



**ÖkoMedia**

# **WIN-Charta Zielkonzept**

**2015**

**ÖkoMedia GmbH**

**Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)  
Baden-Württemberg**

---

## Inhalt

---

|                                                           |          |
|-----------------------------------------------------------|----------|
| <b>1. Unsere Schwerpunktthemen</b>                        | <b>2</b> |
| <b>2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen</b> | <b>3</b> |
| Schwerpunktthema 1: Leitsatz 8 – Produktverantwortung     | 3        |
| Schwerpunktthema 2: Leitsatz 11 – Anreize zum Umdenken    | 4        |
| <b>3. Weitere Aktivitäten</b>                             | <b>6</b> |
| <b>4. Unser WIN!-Projekt</b>                              | <b>8</b> |

## 1. Unsere Schwerpunktthemen

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta

- **Leitsatz 8:** „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit untersuchen und diesbezüglich Transparenz herstellen.“
- **Leitsatz 11:** „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen (z.B. Kunden, Lieferanten, etc.) in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

### Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Seit über 25 Jahren ist ÖkoMedia auf Nachhaltigkeits- und Umweltkommunikation spezialisiert. In Deutschland haben wir als eine der ersten Agenturen das Umweltmanagementsystem EMAS eingeführt – mit einer (Re)-Validierung in 2015. Nachhaltigkeit wird bei ÖkoMedia gelebt und ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

Unsere Kernkompetenz versetzt uns in die Lage, bei Lieferanten, Partner und Kunden das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln zu schärfen. Wir wollen dazu beitragen, dass die Wertschöpfungskette in unserem Tätigkeitsbereich von verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln geprägt ist und dass die Diffusion der Nachhaltigkeit durch unser Wirken zusätzliche Impulse bekommt.

Sowohl intern wie extern wird der „nachhaltige Geist“ gepflegt und gefördert. Mit dem Eintritt in die Agentur verpflichten sich beispielsweise die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von ÖkoMedia nachhaltigem Handeln in allen Arbeitsprozessen Rechnung zu tragen und durch ihre Tätigkeit an der Bewusstseinsbildung für mehr Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit und bei ausgewählten Zielgruppen beizutragen. Mit unserer Arbeit wollen wir Anspruchsgruppen bzw. die Öffentlichkeit für Nachhaltigkeitsthemen interessieren und motivieren, aktiv nachhaltig zu Handeln.

## 2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen

### Schwerpunktthema 1: Leitsatz 8 – Produktverantwortung

#### Wo stehen wir?

Unsere Dienstleistungen/Produkte werden von der Entwicklung über die Beschaffung bis zur Umsetzung von nachhaltigem Handeln begleitet. Wir beauftragen und kooperieren vorwiegend mit Unternehmen, die relevante Umweltstandards erfüllen. Wenn möglich und sinnvoll, werden Lieferanten und Partner aus Baden-Württemberg bzw. Deutschland vorrangig angefragt bzw. beauftragt. Darüber hinaus achten wir auf Qualität, Beschaffungsquellen, verwendete Materialien, Zertifizierungen und Wertschöpfungsprozesse unserer Lieferanten. Auf einen hohen Nutzwert der Produkte legen wir stets sehr großen Wert. Darüber hinaus haben auch die umweltschonende Wieder- bzw. Weiterverwertung im Blick. Dabei suchen wir immer wieder nach Lösungen, um unnötigen Abfall zu vermeiden bzw. eine sinnvolle Verwertungslösung zu finden – Beispiel: Umhängetaschen aus alten Transparenten und Straßenbannern.

#### Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Seit 2011 sind wir nach dem Umweltmanagement EMAS validiert – mit einer vorgezogenen Revalidierung im Sommer 2015. Im Zusammenhang mit diesem Managementsystem haben wir zahlreiche Prozesse in der Agentur und in der Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten analysiert und systematisiert.

