



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2018/2019

ÖkoMedia GmbH



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	4
4. Unsere Schwerpunktthemen.....	6
5. Weitere Aktivitäten	14
6. Schwerpunktthemen 2020/2021	27
7. Unser WIN!-Projekt.....	28
8. Kontaktinformationen	31
Ansprechpartner.....	31
Impressum.....	31

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

ÖkoMedia ist seit 1990 auf Nachhaltigkeits- und Umweltkommunikation spezialisiert und zählt in diesem Bereich zu den ältesten und erfahrensten Agenturen Deutschlands. Das Leistungsspektrum erstreckt sich von der strategischen Beratung, über die Entwicklung und Durchführung von Kommunikationskampagnen bis hin zu Bildungsprojekten. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen vor allem in den Bereichen Nachhaltigkeit, Umwelt, Energie, Klimaschutz, Mobilität, Gesundheit, Stadtentwicklung, Bildung für nachhaltige Entwicklung und Ressourcenschonung. Zu den Auftraggebern zählen vorrangig Ministerien, Unternehmen, Kommunen, Verbände, Institutionen und sonstige öffentliche Einrichtungen.

ÖkoMedia ist eine inhabergeführte Agentur und wurde 1990 von Jürgen Meissner als Einzelunternehmen gegründet. Seit 2010 ist ÖkoMedia eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Der Unternehmenssitz ist Stuttgart. Im Jahr 2020 feiert ÖkoMedia ihr 30jähriges Bestehen. Drei Jahrzehnte, in denen Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit bei ÖkoMedia konsequent gelebt und umgesetzt werden – von Seiten der Geschäftsführung und der Mitarbeitenden. Mit ungewöhnlichen Elementen überzeugen: Das war von Anfang an die Devise von ÖkoMedia.

In einem denkmalgeschützten Gebäude inmitten des Kulturparks Berg bietet sich den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf zwei Stockwerken ein außergewöhnlicher Kreativraum. ÖkoMedia beschäftigt derzeit dreizehn festangestellte sowie mehrere freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Mehr Informationen unter: www.oekomedia.com



WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der

ÜBER UNS

Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

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, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeiter 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 www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 06.11.2014

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	☐	x	☐
Leitsatz 2	☐	x	☐
Leitsatz 3	☐	x	☐
Leitsatz 4	x	☐	x
Leitsatz 5	☐	x	☐
Leitsatz 6	☐	x	☐
Leitsatz 7	☐	x	☐
Leitsatz 8	☐	x	☐
Leitsatz 9	☐	x	☐
Leitsatz 10	☐	x	☐
Leitsatz 11	☐	x	☐
Leitsatz 12	x	☐	x

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Detaillierte Informationen zu unseren WIN!-Projekten finden Sie ab Seite 27.

Projekt 1: Unterstützung des TC Lichtenwald e. V. im Jahr 2018

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- | | | |
|-------------------------------------|---|---|
| ☐ Finanziell | ☒ Materiell | ☒ Personell |
|-------------------------------------|---|---|

Umfang der Förderung: Rund 7.500 Euro

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Projekt 2: Unterstützung des Schwäbischen Heimatbundes, Ortsgruppe Stuttgart, im Jahr 2018 und 2019

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- ☐ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung: 2.000 Euro pro Jahr

Projekt 3: Unterstützung von Juniorenfirmen

2017/2018: „Filmprojekt“ (Geschwister-Scholl-Gymnasium Stuttgart)

2018/2019: Nachhaltigkeitsspiel „Education! 4 Future“ (Geschwister-Scholl-Gymnasium Stuttgart)

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- ☐ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung:

Wissens- und KnowHow-Transfer, Beratungsleistungen

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN ZWEI SCHWERPUNKTE

- **Leitsatz 4**

Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“

- **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 ein.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Seit 1990 ist ÖkoMedia auf Nachhaltigkeits- und Umweltkommunikation spezialisiert. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Wir sehen uns seit jeher als Impulsgeber für umweltgerechtes und nachhaltiges Handeln.

Unsere Kernkompetenz versetzt uns in die Lage, bei Lieferanten, Partnern, Kunden und in der Öffentlichkeit das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln zu schärfen. Wir wollen dazu beitragen, dass die Wertschöpfungskette in unserem Tätigkeitsbereich von verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln geprägt ist (etwa von der Auswahl nachhaltig agierender Lieferanten über die Steigerung der Ressourceneffizienz, den klimaneutralen Druck bis hin zur Durchführung von CO₂-neutralen Veranstaltungen). Wir legen Wert darauf, dass die Diffusion der Nachhaltigkeit durch unser Wirken zusätzliche Impulse erfährt.

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.

Im letzten Bericht hatten wir den „Leitsatz 6 Produktverantwortung“ als Schwerpunkt. In diesem Bericht legen wir einen Schwerpunkt auf den „Leitsatz 4 Ressourcen“. Dieses Thema genießt bei ÖkoMedia schon immer eine hohe Relevanz. Zwischen 2011 und 2017 haben wir Kennzahlen zum Ressourceneinsatz nach dem Umweltmanagement EMAS erhoben. Aufgrund des zu hohen Aufwands für eine kleine Agentur führen wir die Maßnahmen nun eigenständig weiter und dokumentieren diese im Rahmen unserer Möglichkeiten firmenintern und im WIN-Charta-Bericht.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Schwerpunktthema 1: Leitsatz 4 – Ressourcen

ZIELSETZUNG

Wir achten seit jeher auf die kontinuierliche Senkung unseres Energie- und Materialverbrauchs, sowohl bei unserem eigenen Handeln und unseren Produkten als auch bei den Projekten der Kunden. Unser Ziel ist: Steigerung der Ressourceneffizienz und so wenig wie möglich natürliche Ressourcen verwenden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Intern achten wir auf die Ressourceneffizienz bei unserem Wasserverbrauch, beim Papierverbrauch und beim Drucken, bei unseren Beschaffungen und der nachhaltigen Verwertung. Wir sensibilisieren stets unsere Mitarbeitende zu diesen Themen.
- Wir arbeiten mit Partnern mit ähnlichen Vorstellungen zum Ressourcenkonsum zusammen. Eine nachhaltige Beschaffung ist bei ÖkoMedia Pflicht. Beim Erstkontakt mit einem potentiellen Lieferanten und bei jedem Auftrag weisen wir auf unsere Nachhaltigkeitskriterien und unsere besonderen Anforderungen an Material, Qualität, Wieder- oder Weiterverwertung von Produkten hin.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Wasserverbrauch: Die Umweltauswirkungen des Wasserverbrauchs bei ÖkoMedia haben wir als gering eingestuft. Wasser wird nur in büroüblichen Mengen verbraucht, auf der Toilette und in der Teeküche. Diese geringen Mengen wollen wir auch in Zukunft halten.
- Papierverbrauch/Drucken: ÖkoMedia verwendet konsequent Recycling-Papier, es sei denn, es werden von Kunden Anforderungen an besondere Formate oder Grammaturen gestellt, für die es auf dem Markt kein Recyclingpapier gibt. Für interne Notizen und Skizzen verwenden wir die Rückseiten von bedruckten Blättern. Wir achten permanent im Arbeitsalltag darauf, so wenig Papier wie möglich zu verbrauchen, auch beim Drucken. Alle Rechner sind in den Druckervoreinstellungen auf Schwarz-Weiß- und Duplex-Druck konfiguriert.

