



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020

DIE REGIONAUTEN



Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	[Thema/Name des 1. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)]... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
	[Thema/Name des 2. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)]... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
	[falls vorhanden: Thema/Name des 3. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)] .. Fehler! Textmarke nicht definiert.	
5.	Weitere Aktivitäten.....	8
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	8
	Umweltbelange.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
	Ökonomischer Mehrwert.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	Fehler! Textmarke nicht definiert.
	Regionaler Mehrwert.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.	Unser WIN!-Projekt	11
7.	Kontaktinformationen.....	13
	Ansprechpartner	13
	Impressum.....	13

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Regionauten sind eine Kommunikationsagentur mit Sitz in Konstanz. Seit 2006 arbeiten wir mit politischen Institutionen, sozialen Initiativen und Verbänden, Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen, Kulturprojekten, Umweltorganisationen und Kommunen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Fundraising. Unser Fokus auf NPOs, regionale Akteure und gesellschaftliche Themen zeigt: Nachhaltigkeit ist die Grundlage unserer Arbeit.

Was treibt eine NPO an, wo steht sie, wo will sie hin, wie nutzt sie vorhandene Potenziale, findet starke Kooperationspartner und erreicht wichtige Meinungsmacher und die breite Öffentlichkeit – und das auch bei kleinem Marketingbudget? Die Regionauten helfen erfahrenen Wohlfahrtsverbänden, innovativen Bildungsanbietern, kreativen Kulturschaffenden, bürgernahen Kommunen und jungen Nonprofit-Initiativen die richtigen Antworten zu finden.

www.die-regionauten.de

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Dieser Bericht knüpft an unser Zielkonzept vom Jahr 2019 an, in dem wir die einzelnen Aspekte umfassend beschrieben haben. 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.

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: Januar 2019

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Bilderverleih der inklusiven Künstler*innen-Gruppe „Mittendrin“, www.caritas-konstanz.de/mittendrin

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 50 Arbeitsstunden

Projektpate: Felix Pfäfflin

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 07: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*
- Leitsatz 09: Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*
- 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

Diese Leitsätze sehen wir nach wie vor als wichtige Hebel zur Stärkung unseres nachhaltigen unternehmerischen Handelns. Für die Regionauten erkennen wir in diesen Bereichen derzeit den größten Handlungsbedarf – und zugleich große mögliche Effekte: Mit qualifizierten und sinnhaften Beschäftigungsmöglichkeiten stärken wir – im Rahmen unserer Möglichkeiten als sehr kleines Unternehmen – die Region. Unsere Finanzentscheidungen richten wir konsequenter an ethisch und ökologisch vertretbaren Kriterien aus. Die Beteiligung wirkt in beide Richtungen: Wir sensibilisieren Praktikant*innen und freien Mitarbeiter*innen und diese geben uns neue Impulse bzgl. Nachhaltigkeit.

Schwerpunktt Thema Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

Unsere Agentur besteht seit der Gründung vor zwölf Jahren aus zwei Mitarbeitern. Die Gründe für die Selbständigkeit waren allesamt nachhaltig: Wir wollten als junge Väter Familie und Beruf miteinander verbinden. Wir sahen in der Region einen Gegenpol zur Globalisierung und legten den Fokus von Beginn auf regionale Kunden. Wir wollten selbstbestimmt gesellschaftliche Themen mitgestalten und arbeiten bis heute nahezu ausschließlich für NPOs.

Die Wachstumslogik wollten wir durchbrechen. Erklärte Ziele in unserem ersten Businessplan waren: moderate Umsatzsteigerung, keine Festanstellungen. Stattdessen haben wir erfolgreich auf fluide und flexible Netzwerke gesetzt und so für rund 15 freie Mitarbeitende teils erhebliche Einnahmequellen generiert, ohne unter wirtschaftlichen Druck zu kommen und immer größere Projekte akquirieren zu müssen. Unseren freien Mitarbeiter*innen und Praktikant*innengebend wir fundiertes Wissen weiter und bieten ihnen Gestaltungsräume, innerhalb derer sie wichtige praktische Erfahrungen sammeln.