Bei unseren Kooperationspartnern und Lieferanten möchten wir künftig weitere Anreize für noch mehr Nachhaltigkeit schaffen, indem wir diese persönlich über Nachhaltigkeitsinstrumente und -initiativen informieren. Dafür werden wir eine Lieferantenbefragung vornehmen und eine Datenbank mit allen relevanten Informationen aufbauen, die uns befähigt, noch gezielter Aspekte der Nachhaltigkeit bei unseren Anspruchsgruppen anzusprechen und einzufordern.

#### Daran wollen wir uns messen

- Implementierung von Lieferantenauskünften – bis Ende 2015
- Aufbau einer Datenbank, in der alle relevanten Informationen über unser Lieferanten abrufbar sind – bis Mitte 2016

## Schwerpunktthema 2: Leitsatz 11 – Anreize zum Umdenken

### Wo stehen wir?

Nachhaltiges Handeln beginnt im Kopf – und kann auch eine Herzensangelegenheit sein. Beides wollen wir „befeuern“ – in der Agentur, als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Anspruchs- bzw. Zielgruppen.

#### **Intern:**

##### Nachhaltigkeitsexpertise im Team

Nachhaltigkeitskommunikation ist unser Kerngeschäft. Alle Teammitglieder von ÖkoMedia besitzen ein ausgeprägtes Bewusstsein in Sachen Nachhaltigkeit. Dabei sind sie auf unterschiedliche Nachhaltigkeitsthemen spezialisiert. So kann sich das Team optimal ergänzen und gegenseitig weiterbilden. Auch jenseits des Tagesgeschäfts findet ein reger Informationsaustausch über Nachhaltigkeitsthemen innerhalb des Teams statt. Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen werden für die Weiterentwicklung der Agentur im Sinne der Nachhaltigkeit genutzt.

##### Ehrenamtliches Engagement

Sei es die Integration von geflüchteten Menschen in unsere Gesellschaft, die Aufklärung über nachhaltigen Konsum oder generationengerechtes Wirtschaften und Entwicklungsarbeit – viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich auch in ihrer Freizeit ehrenamtlich in Nachhaltigkeitsprojekten. Sie tragen dabei den in der Agentur gelebten Geist der Nachhaltigkeit weiter und sorgen für einen bewusstseinsbildenden Wissenstransfer.

##### Managementsystem

Im Rahmen unseres EMAS validierten Umweltmanagement-Systems suchen wir geeigneten Maßnahmen, um Belastungen für die Umwelt durch unsere Geschäftstätigkeit zu vermeiden. Wo dies nicht möglich ist, versuchen wir Lösungen bzw. Alternativen zu finden, um die natürlichen Ressourcen zu schonen. Durch jährliche interne Audits kontrollieren wir den Erfolg der Maßnahmen, die im Zusammenhang mit der Umweltpolitik getroffen worden sind.

#### **Extern:**

Nachhaltigkeitsthemen bestimmen unsere tägliche Arbeit, mit dem Anspruch, Impulse für nachhaltiges Handeln in der Gesellschaft anzustoßen. Dabei suchen wir stets nach bewusstseinsbildenden Lösungen und Anreizen, die unsere Zielgruppen im Sinne der Nachhaltigkeit zu einem Umdenken bewegen.

Ein aus unserer Sicht besonders wichtiger Bereich ist die „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Ein beispielhaftes Projekt ist „EDe, der Energie-Detektiv“. Im Auftrag des Umweltministerium Baden-Württembergs haben wir seit 2009 über 30.000 Viertklässler in Grundschulen zu Junior-Energie-Detektiven ausgebildet. Sie nehmen die Inhalte rund um das Thema Energiesparen und Energieeffizienz mit großem Interesse und Begeisterung auf und tragen es in ihre Familien weiter.

## Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

### **Intern:**

Wir wollen unserer Mitarbeiter/-innen künftig noch mehr in ihrem Engagement für Nachhaltigkeit fördern, in dem wir ihnen einen freien Arbeitstag für ihr ehrenamtliches Engagement anbieten. Darüber hinaus wollen wir den Wissensspeicher unserer Mitarbeiter durch regelmäßige „IN!PUT“-Besprechungen auffüllen. Dabei ist jedes Teammitglied aufgefordert, aus seinem Spezialbereich der Nachhaltigkeit Aktuelles zu berichten.