Für agentureigene Produkte, wie zum Beispiel die Weihnachtsbroschüre 2019 für unsere Kunden, verwendeten wir ressourcenschonendes Graspapier.

Kataloge von Lieferanten sowie Printwerbung haben wir weitestgehend abbestellt.

- Die von uns beauftragten Printprodukten werden nahezu ausschließlich CO₂-neutral produziert. Nur in Ausnahmefällen – bei speziellen Produktionen, für die keine CO₂-Kompensation angeboten wird – müssen wir leider darauf verzichten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- **Abfall:** Der im Büro gering anfallende Abfall wird in die Fraktionen Papier, gelber Sack, Biomüll, Glas und Restmüll getrennt. Da zum zentralen Sammelplatz des Geländes auch alle anderen Anlieger ihre Abfälle hinbringen, ist eine getrennte Erfassung unserer Abfallmengen über die Mülltonnen leider nicht möglich. Alte Toner und Druckerpatronen wurden dem Händler zur Verwertung zurückgegeben, ausgediente Elektrogeräte werden der Elektro-/Elektronikschrottverwertung zugeführt. Bei Veranstaltungen, die wir für unsere Kunden organisieren, achten wir darauf, dass keine Lebensmittel unnötig weggeworfen werden. Wann immer es geht, setzen wir die sogenannte HeldeN!-Box ein, in der die Besucher die Reste ihres Essens bzw. vom Catering mitnehmen können.
- **Emissionen:** Als relevante Emission wird bei ÖkoMedia nur CO₂ betrachtet. Aufgrund der Anschaffung von Fahrzeugen mit besseren Emissions- und Verbrauchswerten, konnte der CO₂-Ausstoß in den letzten Jahren kontinuierlich verringert werden. Auch das Vermeiden von unnötigen Fahrten und das Ersetzen von Flügen durch Bahnfahrten und Video-Konferenzen haben zu einer Verringerung von Emissionen geführt. Sowohl für die Geschäftsräume als auch für die Elektrofahrzeuge wird Strom aus erneuerbaren Energien (Öko-Strom) eingesetzt.
- **Nachhaltige Beschaffung:** Im Berichtszeitraum beauftragten wir erneut ausschließlich Dienstleister und Lieferanten gemäß unserer Nachhaltigkeitsstands (Fair, Bio, klimaneutrale Herstellung, nachhaltige Verwertung). Außerdem thematisierten wir im täglichen Austausch mit Lieferanten und Kunden Aspekte der Nachhaltigkeit. Wir wirkten unter anderem darauf hin, dass bei Veranstaltungen, die wir im Auftrag unserer Kunden organisierten, Bio-Catering mit zum größten Teil vegetarischen/veganen, regionalen, saisonalen, fair gehandelten Produkten eingesetzt wurden.
- **Nachhaltige Verwendung und Verwertung:** 2018 haben wir alle veralteten bzw. nicht mehr verwendbaren Banner, Roll-Ups und Transparente aus unserem Lager der Lederschmiede – eine soziale Werkstatt der Caritas Stuttgart – gegeben, um diese im Sinne einer nachhaltigen Verwertung zu Taschen und Beuteln weiterverarbeiten zu lassen. So konnten die ausgedienten Werbematerialien als "Upcycling"-Ware einer sinnvollen und nachhaltigen Weiterverwendung zugeführt werden.

Um bei von uns organisierten Veranstaltungen, Ausstellungen und Präsentationen den Ressourcenverbrauch so gering wie nur möglich zu halten, gehen wir immer wieder neue Wege. So haben wir in 2018 und 2019 – wie auch schon 2017 – bei der Erlebnisswelt für nachhaltiges Handeln im Rahmen der FairHandeln Messe in Stuttgart als „Ausstellungssystem“ Euro-Paletten eingesetzt, die nach der Veranstaltung wieder in den Palettenumlauf kamen oder weiterhin als Ausstellungssystem eingesetzt wurden. Auch beim Nachhaltigkeitskongress in der Liederhalle in Stuttgart, bei der Präsentation der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg im Garten des Kanzleramtes in Berlin sowie beim Tag der Schöpfung im Rahmen der Bundesgartenschau in Heilbronn kamen Paletten-Wände zum Einsatz. Dieses nachhaltige „Ausstellungssystem“ hat mittlerweile viele Nachahmer gefunden.

- **Aktionen im ÖkoMedia-Büro** dienen der Sensibilisierung der Mitarbeitenden, wie etwa das Aufziehen von Setzlingen in gebrauchten Verpackungen (siehe mehr dazu unter Leitsatz 05).

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Papiereinsatz (Recycling vs. konventionell) und Ausdrücke

- 27.500 Blatt DIN A 4, 80 – 100g, Recyclingpapier (kein konventionelles) in 2018
- 20.500 Blatt DIN A 4, 80 – 100g, Recyclingpapier (kein konventionelles) in 2019

Indikator 2: CO₂-neutral produzierte Printprodukte

Printprodukte, die in gängigen Formaten in Druckereien produziert wurden, konnten wir zu 100 % klimaneutral herstellen lassen. Lediglich Spezialdrucke wie z. B. Pappaufsteller, Spielkarten sowie Drucke im Copyshop konnten für uns leider nicht klimaneutral hergestellt werden.

Indikator 3: Fuhrpark

- 1 Elektrofahrzeuge und 4 Dieselfahrzeuge in 2018
- 2 Elektrofahrzeuge und 3 Dieselfahrzeuge in 2019

Indikator 4: Entwicklung der Emissionen aus

- Fernwärme:
2653 kg CO₂e in 2018
2218 kg CO₂e in 2019
- Pkw-Nutzung:
Diese Emissionen werden von uns nicht erfasst.
- Stromverbrauch:
Diese Emissionen sind klimaneutral, da wir zu 100 % Ökostrom nutzen.

AUSBLICK

Wir haben unseren Energie- und Ressourcenverbrauch bereits auf hohem Niveau optimiert, so dass nur noch marginale Verbesserungen möglich sind. Wir wollen aber auch in Zukunft unsere Emissionen so klein wie möglich halten. Unsere strengen Beschaffungs- und Verwertungsregeln werden weiterhin konsequent fortgeführt.

Der Fuhrpark wird sukzessive durch Elektrofahrzeuge ersetzt.

Wir wollen verstärkt prüfen, wo und wie wir die von uns verursachten Emissionen kompensieren können.

Auch bei der Produktion von speziellen Printprodukten wollen bei den Lieferanten darauf hinwirken, dass diese Leistungen klimaneutral angeboten werden.

Wir wollen unsere Mitarbeitenden noch stärker in Einsparprozesse einbinden. Deshalb planen wir Mitarbeiter/innen-Befragungen.