Wir gehen verantwortungsvoll mit allen uns zur Verfügung stehenden Ressourcen um. Wir wirtschaften nachhaltig und auf Stabilität ausgerichtet – zum Beispiel in Form von ausreichenden Rücklagen, die in einkommensschwachen Phasen für Lohnsicherheit sorgen würden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Drei Praktika über insgesamt neun Monate
- Drei Textwerkstätten mit Praktikant*innen
- 25 Meetings mit unseren freien Mitarbeiterinnen im Bereich Grafik

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir haben unsere langfristige Unternehmensstrategie auch 2019 konsequent beibehalten. Auch Praktikumsplätze haben wir weiter angeboten. Unsere regionalen Bezüge haben wir weiter gestärkt (vgl. u.a. unser WIN!-Projekt) und die Zusammenarbeit mit regionalen Netzwerkpartnern intensiviert (u.a. mit der Webagentur Abschnitt 1 aus Konstanz).

INDIKATOREN

Im Zielkonzept 2019 hatten wir keine quantitativen Indikatoren angegeben. Weiterhin scheint uns dieser Schwerpunkt schwer quantifizierbar.

AUSBLICK

Wir halten weiterhin an diesem Schwerpunkt fest und planen für die kommenden Jahre regelmäßige Ideen-Runden mit unseren freien Mitarbeiter*innen und Partneragenturen aus der Region.

Schwerpunktthema Finanzentscheidungen

ZIELSETZUNG

Wir handeln wirtschaftlich nachhaltig, unsere Gehälter sind moderat, wir legen seit je her Rücklagen an. So ist unsere Agentur langfristig finanziell gesichert. Die Regionauten haben keine Schulden. Diese mittel- und langfristige Planung macht es möglich, Herausforderungen oder Gefahren frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Temporäre Einnahmerückgänge oder unerwartete Ausgaben haben keinen Einfluss auf den langfristigen Unternehmenserfolg. Wir benötigen nur geringe Investitionen für Büroausstattung, Laptops oder Marketing. Bei Neuanschaffungen holen wir Vergleichsangebote ein, um Transparenz zu gewährleisten und wirtschaftlich zu agieren.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Kontakt zur GLS Bank wegen Firmenkontenwechsel

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Mit der GLS Bank haben wir Kontakt wegen Firmenkontenwechsel aufgenommen. Allerdings kam es hier trotz mehrfacher Nachfrage unsererseits zu keinem konkreten Angebot oder Abschluss. Wir haben

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

den Eindruck, dass der GLS Bank derzeit Kapazitäten fehlen, um auf Anfragen potenzieller Neukunden zu reagieren.

AUSBLICK

Wir halten weiterhin an diesem Schwerpunkt fest. 2020 wollen wir unsere Gehälter moderat erhöhen und streben den Wechsel zu einer nachhaltigen Bank.

Schwerpunktthema Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Wir wollen alle Anspruchsgruppen unserer Agentur für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren. In Mitarbeitergesprächen mit Praktikanten wollen wir die unternehmerische Nachhaltigkeit gezielt ansprechen und auch deren Ideen einbeziehen. Die Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit thematisieren wir verstärkt beim kollegialen Austausch mit anderen Agenturen. Dies soll uns und unseren Gesprächspartnern helfen, neue Perspektiven einzunehmen und so neue Aspekte und Ansatzpunkte zu erkennen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- In Vorstellungs- und Personalgesprächen sind wir verstärkt auf die Nachhaltigkeit unseres Unternehmens eingegangen.
- Wir haben uns insbesondere mit Druckereien bzgl. nachhaltiger Druckverfahren beschäftigt.
- In unserer Jahresklausur haben wir dem Thema Nachhaltigkeit einen eigenen Tagesordnungspunkt eingeräumt. Thema: Reduzierung von Printprodukten.
- Wir weisen unsere Kunden bei der Umsetzung ihrer Maßnahmen konsequent auf nachhaltige Alternativen hin (Bsp. Caritas-Altenhilfe Konstanz: Online- statt Printbroschüre).

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

s.o.