### **Extern:**

Die Informationsmaterialien für das Schulprojekt EDe richten sich bisher vorrangig an die Schüler/-innen. Um den Lehrer/-innen die Vor- und Nachbereitung zu erleichtern, wollen wir für sie ein Begleitheft erstellen, mit grundlegenden Informationen rund um die Themen Energie beziehungsweise erneuerbare Energien. Damit verbunden sollen auch Hinweise auf konkrete Arbeitsblätter sowie Anregungen für einen kompetenz-orientierten Unterricht sein. Das Heft soll die Implementierung der Energie-Thematik in den Unterricht erleichtern und Lehrkräfte dazu befähigen, das Thema selbst in die Hand zu nehmen.

Im Rahmen des Projekts „Juniorenfirma“ von UnternehmensGrün wollen wir mit Schülerinnen und Schülern erneut eine Geschäftsidee für ein nachhaltiges Projekt entwickeln und versuchen, dieses gemeinsam umzusetzen. In Zusammenarbeit mit einer Juniorenfirma entstand in 2015 bereits ein Kochbuch mit 68 nachhaltigen Rezepten sowie mit ergänzenden Tipps und Informationen zur Ernährung und zu nachhaltigem Handeln in der eigenen Küche.

## Daran wollen wir uns messen

### **Unsere Ziele – intern:**

- Wer sich ehrenamtlichen in einem Nachhaltigkeitsprojekt engagiert bekommt einen zusätzlichen Tag frei.
- Ab Ende 2016 werden regelmäßige „IN!PUT“-Besprechungen eingeführt.

### **Unser Ziel – extern:**

- Bis Ende 2017 wollen wir über 10.000 neue Junior-Energie-Detektive in Baden-Württemberg ausbilden und mit neuen Informationsbausteinen Lehrer/-innen befähigen, Energiethemen bzw. Inhalte des Programms selbst mit den Kindern als Unterrichtseinheit zu platzieren.
- „Gründung“ einer neuen Juniorenfirma mit Schülerinnen- und Schüler und Präsentation des nachhaltigen Projekts im Rahmen der Nachhaltigkeitstage 2016.

### 3. Weitere Aktivitäten

#### Was wir außerdem erreichen wollen

**Leitsatz 1: „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze“**

Seit über 25 Jahren ist ÖkoMedia auf Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation spezialisiert. Die Konzentration auf dieses kleine Marktsegment erfordert eine weitsichtige Planung. Der bisherige Unternehmenserfolg ist das Ergebnis unserer Begeisterung für die Sache, von der respektvollen und konstruktiven Zusammenarbeit im Team und von vielen langjährigen, von Vertrauen und Verlässlichkeit geprägten Geschäftsbeziehungen. 2015 haben wir eine neue Agentursoftware eingeführt, um die Erfolgskontrolle zu verbessern, die Projektplanung zu vereinfachen und Prozessabläufe zu optimieren.

**Unsere Ziele:** Bis Anfang 2016 soll die Agentursoftware weiterentwickelt und den Mitarbeiter/-innen durch Schulungen vertraut gemacht werden. Darüber hinaus wollen wir unsere Arbeit und Kompetenz sichtbarer machen. Dies soll ein neuer Internetauftritt ermöglichen, der bis Ende 2015 online sein soll.

**Leitsatz 2: „Menschen- und Arbeitnehmerrechte“**

Wir achten Menschen- und Arbeitnehmerrechte. Bei ÖkoMedia GmbH wird eine offene Kommunikationskultur gelebt. Unsere Mitarbeiter können sich mit ihren Anliegen jederzeit an die Geschäftsführung wenden. Mitarbeiter/-innen werden unabhängig von Geschlecht und Herkunft fair und gerecht nach Leistung entlohnt und am Unternehmenserfolg beteiligt. Bei der Auswahl unserer Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner schauen wir genau hin und bevorzugen Partner, die Menschenrechte achten und nachhaltig – fair, umweltbewusst, ressourcenschonend und sozial verträglich – handeln, produzieren und arbeiten.