Neben der für uns selbstverständlichen Überwachung unserer direkten Umweltaspekte liegt unsere Kernkompetenz vor allem im Bereich der indirekten Umweltaspekte. Hinsichtlich der

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Bewusstseinsbildung zur Ressourceneffizienz in der Öffentlichkeit sehen wir noch großes Potential, viel bewirken zu können. Wir wollen unsere Anspruchsgruppen dazu animieren, ihr Handeln zu überdenken und bestenfalls anzupassen. Dabei wollen wir verstärkt auf digitale Medien setzen.

Schwerpunktthema 2: Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Unsere Ziele – intern:

- Das ehrenamtliche nachhaltige Engagement unserer Mitarbeitenden soll gefördert werden.
- Anreize zum Umdenken soll es auch innerhalb von ÖkoMedia geben. Mitarbeitende, die über Wissen zu einem für alle relevanten Fachthema verfügen, stellen dies als „Input“ den Kolleginnen und Kollegen vor. Diese „IN!PUT“-Besprechungen sollen regelmäßig stattfinden.

Unsere Ziele – extern:

- Bis Ende 2019 sollen über 50.000 Junior-Energie-Detektive in Baden-Württemberg ausgebildet sein. Lehrer/-innen sollen mit neuen Informationsbausteinen befähigt werden, Energiethemen bzw. Inhalte des Programms selbst mit den Kindern als Unterrichtseinheit zu platzieren.
- „Gründung“ einer neuen „Juniorenfirma auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften“. Das Projekt fördert bei Schülerinnen und Schülern (Junioren) unternehmerisches Denken und Handeln unter dem Leitbild nachhaltigen Wirtschaftens.
- Eines unserer Ziele ist es, unseren Geschäftspartnern Anregungen für nachhaltiges Handeln mitzugeben und so Anreize zum Umdenken zu setzen.
- Über die Produkte, die wir für unsere Kunden konzeptionieren, möchten wir alle relevanten gesellschaftlichen Gruppen für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren und ihnen konkrete Handlungsoptionen vermitteln.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Ergriffene Maßnahmen – intern:

- Wer sich ehrenamtlich außerhalb der Arbeitszeit in einem Nachhaltigkeitsprojekt engagiert, bekommt pro Jahr einen zusätzlichen Tag frei. Das Angebot ist seit 2018 im Arbeitsvertrag verankert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Die geplanten „IN!PUT“-Besprechungen fanden 2018 noch nicht statt, was insbesondere der hohen Arbeitsbelastung geschuldet war. 2019 konnten innerhalb des Teams zwei „IN!PUT“-Besprechungen durchgeführt werden.
- Darüber hinaus konnte Mitarbeiter/innen Fortbildungsangebote nutzen, u. a. zu den Themen „nachhaltige Events“ und „Rhetorik“.

Ergriffene Maßnahmen – extern:

- 2018 und 2019 wurde das Erfolgsprodukt „EDe – der Energiedetektiv“ in Schulen in Baden-Württemberg erfolgreich fortgesetzt und Schüler/innen wurden zu Junior-Energie-Detektiven ausgebildet.
- ÖkoMedia unterstützte 2017/2018 die „Umweltprofis von morgen“: Vier Schüler/innen des Geschwister-Scholl-Gymnasiums in Stuttgart produzierten einen Kurzfilm über die Visionen der Baden-Württemberger für eine nachhaltige Zukunft.
- 2018/2019 unterstützte ÖkoMedia erneut drei Schüler/innen des Geschwister-Scholl-Gymnasiums in Stuttgart. Dieses Mal ging es um die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsspieles bzw. –quizes für Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen 10 und 16 Jahren, mit unterschiedlichen Niveaus. Das Spiel bekam den Titel: „Education! 4 Future“.
- Wir geben unseren Geschäftspartnern Anregungen zum nachhaltigen Handeln und weisen sie auf die Bedeutung und Vorteile der WIN-Charta des Landes Baden-Württemberg hin.
- Im Rahmen unseres Auftrags für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg organisieren wir seit 2014 jedes Jahr Nachhaltigkeitstage in Baden-Württemberg. Sie haben sich zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt. Jedes Jahr nehmen mehr Akteure daran teil. Im Rahmen der Europäischen Nachhaltigkeitswoche ist Baden-Württemberg seit Jahren einsame Spitze. In keinem anderen Bundesland bzw. Staat nehmen mehr Akteure an den Nachhaltigkeitstagen teil, als in Baden-Württemberg.
- Für den Elementarbereich konzipieren und organisieren wir seit Jahren für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg den Wettbewerb „Kleine Helden!“.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Ergebnisse und Entwicklungen – intern:

- Das Angebot des zusätzlichen freien Tags hat in 2018/19 eine Mitarbeiterin genutzt. Eine weitere Mitarbeiterin hat ihre Arbeitszeit reduzieren können, um sich in puncto Nachhaltigkeit zu engagieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- 2019 fanden innerhalb des Teams zwei „IN!PUT“-Besprechungen statt: zu den Themen Cradle to Cradle und Umweltpsychologie. Neben dem Input für jede/n Einzelne/n wurde intensiv diskutiert und Ansatzpunkte für die Arbeit von ÖkoMedia eruiert.

Ergebnisse und Entwicklungen – extern:

- Bis Ende 2019 wurden 2.767 Klassen im Rahmen des EDe-Programms besucht. Insgesamt wurden bis Ende 2019 rund 56.600 Junior-Energie-Detektive in Baden-Württemberg ausgebildet. Im Jahr 2018 und 2019 konnten wir die Anzahl erheblich steigern. Jeder Junior-Energie-Detektiv erhält neben seiner Urkunde Energiespartipps und Infomaterial für die Eltern. So tragen die Schülerinnen und Schüler das Thema Energie sparen auch in ihre Familien hinein und setzen dort Anreize zum Umdenken.
- Die Juniorenfirma „Umweltprofis von morgen“ produzierte einen anspruchsvollen viereinhalb minütigen Kurzfilm, der beim Jubiläumskongress der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg "Mehr TateN! - Mehr Zukunft" im April 2018 vor großem Publikum präsentiert wurde. Hier ist der Film zu sehen: <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/erleben/10-jahre-n/kongress-2018.html>
- Das Nachhaltigkeitsspiel „Education! 4 Future“ wurde den Schulen als Download für den Nachhaltigkeitstage 2019 zur Verfügung gestellt. 70 Schulen in Baden-Württemberg haben die Download-Sammlung heruntergeladen,
- Unsere Anregungen für nachhaltiges Handeln werden von Geschäftspartnern gerne aufgenommen. So hat beispielsweise eine Bank in Ulm auf unsere Anregung hin ihr Catering-Service dauerhaft umgestellt auf die Kriterien bio, fair, saisonal und regional.
- Wir konnten seit dem letzten Berichtszeitraum unter unseren Lieferanten und Geschäftspartnern weitere WIN-Charta-Unterzeichner gewinnen. Das gute Verhältnis zu ehemaligen Mitarbeiter/innen von ÖkoMedia hat dazu geführt, dass diese in ihrer jeweiligen neuen Firma die WIN-Charta etabliert haben und sogar als Multiplikatoren für die WIN-Charta wirken.
- 1.600 Kinder beteiligten sich 2018/2019 am Wettbewerb „Kleine Helden!“.

