklung wird für die Zukunft der Fokus hierauf verstärkt.

Ausblick:

- Schnellen sparsamen Online-Medien gehört die Zukunft. Den Weg dahin gehen wir mit unseren Kunden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Entscheidung für Apple-Computer erzeugt zwar am Anfang etwas höhere Anschaffungskosten, durch die leichte Administration und die deutlich längere Haltbarkeit wird hier aber deutlich an Unterhaltskosten gespart. Diese Einsparungen sind nicht nur ein monetärer, sondern auch aus Umweltsicht ein deutlicher Vorteil.
Die Entscheidung für die GLS-Bank als „Hausbank“ war in erster Linie der ökologische und soziale Gedanke. Über diese Bank wickeln wir alle unsere Dienstleistungen inklusive Gehaltszahlungen ab

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die nachhaltige Beschaffungsstrategie wurden nur wenig neue Gerätschaften angeschafft.
- Erst vor kurzem ist ein Rechner aus dem Jahr 2009 (13 Jahre alt) ausgemustert worden.
Er wird nun aber weiter im privaten Bildungsumfeld eingesetzt.

Ausblick:

- Diesen Weg behalten wir bei

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wichtige Entscheidungen können nur mit Mehrheit aller Gesellschafter beschlossen werden
- Überteuerte Geschenke oder Sponsoring von Kunden-Events finden bei uns nicht statt.
- Ausnahmen hiervon sind Sozialeinrichtungen, die auf diese Spenden (als Arbeitsleistung) angewiesen sind.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Weiter so

Ausblick:

- Diese Einstellung und Zielsetzung steht bei diesem Thema weiter im Vordergrund

WEITERE AKTIVITÄTEN

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der von uns bezogene Strom wird ökologisch in der Region erzeugt
- Wo möglich, beziehen wir unsere Produkte von lokalen Zulieferern
- auch die Grundversorgung mit Vitaminen wird mit einem lokalen Bio-Kisten-Anbieter sichergestellt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- siehe oben

Ausblick:

- Bevorzugt weiterhin regionale Produkte nutzen
- Das Geld bleibt in der Region

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Durch unsere Kundenprojekte zu den SDGs werden viele Werbemaßnahmen zu diesem Thema publiziert

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Aktuell sind wir mit dem Projekt „Weltacker“ beschäftigt.

Ausblick:

- Die vielen Kunden-Projekte zu den SDGs bilden auch uns ständig weiter. Dadurch setzen wir die machbaren Dinge in unserem „Büro- und Privat-Alltag“ um.

UNSER WIN!-PROJEKT

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

SDGs (sustainable development goals) ist die Abkürzung für die Nachhaltigkeitsziele der UN. Viele unserer Kunden aus dem Sozialen- und dem Bildungs-Bereich arbeiten für diese 17 SDG Ziele. Unser Design Büro entwickelt verschiedene Kommunikationsmedien für diese Kunden, damit sie diese wichtigen 17 Kernforderungen noch besser kommunizieren können.

Dies sind Webseiten, Print Produkte wie z.B. Faltblätter und Broschüren, aber auch Messestände, Werbeträger und Spiele.

Oft sind diese von unseren Kunden durchgeführten Kampagnen von Drittmittelgebern finanziert und müssen im Vorfeld bei staatlichen Stellen beantragt werden.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜZUNG

Mees und Zacke verpflichtet sich diese Projekte weiter zu unterstützen und voranzubringen. Dies geschieht zum einen durch eigene Entwicklungen, die wir unseren Kunden präsentieren, um ihnen zu helfen hierfür Drittmittel einzuwerben, aber auch mit unserer Kreativität neue Wege zu erschließen, um diese 17 wichtigen Ziele der breiten Bevölkerung zugänglich zu machen.

Oft sind die Budgets knapp und nicht alles kann umgesetzt werden.

Mees und Zacke wird diese Ziele durch unentgeltliche Arbeitsleistung, bzw. einer Reduzierung der Rechnungsstellung, unterstützen und voranbringen. Diese Unterstützung mit unserer Kreativkompetenz beträgt drei bis vier Arbeitstage für das nächste Jahr und wird je nach Projekt in Teilleistungen zur Verfügung gestellt.

UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN FÜR DAS JAHR 2021/22

Bis heute haben wir folgende Projekte unterstützt:

1. Epiz Weltspiel, Zuschuss zu neuem Layout 1/2 Tag
2. Epiz BNE Kompass Webseite mit neuen Funktionen 1/2 Tag
3. Epiz Faire Kita / Faltblatt Fairer Kakao und Postkarte 1 Tag
4. Engagement Global Berlin, Broschüre Bildungsangebot 1/2 Tag
DEAB Broschüre Faire Woche 1/2 Tag

Alle Projekte haben mit SDGs und Nachhaltigkeit zu tun

AUSBLICK

Mees + Zacke hat einen kontinuierlich wachsenden Kundenkreis im Bereich Bildung und nachhaltige Entwicklung.

Wir werden einzelne Projekte mit unserer SDG Gestaltungskompetenz sponsieren

KONTAKTINFORMATIONEN

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Christian Zacke

Impressum

Herausgegeben am 1.7.2022 von



Mees + Zache + Naumann GBR
Aarastraße 10
Telefon: 07121 17414
Fax: 07121 17415
E-Mail: info@mees-zache.de
Internet: www.mees-zache.de