**Unser Ziel:** Menschen- und Arbeitnehmerrechte werden von uns weiterhin konsequent beachtet. Darüber hinaus wollen wir durch unsere Arbeit dazu beitragen, dass das Bewusstsein für Menschen- und Arbeitnehmerrechte in der Öffentlichkeit geschärft wird.

**Leitsatz 3: „Nachhaltige Innovationen“**

Es ist unser Anspruch, bei allen relevanten Zielgruppen das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit zu schärfen. Dafür gehen wir immer wieder neue, innovative Wege. Ein zentraler Baustein ist hierbei unsere Mehr-Wert-Strategie. Das heißt, dass – wenn immer möglich und sinnvoll – die von uns entwickelten bzw. erstellten Produkte und Informationen einen hohen Nutzwert haben bzw. Mehrwert bieten, die über das übliche Maß hinaus gehen.

**Unser Ziel:** Wir wollen weiterhin – in aller Konsequenz – Mehr-Wert schaffen.

## **Leitsatz 4: „Finanzentscheidungen“**

Im Hinblick auf die Finanzentscheidungen steht die *Qualität vor Quantität*. In Bezug auf Auftragsabwicklung sowie bei der internen Beschaffung werden vorliegende Angebote kritisch betrachtet. Für die Entscheidung steht nicht vorrangig der Preis, sondern die Qualität des gesamten Produktes bzw. der gesamten Leistung im Vordergrund. Darüber hinaus werden wir auch künftig nachhaltige Projekte finanziell unterstützen.

**Unser Ziel:** Im Hinblick auf unser soziales Engagement wollen wir im Jahr 2015 insgesamt 25 ausgewählte soziale bzw. ökologische Projekte unterstützen. Diese sollen für die Öffentlichkeit auf der neuen ÖkoMedia-Homepage einsehbar sein.

## **Leitsatz 5: „Anti-Korruption“**

Bei der Vergabe von Aufträgen werden stets mehrere Vergleichsangebote eingeholt. Die Vergabe erfolgt aufgrund des Wirtschaftlichkeitsprinzips sowie unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten (Fairtrade, Umweltverträglichkeit usw.).

**Unser Ziel:** Im Zusammenhang mit der Implementierung einer neuen Agentursoftware soll ein Lieferantenverzeichnis mit nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen aufgebaut werden.

## **Leitsatz 6: „Ressourcen“**

ÖkoMedia GmbH verfolgt strenge Beschaffungsregeln. Neben den nachvollziehbaren Herstellungswegen wird auf Recyclingmaterialien, Öko-Zertifikate bzw. relevante Standards geachtet. Mit den vorhandenen Ressourcen gehen wir verantwortungsvoll um. Bei Druckaufträgen und der Beschaffung von Materialien, Give aways, Ausstellungselementen, Kleidung usw. setzen wir konsequent auf nachhaltige Produktion. Die Anzahl von CO<sub>2</sub>-neutral produzierten Printprodukten konnten wir seit 2012 fast verdoppeln.

**Unser Ziel:** Im Zusammenhang mit der neuen Agentursoftware soll das Lieferantenmanagement ausgebaut und verfeinert werden.

## **Leitsatz 7: „Energie und Emissionen“**

Als Kommunikationsagentur entstehen bei uns keine großen Energie- und Stoffströme. Mit dem Einsatz unseres EMAS-Umweltmanagementsystems haben wir bereits unseren Energie- und Ressourcenverbrauch auf hohem Niveau optimiert, so dass nur noch marginale Verbesserungen möglich sind.