INDIKATOREN

Indikator 1: Ausgebildete Energie-Detektive in Baden-Württemberg

- 4.592 Schülerinnen und Schüler in 2015
- 4.473 Schülerinnen und Schüler in 2016
- 5.388 Schülerinnen und Schüler in 2017
- 6.577 Schülerinnen und Schüler in 2018
- 7.610 Schülerinnen und Schüler in 2019

Fünf Theaterpädagogen stehen derzeit für das Mitmach-Programm in den Grundschulen zur Verfügung. In der Regel sind drei davon gleichzeitig im Einsatz.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator 2: Juniorenfirma

- Gründung einer neuen Juniorenfirma in 2018 und 2019
- Fortsetzung des Projekts in vergleichbarem Umfang. Hier sind keine Veränderungen geplant bzw. zu erwarten.

Indikator 3: Aktionen im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg

- 480 Akteure in 2014
- 875 Akteure in 2015
- 1.450 Akteure in 2016
- 1.730 Akteure in 2017
- 1.740 Akteure in 2018
- 1.967 Akteure in 2019

Indikator 4: Beteiligte Kitas/Kinder am Wettbewerb „Kleine Helden!“

- 1.300 Kinder in 2017
- 1.600 Kinder in 2018/2019

AUSBLICK

Ausblick – intern:

Wir wollen unsere Mitarbeitenden noch einmal gezielt auf das Angebot des zusätzlichen freien Tages für ehrenamtliches Engagement hinweisen.

Ziel ist es, weiter an den „IN!PUT“-Besprechungen festzuhalten und die gesetzten Themen in regelmäßigen Abständen zu präsentieren.

Ausblick – extern:

Das Erfolgsprojekt „Ede – der Energiedetektiv“ soll – wenn möglich – weiter fortgesetzt werden.

Das Engagement für Nachhaltige Juniorenfirmen soll in Zukunft fortgesetzt werden. Auch in den nächsten Jahren soll eine neue Juniorenfirma gegründet und von ÖkoMedia begleitet werden.

Wir möchten weiterhin Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften (etwa über eine WIN-Charta-Mitgliedschaft) animieren.

Mit den von uns entwickelten Produkten wollen wir alle relevanten Zielgruppen zum nachhaltigen und bewussten Handeln motivieren.

Bei unseren Kunden und Lieferanten wollen wir weiterhin darauf hinwirken, dass Aspekte der Nachhaltigkeit noch mehr an Bedeutung gewinnen und dies in aktives Handeln mündet.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Menschen- und Arbeitnehmerrechte werden von uns konsequent beachtet.
- Durch unsere Arbeit wollen wir dazu beitragen, dass das Bewusstsein für Menschen- und Arbeitnehmerrechte in der Öffentlichkeit geschärft wird.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Achtung von Arbeitnehmerrechten stellt in unserer Agentur eine Selbstverständlichkeit dar. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden gleich behandelt.
- Bei ÖkoMedia erhalten alle Mitarbeitenden eine ihrer Qualifikation und innerhalb des Unternehmens ausgeübten Tätigkeit angemessene Entlohnung. Für die Mitarbeitenden existieren zudem flexible und individuelle Arbeitszeitmodelle. Auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Fort- und Weiterbildung sowie soziales wie auch ökologisches Engagement wird Rücksicht genommen (siehe auch Leitsatz 2).
- Frauen wie Männer erhalten gleiche Ein- und Aufstiegschancen.
- Die Zusammenarbeit unter allen Angestellten inklusive der Geschäftsführung ist stets von einer respekt- und vertrauensvollen Kommunikation geprägt.
- Im Rahmen unserer Kommunikationsleistungen und unserer Projektarbeit versuchen wir auch in der Öffentlichkeit bewusstseinsbildend zu wirken, etwa durch die Entwicklung und Erstellung von (Schul-)Materialien, in denen auf Menschen- und Arbeitsrechte aufmerksam gemacht wird oder in den Themenheften, die wir für das Umweltministerium Baden-Württemberg erstellen. Gemeinsam mit der WIN-Geschäftsstelle bearbeiten wir intensiv das Thema der Wertschöpfungsketten in Unternehmen.
- Wir engagieren uns weiterhin in der Entwicklungszusammenarbeit bei Fairventures Worldwide.

Ausblick:

Auch in Zukunft wollen wir das Thema Arbeitnehmerrechte in unserer Agentur leben und weiterhin die Öffentlichkeit über das Thema Menschen- und Arbeitsrechte informieren.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Wir wissen, dass unser Erfolg entscheidend von unseren Mitarbeitenden abhängt. Wir setzen viel daran, kreative und nachhaltig engagierte Mitarbeitende zu beschäftigen. Ein freundliches und partnerschaftliches Miteinander ist uns sehr wichtig. Auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden wird weitestmöglich eingegangen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Beteiligungsmodell wurde beibehalten und ausgedehnt.
- Regelmäßiges Durchführen von Mitarbeiter-Gesprächen.
- Durchführen von Schulungen für Mitarbeitende.
- Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeitenden wurden gefördert.
- Flexible Arbeitszeiten wurden weiterhin ermöglicht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Seit 2016 sind alle unbefristet festangestellten Vollzeitkräfte am Erfolg der Agentur finanziell beteiligt. 2019 wurde das Beteiligungsmodell auch auf Teilzeitkräfte ausgeweitet.
- Seit 2018 führen wir regelmäßig Mitarbeiter-Gespräche durch und gehen – wenn möglich – auf die Wünsche der Mitarbeitenden ein. Wir ermöglichen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie persönliche Weiterentwicklungsschritte (nebenberufliche Gründung eines Start up-Unternehmens),.
- 2018 und 2019 haben einige unserer Mitarbeitenden Weiterbildungsangebote genutzt. Eine Mitarbeiterin nahm an einem Rhetorik-Kurs teil, ein anderer an einem Seminar für nachhaltige Events. Unsere Texterin ließ sich in einem Praxisworkshop zu „Einfache Sprache – Klartext reden“ schulen, das Grafikteam nahm an einem zwei Tages-Inhouse-Seminar zum Thema „Barrierefreiheit von Dokumenten“ teil, weitere Mitarbeiterinnen erhielten Schulungen zum Datenschutz, zur Buchhaltung sowie zu unserer agentureigenen Software.
- Die Mitarbeitenden werden von der Geschäftsführung in die Unternehmensstrategie mit einbezogen. 2019 hat das ÖkoMedia-Team drei ausführliche Strategie-Meetings durchgeführt, samt SWOT-Analyse und der Frage, wer sich wie mit seinen jeweiligen Kompetenzen bei ÖkoMedia einbringen kann und will. Jede/r hat seinen Ideen und Gedanken geäußert. Der Prozess wird fortgeführt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Das Miteinander ist bei gemeinsamen Aktionen gestärkt worden, zum Beispiel beim gemeinsamen Frühstücken oder Plätzchen Backen und beim Kochen eines leckeren vegetarischen Weihnachtsessens.