INDIKATOREN

Einige Kunden haben auf unser Anraten hin auf Printprodukte verzichtet. Die quantitative Wirkung bzgl. Nachhaltigkeit – z.B. Einsparung CO₂ – zu beziffern, würde für unser kleines Unternehmen einen zu hohen Aufwand bedeuten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Wir halten weiterhin an diesem Schwerpunkt fest und planen in den nächsten Jahren für uns und unsere Kunden eine Übersicht nachhaltiger Dienstleister und Kriterien v.a. im Bereich Printprodukte zu erstellen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Wir bieten wir faire Praktikumsbedingungen an (moderates Gehalt, flexible Arbeitszeiten, 30 Urlaubstage p.a., Mitarbeitergespräche, intensive Einbeziehung in die Projektarbeit, freie Zeit für ehrenamtliches Engagement).

Bei der Zusammenarbeit mit Zulieferern, freien Mitarbeitenden und Kunden setzen wir auf langfristige Partnerschaften und achten – soweit wir dies nachprüfen können – auf die Einhaltung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten.

Ziele und geplante Aktivitäten

- Die Achtung der Menschen- und Arbeitnehmerrechte ist weiterhin Bedingung für die Zusammenarbeit mit den Regionauten.
- Wir behalten die fairen Praktikumsbedingungen bei und passen die Praktikumsvergütung entsprechend der Inflationsraten an.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Mitarbeiterwohlbefinden ist für uns zentral. Teil des Grundes, eine eigene Agentur zu gründen war die optimale Vereinbarkeit von Familie, Ehrenamt, Freizeit und Beruf. Wir bieten flexible Arbeits- und Urlaubszeiten und führen regelmäßig Gespräche mit unseren Praktikanten. Es herrscht ein gutes Arbeitsklima.

Ziele und geplante Aktivitäten

- Wir thematisieren weiterhin in Praktikumsgesprächen das Wohlbefinden und das Arbeitsklima.
- Wir vermeiden Überlastungen – kurzfristig durch wöchentliche interne Planungstreffen, langfristig durch eine realistische Auftragsplanung.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Die Einbeziehung aller Anspruchsgruppen ist Teil unseres Arbeitsverständnisses. Wir berücksichtigen hierbei unsere Praktikant*innen, Kunden und andere Gruppen, die in unsere Projekte involviert sind.

Ziele und geplante Aktivitäten

- Wir wollen die Zielgruppen unserer Kommunikationsarbeit noch stärker in die Entwicklung der Maßnahmen einbeziehen (2020 z.B. Kinder und Jugendliche als „Social Media Crew“ im Projekt „Klima Verrückt Stadt“ unter der Dachkampagne www.wirleben2000watt.com).

WEITERE AKTIVITÄTEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Wir arbeiten in einer Bürogemeinschaft, versuchen wenig zu drucken und wenig Müll zu produzieren. Wir trinken Leitungswasser, trennen Müll und heizen bedarfsgerecht. Wir verbrauchen so wenig Ressourcen wie möglich und verwenden Ressourcen, die wir benötigen sparsam und effizient.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Weiterhin verwenden wir Ressourcen sparsam.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Unsere Arbeitswege legen wir mit dem Fahrrad oder zu Fuß zurück, bei vertretbarer Reisezeit fahren wir mit der Bahn, wir fliegen nicht. Ökostrom beziehen wir regional von den Stadtwerken Konstanz.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Für Reisen, die wir in Einzelfällen mit dem PKW machen, leisten wir eine CO₂-Kompensation.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Bei der Beschaffung von Büromaterial achten wir auf Nachhaltigkeit. Wir nutzen Medien digital statt ausgedruckt. Bei Firmenanlässen achten wir auf Regionalität und Nachhaltigkeit. Viele unserer Projekte haben Nachhaltigkeit zum Thema.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir wollen unsere Kunden bei deren Beschaffungen fortlaufend auf nachhaltige Alternativen hinweisen (z.B. Online vor Print, Qualität vor Quantität, umweltfreundlicher Druck, Vermeidung oder faire Produktion wertiger und nützlicher Giveaways).