**Unsere Ziele:** Im Jahr 2015 will ÖkoMedia komplett auf regionalen Öko-Strom umsteigen.

**Leitsatz 9: „Regionaler Mehrwert“**

Wir beauftragen und kooperieren vorwiegend mit Unternehmen, die entsprechende Umweltstandards erfüllen. Wenn möglich und sinnvoll, werden Lieferanten und Partner aus Baden-Württemberg vorrangig angefragt bzw. beauftragt. Wir wirken unter anderem darauf hin, dass bei Veranstaltungen, Bio-Catering mit regionalen, saisonalen, fair gehandelten Produkten angeboten wird. Unsere regionale Verantwortung zeigt sich auch darin, dass ÖkoMedia seit fast 20 Jahren Mitglied im Modell Hohenlohe – Netzwerk betrieblicher Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften – ist und dort durch den Geschäftsführer zehn Jahre im Vorstand vertreten war.

**Unser Ziel:** Mittels einer strukturierten und datenbankbasierten Lieferantenauskunft wollen wir noch mehr Transparenz schaffen.

**Leitsatz 10: „Anspruchsgruppen“**

Auf den Dialog mit unseren Anspruchsgruppen (Kunden, Lieferanten, Partner, Öffentlichkeit) legen wir besonderen Wert. Regelmäßige Evaluationen in Zusammenhang mit umfangreichen bzw. langfristigen Projekten geben uns wichtige Anregungen bzw. Rückmeldungen.

**Unser Ziel:** Ergebnisse des Dialogs mit den Anspruchsgruppen sollen künftig stärker dokumentiert und für die Kommunikationsarbeit aufbereitet werden.

**Leitsatz 12: „Mitarbeiterwohlbefinden“**

Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich mit ihrem Arbeitsplatz und den Inhalten ihrer Arbeit identifizieren, sind uns sehr wichtig. Seit 2012 werden neu eingestellte Mitarbeiter/-innen am Unternehmenserfolg bzw. -gewinn beteiligt.

**Unsere Ziele:** Das Beteiligungsmodell soll noch in 2015 auf alle Mitarbeiter/-innen ausgedehnt werden. Darüber hinaus sollen regelmäßige Mitarbeiterbefragungen durchgeführt werden.

## 4. Unser WIN!-Projekt

## Dieses Projekt wollen wir unterstützen

### Projekt 1

**Bildung, Integration und Nachhaltigkeit** – ÖkoMedia GmbH unterstützt ein Projekt, das alles vereint: „StuttGarteN! Rengarenk“. Im Rahmen dieses Projektes haben Teilnehmende des Stipendien- und Mentorenprogramms "Ağabey-Abla" (großer Bruder – große Schwester) des Deutsch-Türkischen Forums Stuttgart einen kleinen Garten angelegt. Im Projekt sollen vor allem die (Stadt-)Kinder erleben, wie wichtig und unverzichtbar die Natur für den Menschen ist. Mit dem interkulturellen Kräuter- und Gemüsegarten können sie einen vielfältigen Ort gestalten, der ihnen die Möglichkeit gibt, Kräuter- und Gemüsesorten, die sie aus dem Herkunftsland ihrer Eltern kennen, mit der heimischen Pflanzenwelt zu vergleichen und zusammenzubringen. An diesem sind sowohl die Mentoren (engagierte deutsch-türkische Schüler und Studierende) als auch die Mentees (Stuttgarter Schüler mit türkischen Wurzeln) aktiv beteiligt sind. Auch die Eltern der Schüler sind willkommen, sodass generationenübergreifend gepflanzt, gestaltet und erlebt werden kann.

### Projekt 2

**Unterstützung von 25 ökologischen und sozialen Projekten in 2015** – In 2015 feiert ÖkoMedia GmbH ihr 25-jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass werden 25 ökologische und soziale Projekte unterstützt, von Bienenpatenschaften, über eine Kuschecke im Bauwagen eines Waldkindergartens, der Sprachförderung von Flüchtlings- und Migrantenkindern, bis hin zu der Pflanzung von 250 Bäumen auf Borneo (Aufforstungsprogramm „1mTrees“).

## Art und Umfang der geplanten Unterstützung

**Projekt 1** wird mit 250 Euro unterstützt.

**Projekt 2** wird mit 2.250 Euro unterstützt.