- Wir achten auf das gesundheitliche Wohl der Mitarbeitenden und haben aus diesem Grund weitere Arbeitsplätze ergonomisch eingerichtet und vier weitere Plätze durch höhenverstellbare Schreibtische ersetzt.
- Es fanden innerhalb des Teams so genannte IN!PUT-Gespräche statt, etwa zum Thema Cradle to Cradle und Umweltpsychologie. So konnten die Mitarbeitende ihre spezifischen Kenntnisse weitergeben und die anderen neue Impulse aufnehmen.

Ausblick:

Wir wollen auch in Zukunft zufriedene und engagierte Mitarbeitende beschäftigen und werden an den oben dargestellten Maßnahmen festhalten.

Wir wollen die Fähigkeiten der Mitarbeitenden weiter fördern und stärken.

In den Jahren 2020/2021 wollen wir den Leitsatz „Mitarbeiterwohlbefinden“ zu einem Schwerpunktthema machen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Ergebnisse des Dialogs mit den Anspruchsgruppen sollen in der Agentursoftware dokumentiert werden.

- Der proaktive Austausch zu unseren Anspruchsgruppen (Kunden, Mitbewerber, Lieferanten, Nachbarschaft etc.) wird weiterhin gepflegt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit Anspruchsgruppen pflegen wir einen regelmäßigen und intensiven Austausch. Der persönliche Dialog nimmt dabei einen sehr hohen Stellenwert ein. Erkenntnisse und Rückmeldungen fließen in unsere nachhaltigen Unternehmens- und Umsetzungsstrategien ein.
- Die Agentursoftware von ÖkoMedia dient dem Projektmanagement, der Dokumentation und Kommunikation mit Anspruchsgruppen. Die Mitarbeitenden von ÖkoMedia wurden so geschult, dass sie in ihrem Alltag die Software befüllen und nutzen können.
- Wir binden unsere Mitarbeitenden in die Unternehmensstrategie ein und nehmen ihr Feedback auf, etwa bei unseren Strategie-Meetings im Jahr 2019.
- In der Beziehung zu unseren Kunden pflegen wir so gut es geht den Ansatz „One face to the customer“, um eine vertrauensvolle und klare Kommunikation zu gewährleisten und Informationsverluste zu vermeiden.
- Mit Mitbewerbern, Agenturen und Experten in ähnlichen Arbeitsfeldern stehen wir aktiv im Dialog und haben im Berichtszeitraum mit einigen kooperiert, um gemeinsame Projekte durchzuführen.
- Bei allen Austauschformen mit unseren Stakeholdern nehmen wir den Datenschutz sehr ernst. Unsere Mitarbeitenden wurden zu ihrem Datenschutz-Verhalten befragt und wurden bezüglich der DSGVO-konformen Nutzung von Adress- und Kundendaten geschult.

Ausblick:

Wir werden an der bisherigen, vertrauensvollen Dialogkultur festhalten und diese weiter entwickeln und ausbauen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Siehe Schwerpunktthemen

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Als Nachhaltigkeitsagentur ist es per se unser Anspruch, Energie und Emissionen bei allen unseren Tätigkeiten einzusparen – sowohl bei der Mobilität als auch beim Energieverbrauch.
- Zwischen 2011 und 2018 haben wir die Kennzahlen nach dem Umweltmanagement EMAS erhoben. Aufgrund des zu hohen Aufwands für eine kleine Agentur führen wir die Maßnahmen nun eigenständig im Rahmen unserer Möglichkeiten firmenintern weiter.

Ergebnisse und Entwicklungen

- ÖkoMedia bezieht komplett regional erzeugten Öko-Strom.
- (Neue) Mitarbeitende werden über Energiespar-Möglichkeiten informiert und sensibilisiert. Maßnahmen wie Licht ausschalten und Heizkörper runterdrehen, etwa beim Lüften, sind für Alle eine Selbstverständlichkeit.
- Von den fünf Firmenfahrzeugen sind zwei umweltfreundliche Elektrofahrzeuge, die mittlerweile komplett mit Öko-Strom betrieben werden. Eines der beiden Elektrofahrzeuge wird für die EDe-Fahrten zu den Schulen eingesetzt.
- Bei der Mobilität verursachen wir so wenig wie möglich CO₂. Flüge werden nur in Ausnahmefällen genehmigt. Für Termine und Veranstaltungen nutzen wir öffentliche Verkehrsmittel. Unsere Mitarbeitenden kommen zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder als Fahrgemeinschaft (im Elektrofahrzeug) zur Arbeit.
- Bei der Anschaffung von elektrischen Geräten wird stets auf eine hohe Energieeffizienz geachtet und es werden regelmäßige Überprüfungen der Geräte vorgenommen, zuletzt 2019.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

Durch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess werden wir den Energieverbrauch weiterhin so gut es geht vermeiden und reduzieren bzw. kompensieren.

Unsere Möglichkeiten im Bereich Video-Konferenzen sollen ausgebaut werden.

Bei Neuanschaffungen wird weiterhin auf eine hohe Energieeffizienz geachtet.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen dazu beitragen, dass die Wertschöpfungskette in unserem Tätigkeitsbereich von verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln geprägt ist. Unsere (ÖkoMedia)-Standards bilden die Grundlagen für die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden (Faire Produkte, klimaneutrale Umsetzung, nachhaltige Beschaffung, nachhaltige Verwertung, nachhaltige Mobilität, Bio-Catering).

Ergebnisse und Entwicklungen

- Beim Erstkontakt mit einem potentiellen Lieferanten weisen wir in der Regel auf unsere Nachhaltigkeitsstandards bzw. -kriterien hin. Gleichzeitig fragen wir entsprechende Lieferleistungen nach Nachhaltigkeitskriterien ab.
- Nachhaltige Beschaffung ist bei ÖkoMedia Pflicht – vom Büromaterial über Ausstellungselemente und Textilien bis zu Milch und Kaffee in Bio und FairTrade Qualität. Desweiteren informieren wir auch unsere Kunden über die Möglichkeiten der nachhaltigen Beschaffung.
- Die im letzten Bericht für 2018 geplante Lieferantenbefragung haben wir aufgrund des Zeitmangels nicht durchführen können. Im Kontakt mit unseren Lieferanten und Dienstleistern haben wir stets auf unsere besonderen Anforderungen an Material, Qualität, Wieder- oder Weiterverwertung von Produkten hingewiesen. So können wir kontinuierlich unsere Produkte im Hinblick auf ihre Öko-Bilanz verbessern.
- Die Wiederverwertung von Produkten liegt uns seit jeher sehr am Herzen. 2018 etwa haben wir eine kreative Mitarbeiteraktion durchgeführt, um auch agenturintern zu dem Thema zu sensibilisieren: Jede/r war angehalten aus alten Verpackungen ein kleines Pflänzchen wachsen zu lassen und damit das Büro zu verschönern.