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Schwerpunktthema.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Wir übertragen bewährte und neue Methoden und Kanäle des Profit-Marketings auf die Bedarfe für NPOs, befähigen diese mit Know-how und nachhaltigen Strukturen zu effizienter und innovativer Öffentlichkeitsarbeit.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Wir nutzen für unsere Arbeit keine Industrie-Technologien im klassischen Sinn, weswegen wir hier auch keine Innovation nutzen oder vorantreiben können.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Schwerpunktthema.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Wir sind bislang in keiner Weise mit Fragen der Korruption in Berührung gekommen. Für uns steht außer Frage, uns an alle geltenden Regelungen zu halten. Wichtige Entscheidungen in finanzieller Hinsicht treffen wir immer nach dem Vier-Augen-Prinzip. Soweit es uns möglich ist, machen wir unsere Finanzentscheidungen transparent, z.B. indem wir für uns und unsere Kunden stets Vergleichsangebote einholen. Als kleine Agentur sehen wir darüber hinaus keinen Ansatzpunkt, uns gegen Korruption stark zu machen.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Unsere Agentur ist vorrangig in der Region und im Land Baden-Württemberg tätig. So generieren wir und unsere Kunden regionalen Mehrwert. Wir engagieren uns für den Kulturstandort Konstanz und führen hier eigene Veranstaltungen durch: Von 2009 bis 2018 die Kantine (ein Kulturfestival mit freiem Eintritt) und seit 2016 das Klimperquatschen (eine Kneipentalkshow mit Menschen, die sich für eine lebendige Stadtgesellschaft einsetzen). An der Universität Konstanz sind wir als Lehrbeauftragte tätig und bieten Praktikumsplätze an – und leisten so einen Beitrag zur Ausbildung von Fachkräften in der Region. Unsere engsten freien Mitarbeitenden sind Absolventen der örtlichen Hochschulen und wir unterstützen so deren berufliche Entwicklungsperspektiven am Standort Konstanz.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir bleiben weiterhin in der Region verwurzelt, um mit regionalen Kunden einen regionalen Mehrwert zu schaffen.
- Wir arbeiten künftig noch enger mit freien Mitarbeitenden aus der Region zusammen.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Schwerpunktthema.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

2019/20 unterstützen wir die www.konstanzer-klimakonferenz.de: Im Mai 2019 hat der Konstanzer Gemeinderat einstimmig und als erste Stadt in Deutschland den Klimanotstand ausgerufen. Diese Entscheidung war eine starke Aussage: Wir haben verstanden, dass die Situation sehr ernst ist und wir schnell und konsequent handeln müssen. Dieser Entscheidung sind bisher zu wenige Taten gefolgt. Es gibt keinen konkreten Fahrplan, wie die Begrenzung erreichbar ist und welchen Beitrag Konstanz dazu leisten kann – weder für die Stadtverwaltung, die städtischen Betriebe und öffentlichen Einrichtungen, noch für Wirtschaft, Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus – und auch nicht für die Bürger*innen in Konstanz. Darum hat sich eine ehrenamtliche Initiative zum Ziel gesetzt, konkrete Maßnahmen und Forderungen zu entwickeln – in einem partizipativen Prozess mit möglichst vielen Bürger*innen und relevanten Akteur*innen.



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG/ ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir haben die 1. Konstanzer Klimakonferenz am 19. Juli 2019 im Konzil Konstanz mit rund 100 Teilnehmer*innen aus Wirtschaft, Hochschulen, Initiativen, Politik und Verwaltung ehrenamtlich mitkonzipiert, mitorganisiert und moderiert (www.konstanzer-klimakonferenz.de/ergebnisse/).

UNSER WIN!-PROJEKT

Wir haben den Klima-Aktionstag am 24. November 2019 im Konzil Konstanz mit rund 1.000 Besucher*innen ehrenamtlich mit konzipiert, mit organisiert und moderiert (<https://www.konstanzer-klimakonferenz.de/klima-aktionstag/>).

AUSBLICK

2020 begleiten wir den nächsten Schritt, der aus der Initiative rund um die Konstanzer Klimakonferenz entstanden ist: Wir unterstützen die Planung, Kommunikation und ggf. Umsetzung eines Bürgerentscheids: Die Stadt muss einen verbindlichen Klima-Aktionsplan entwickeln, der festschreibt, dass Konstanz in allen Bereichen, die die Stadt selbst verantwortet, bis 2030 klimapositiv wird.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Harald Kühl, kuehl@die-regionauten.de, +49 (0)7531/3698943



Impressum

Herausgegeben am 31. Januar 2020 von

Die Regionauten

Telefon: +49 (0)7531/3698943

E-Mail: mail@die-regionauten.de

Internet: www.die-regionauten.de