Ausblick:

Unsere Standards bilden auch zukünftig die Grundlagen für die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir möchten unseren langfristigen Unternehmenserfolg sichern, indem wir unsere Wettbewerbsfähigkeit stärken und langfristige Kundenbeziehungen pflegen.
- Wir wollen bestehende Arbeitsplätze sichern und neue schaffen.
- Wir bieten den Mitarbeitenden die Möglichkeit, am Unternehmenserfolg zu partizipieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Kundenbeziehungen sind langjährige, von Vertrauen geprägte Bindungen. Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht der Kunde mit seinen Wünschen und Bedürfnissen.
- Als eine der ersten Full-Service-Agenturen für Nachhaltigkeitskommunikation sichern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit, indem wir fundiertes Wissen in Themenbereichen wie Klimaschutz, Energie, Mobilität, Abfall, Bildung, Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung liefern und hier inhaltlich stets up to date bleiben. Auch in den Themen Datenschutz und Barrierefreiheit von Dokumenten haben wir hohe Kompetenz erworben. Unsere Mitarbeitenden wurden geschult und können unsere Kunden in diesem Bereich mit hoher Qualität bedienen.

Ausblick:

Ein hoher Anspruch an Qualität, innovativen Lösungen und ein guter Ruf bleiben auch in Zukunft unsere Devise. Die Effizienz unserer Abläufe soll weiterhin erhöht werden.

Die Mitarbeitenden werden in die Weiterentwicklung einer bereits begonnenen, langfristigen Unternehmensstrategie eingebunden. Diesen Prozess wollen wir intensiv fortführen.

Die Mitarbeitenden von ÖkoMedia haben eine hohe Qualität und Kompetenz. Sie sollen langfristig der Agentur erhalten bleiben. Dafür wird ihnen ein entsprechender Entwicklungsraum geboten.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen weiterhin – in aller Konsequenz – Produkte mit Mehr-Wert schaffen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben den Anspruch, attraktive Produkte mit Mehr-Wert zu entwickeln und innovative Wege bei der Informationsvermittlung zu beschreiten.

Allein im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg 2018 und 2019 wurden die uns entwickelten bzw. gestalteten Produkte in großer Stückzahl nachgefragt:

25.000 Helden!-Tüte (Tragetaschen aus Recyclingpapier, die gleichzeitig Biomülltüte, Ressourcenschoner und Nachhaltigkeitsbotschafter sind);

15.000 Helden!-Boxen (Boxen zur Rettung von Essens-Resten, die ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung setzen);

22.000 Kochbüchle (Tipps zu nachhaltiger Ernährung und Rezepten sowie „Reste-Rezepte“);

16.000 Broschüren „Gut zu Wissen!“ mit Hintergrundinformationen und Tipps zu unterschiedlichen Themenkomplexen;

über 100.000 Samentütchen für mehr Artenvielfalt.

2018 kreierten wir im Hinblick auf die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg das **Malbuch „Molli und Polli – die Insekten-Helden!“** für den Elementarbereich. Von diesem Malbuch zum Thema Biodiversität wurden über **30.000 Exemplare** gedruckt und intensiv nachgefragt. Spielerisch können Kinder damit die Welt der Insekten und ihre Bedeutung für unser Ökosystem entdecken. Das Besondere am Malbuch ist außerdem: Es beinhaltet ein Lern-Legespiel, mit dem das Thema spielerisch und nachhaltig Spielen im Kindergarten oder zu Hause weiter vertiefen kann.



WEITERE AKTIVITÄTEN

2019 entwickelten und gestalteten wir für die Nachhaltigkeitstrategie Baden-Württemberg das **Malbuch „Tomti und Brokki – die Gemüse-HeldeN!“**. Es verbindet – wie schon die früheren Malbücher mit gleichem Konzept – Spaß mit Wissen. Ausmalbare Motive tragen dazu bei, sich mit dem Thema Lebensmittel zu beschäftigen. Die kleine Geschichte mit den Gemüse-HeldeN! Tomti und Brokki liefert einfache Erklärungen. Ein ergänzendes Kochrezept regt an, das Erwachsene mit ihren Kindern ein leckeres und gesundes Gemüsegericht mit saisonalen und regionalen Produkten kochen. Auch in diesem Malbuch ist ein attraktives Lern-Legespiel integriert



Das Konzept der **Erlebniswelt für nachhaltiges Handeln** bei den Frühjahrmessen in Stuttgart haben wir weiterentwickelt. Vor allem 2019 haben wir die inhaltlichen Botschaften geschärft. Während unsere Ausstellungspartner – WIN-Unternehmen, NGOs, Verbände, Initiativen – Problemlösungen sichtbar machten, erzeugten wir durch die prägnante Darstellung von Problemstellungen auf Plakaten und Pappaufstellern, interaktiven Ausstellungselementen sowie in einem begehbaren Schiffscontainer Problembewusstsein zu den Themen Konsum, Biodiversität und Klimaschutz.

WEITERE AKTIVITÄTEN



Im April 2018 konzipierten und organisierten wir für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg den Nachhaltigkeitskongress „Mehr Taten, mehr Zukunft“. Aufgrund des enormen Interesses (es wurde mit max. 600 Teilnehmenden gerechnet, über 1.000 meldeten sich an) wurde der Kongress von der Sparkassenakademie in die Liederhalle in Stuttgart verlegt. Für diesen Kongress entwickelte ÖkoMedia neue bzw. ungewöhnliche Präsentationsformate. Damit viele Experten in kurzer Zeit ihre Aussagen und Botschaften zu nachhaltigem Handeln vortragen konnten, kreiert ÖkoMedia das Speed Speeches Konzept. Fünf Expertenpaare hatte jeweils 5 Minuten Zeit, um globale und regionale Einschätzungen und Visionen zu unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen zu präsentieren. Danach hatten die Teilnehmenden der Veranstaltung die Möglichkeit, Fragen zu stellen.



WEITERE AKTIVITÄTEN

Für die AOK hat ÖkoMedia eine Klimachallenge und ein Internet-Modul für einen CO₂-Selbsttest entwickelt. Die Klimachallenge beinhaltet alltagsrelevante Handlungsoptionen. Zu jeder einzelnen Challenge haben wir die Emissionswerte ermittelt. Ausführliche Berechnungsgrundlagen für die zustandegekommenen CO₂-Werte sowie ergänzende Hintergrundinformationen heben die AOK-Klimachallenge deutlich von herkömmlichen Klimachallenges ab. Beim CO₂-Selbsttest konnte jeder Teilnehmende zudem überprüfen, ob er eher zur Kategorie „Klima-Held/in“ oder „Big-Foot“ gehört. Über 130.000 kg CO₂ wurden durch die Klimachallenge innerhalb von wenigen Monaten eingespart.

Ausblick:

Auch in Zukunft wollen wir unsere Mehr-Wert-Strategie fortsetzen, um weiterhin bei allen relevanten Zielgruppen mit geeigneten Instrumenten und Maßnahmen das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit zu schärfen. Neben weiteren innovativen Printprodukten wollen wir die Kommunikation über Social Media-Kanäle ausbauen und attraktive, digitale Veranstaltungsformate entwickeln. Den inhaltlichen Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitskommunikation sehen wir beim Thema Klimaschutz.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Für unsere Finanzentscheidungen gilt: Qualität vor Quantität. Bei der Auswahl von Aufträgen prüfen wir kritisch die Nachhaltigkeitsbemühungen des potentiellen Kunden und den Nachhaltigkeitscharakter des geplanten Projekts.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- ÖkoMedia hat eine stabile Geschäftsentwicklung.
- Finanzentscheidungen werden stets unter Nachhaltigkeitsaspekten getroffen.

Ausblick:

In Zukunft möchten wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärker in die Finanzentscheidungen einbinden und sie am Jahresanfang über die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres informieren.

Auch in Zukunft werden wir bei der Auswahl von Aufträgen weiterhin kritisch die Nachhaltigkeitsbemühungen des potentiellen Kunden und den Nachhaltigkeitscharakter des geplanten Projekts prüfen.

Darüber hinaus werden wir auch zukünftig nachhaltige Projekte direkt finanziell unterstützen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir verhindern konsequent Korruption. Dank unserer Agentursoftware können alle unsere Aufträge nachgeprüft werden – von der Angebotserstellung bis zur Rechnungsstellung.
- Generell holen wir jeweils mindestens drei Angebote ein.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir prüfen unsere Lieferanten genau, bevor sie in unser Lieferantenverzeichnis aufgenommen werden.
- Bei der Vergabe von Aufträgen – Agentur-eigene oder für unsere Kunden – werden stets mehrere Vergleichsangebote eingeholt. Die Vergabe erfolgt aufgrund des Wirtschaftlichkeitsprinzips sowie unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten wie die Umweltverträglichkeit.

Ausblick:

Wir möchten an unseren Prinzipien festhalten und weiterhin Lieferanten und Partner aufgrund von fairen Beschaffungskriterien beauftragen. Dank der Agentursoftware sollen weiterhin alle Geschäfte nachvollziehbar und transparent sein.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Vom Handwerker über Druckereien bis zum IT- und Datenschutz-Spezialisten beauftragen wir nach Möglichkeit Dienstleister aus der Region.
- Wir unterstützen soziale und ökologische Projekte in der Region (s. WIN!-Projekte).
- Die Projekte, die wir für unsere Kunden umsetzen, bieten einen Mehrwert für die Nachhaltigkeit im Land Baden-Württemberg.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 2018 und 2019 beauftragten wir überwiegend Lieferanten und Dienstleister aus Baden-Württemberg.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir verstehen uns als Impulsgeber für Vernetzung und Informationsaustausch Nachhaltigkeitsaktiver des Landes Baden-Württemberg:
 - Nach dem Motto „Jeder Tag ist ein Nachhaltigkeitstag“ haben wir 2016 für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg die Internet-Plattform www.n-netzwerk.de konzipiert und realisiert. Diese Plattform sollte als Impulsgeber dienen, sie stellt nachhaltige Taten und Aktionen dar und unterstützt die Vernetzung von Nachhaltigkeitsaktiven. Auch 2018/2019 haben hier wieder viele Initiativen, Kommunen, Unternehmen, NGOs, Bildungseinrichtungen, Gruppen und Privatpersonen ihre nachhaltigen Ideen und Aktionen präsentiert. Ende 2019 waren über 8.000 Aktionen von rund 1.400 Akteuren ins Netzwerk eingetragen. Aus den besten Aktionen werden jeden Monat die Helden! der Tat gekürt und über den Newsletter der Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt.
 - Seit 2014 organisieren wir für die Nachhaltigkeitsstrategie die Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg. Sie haben sich zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt. Immer mehr Nachhaltigkeitsaktive nehmen daran teil. Ihre Aktionen sind wiederum Inspiration für andere.
 - 2018 und 2019 organisierten wir für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg die „Erlebniswelt für nachhaltiges Handeln“. Hier konnten sich Nachhaltigkeitsaktive aus ganz Baden-Württemberg präsentieren und miteinander in Kontakt treten.
 - Mit den WIN-Workshops und WIN-Foren brachten wir 2018/2019 erneut gemeinsam mit dem Umweltministerium Baden-Württemberg regelmäßig nachhaltig wirtschaftende Unternehmer/-innen aus Baden-Württemberg zusammen.

Ausblick:

Unser Datenpool mit Anbietern aus Baden-Württemberg wird kontinuierlich erweitert.

Wir initiieren weiterhin Vernetzungsmöglichkeiten für Lieferanten, Partner, Kommunen, Schulen und Unternehmen in Baden-Württemberg. Für die Plattform www.n-netzwerk.de ist für 2020 ein Webseiten-Relaunch geplant.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Siehe Schwerpunktthemen

6. Schwerpunktthemen 2020/2021

Folgende Schwerpunkte wollen wir für die Jahre 2020 / 2021 festlegen:

- Leitsatz – 02 Mitarbeiterwohlbefinden
- Leitsatz – 12 Anreize schaffen

7. Unser WIN!-Projekt

Mit unseren WIN!-Projekten leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESE PROJEKTE UNTERSTÜTZEN WIR

In den Jahren 2018 und 2019 hat ÖkoMedia u.a. diese Projekte in der Region unterstützt:

Projekt 1 – Unterstützung des TC Lichtenwald e.V.

Sport und Nachhaltigkeit gehören untrennbar zusammen: Nachhaltigkeit kann in Sportvereinen auf vielfältige Weise gelebt werden. ÖkoMedia unterstützt als Nachhaltigkeitsagentur seit vielen Jahren den TC Lichtenwald e.V. Der 1996 gegründete TC Lichtenwald mit seinen über 200 Mitgliedern bildet das Zentrum für Tennissport in und um die Gemeinde Lichtenwald. Das vom Verein gebotene Sportangebot richtet sich dabei an unterschiedlichste Zielgruppen. Von jung bis alt, Neu- und Wiedereinsteiger, bis hin zu all jenen, die es sportlich ambitioniert mögen. Besonders wichtig ist dem Zentrum die Förderung des Nachwuchses; es gibt ein breites und professionelles Angebot ab dem Kindergartenalter. Für dieses Engagement erhielt der Verein vor zwei Jahren den "Preis für gute Jugendarbeit" vom Württembergischen Tennisbund. Das Engagement des Vereins spiegelt sich in den steigenden Mitgliederzahlen wieder. Der Verein hat eine Solaranlage auf dem Dach seines kleinen Vereinsheims.

ÖkoMedia unterstützt das vielfältige Engagement des Vereins. Durch die kostenlose Gestaltung des Vereinsmagazins und die Übernahme der Druckkosten für 1.500 Exemplare, konnte der Verein die Erlöse aus dem Anzeigenverkauf in die Weiterentwicklung des Vereins und in die Jugendarbeit investieren.

Projekt 2 – Unterstützung des Schwäbischen Heimatbundes

Der Schwäbische Heimatbund (SHB) setzt sich für Denkmalschutz, Naturschutz und Landeskunde in Württemberg ein. Unter anderem besitzt der SHB über 200 ha geschützte Landesteile. Diese Naturschutzgebiete sind zugleich Erholungs- und Erlebnislandschaften. Eines der größten Projekte des SHB ist das Naturschutzzentrum Pfrunger-Burgweiler Ried. Das Pfrunger-Burgweiler Ried ist das zweitgrößte Moorgebiet Südwestdeutschlands. Der SHB führt auch eine Vielzahl von gemeinsamen **Pflegemaßnahmen** zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt durch.

Jährlich veröffentlicht die Stadtgruppe Stuttgart des Schwäbischen Heimatbundes ein umfangreiches, 24-seitiges Jahresprogramm. 2018 und 2019 hat ÖkoMedia diese Jahresprogramme kostenlos gestaltet und für den Druck und die Veröffentlichung im Internet aufbereitet.

Projekt 3 – Unterstützung von Juniorenfirmen

Das von den Vereinten Nationen ausgezeichnete Projekt "Juniorenfirmen auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften" fördert bei Schülerinnen und Schülern (Junioren) unternehmerisches Denken und Handeln unter dem Leitbild nachhaltigen Wirtschaftens. Im Rahmen der einjährigen

UNSER WIN!-PROJEKT

Zusammenarbeit in einem realen Unternehmen erhalten die Junioren bereits vor Berufseintritt ein grundlegendes Verständnis von der Verantwortung für ökonomische, ökologische und soziale Ziele in einem Unternehmen. Sie können darüber hinaus durch ein konkretes eigenes Projekt unternehmerisch tätig sein.

ÖkoMedia unterstützt jährlich eine Juniorenfirma. 2017/2018 unterstützten wir die „Umweltprofis von morgen“: Vier Schülerinnen und Schüler des Geschwister-Scholl-Gymnasiums in Stuttgart wurden ein halbes Jahr von ÖkoMedia in ihrem Vorhaben unterstützt: die Produktion eines Kurzfilms über die Visionen der Baden-Württemberger für eine nachhaltige Zukunft.

2018/2019 unterstützte ÖkoMedia erneut drei Schülerinnen und Schüler des Geschwister-Scholl-Gymnasiums in Stuttgart. Dieses Mal ging es um die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsspiels für Kinder zwischen 10 und 16 Jahren, „Education! 4 Future“.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Projekt 1 – Unterstützung des TC Lichtenwald e.V.

Wir erstellten kostenlos das gesamte Vereinsmagazins für den Sportverein in Abstimmung mit seiner Geschäftsführung.

Der finanzielle Umfang für die gespendeten Eigen- und Fremdkosten wie Druckkosten beträgt rund 7.500 Euro.

Projekt 2 – Unterstützung des Schwäbischen Heimatbundes

Gestaltung der Jahresprogramme 2018 und 2019. Der Leistungsumfang beträgt je Programmheft rund 2.000 Euro.

Projekt 3 – Unterstützung von Juniorenfirmen

Die „Umweltprofis von morgen“ hatten sich zum Ziel gesetzt, für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg einen Kurzfilm zu produzieren, in dem Baden-Württemberger zu Wort kommen und ihre Visionen für eine nachhaltige Zukunft äußern. Die Geschäftsführung sowie drei Mitarbeiterinnen von ÖkoMedia und die vier Schülerinnen und Schüler hatten unzählige Treffen, Telefon- und E-Mail-Kontakte. Wir standen den Junioren mit unserem KnowHow in den Bereichen Filmproduktion und -Schnitt, Kameraführung, aktuelle nachhaltige Themen und sogar Bühnenpräsenz zur Seite.



2018/2019 unterstützte ÖkoMedia eine Nachhaltige Juniorenfirma bei der Entwicklung des Nachhaltigkeitsspiels „Education! 4 Future“. Das Ziel war die spielerische Sensibilisierung von Kindern zwischen 10 und 16 Jahren für die Umwelt- und Klima-Herausforderungen. Die Schüler legten die Spielregeln fest und entwickelten Fragen und Lösungen in folgenden

Bereichen: Klimawandel, Energie, Mobilität, Konsum.

UNSER WIN!-PROJEKT

Die Geschäftsführung und eine Mitarbeiterin von ÖkoMedia begleiteten die Schüler bei der Entwicklung des Spieles, bei der Themenfindung, der inhaltlichen Konzeption der Fragen, den Einfluss der SDGs, der Grafik etc. Es gab hierfür Besprechungen im Zwei-Wochen-Rhythmus sowie zahlreiche E-Mail-Kontakte.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Projekt 1 – Unterstützung des TC Lichtenwald e.V.

Das Ergebnis ist ein 40-seitiges Magazin mit einer Auflage von 1.500 Stück.

Projekt 2 – Unterstützung des Schwäbischen Heimatbundes

Die Jahresprogramme der SHB Stadtgruppe Stuttgart wurden 2018 und 2019 jeweils in einer Auflage von 1.500 Ex. gedruckt. Es richtet sich an Interessierte, Mitglieder, Studierende sowie Schülerinnen und Schüler. Zuletzt auch gezielt an Friday-for-Future-Aktive. Es ist geplant, den SHB auch in den kommenden Jahren zu unterstützen.

Projekt 3 – Unterstützung von Juniorenfirmen

Das Ergebnis der Juniorenfirma „Umweltprofis von morgen“ konnte sich zeigen lassen: es entstand ein anspruchsvoller vier ein halb minütiger Kurzfilm, der von den Schülern in Stuttgart gedreht worden ist. Er war so gut, dass wir ihn beim Jubiläumskongress der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg "Mehr TateN! - Mehr Zukunft" im April 2018 vor großem Publikum präsentieren konnten. Als Einführung interviewte Moderator Sven Plöger die Schülerin Konstantinia Andreadou. ÖkoMedia begleitete sie in der Vorbereitung auf den professionellen Bühnenauftritt vor rund 900 Gästen. Hier ist der Film zu sehen:

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/erleben/10-jahre-n/kongress-2018.html>

Das Nachhaltigkeitsspiel „EducatioN! 4 Future“ sollte für Schulen produziert und bei den Nachhaltigkeitstagen 2019 vorgestellt werden. Das von der Juniorenfirma nicht vollendete Quiz hat ÖkoMedia für den Einsatz an den Nachhaltigkeitstagen 2019 weiterentwickelt und Schulen in einem Download-Pack zur Verfügung gestellt.

AUSBLICK

ÖkoMedia wird auch künftig die Stadtgruppe Stuttgart des Schwäbischen Heimatbunds bei der Erstellung seines Jahresprogramms unterstützen. Und auch Juniorenfirmen werden wir weiterhin bei der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsideen mit Rat und Tat begleiten.

8. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Jürgen Meissner, Geschäftsführer der ÖkoMedia GmbH

Telefon: 0711 92579 0

E-Mail: meissner@oekomedia.com

Impressum

Herausgegeben im September 2020 von

ÖkoMedia GmbH

Teckstraße 56

70190 Stuttgart

Telefon: 0711 92579 0

Fax: 0711 92579 99

E-Mail: meissner@oekomedia.com

Internet: www.oekomedia.com

The logo for ÖkoMedia, featuring the word "Öko" in a bold green font and "Media" in a bold black font.