



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2021

ABT Mediengruppe mit den Unternehmen



ABT Print und Medien GmbH
aktivComm GmbH

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative
Nachhaltigkeit (WIN) Baden Württemberg



**NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN**

ABT

MEDIEN
GRUPPE

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	3
2. Die WIN-Charta	4
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	7
Überblick über die gewählten Schwerpunktthemen	7
Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	7
Ressourcen.....	7
Regionaler Mehrwert.....	8
5. Weitere Aktivitäten	8
Umweltbelange.....	10
Ökonomischer Mehrwert.....	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	12
Regionaler Mehrwert.....	12
7. Kontaktinformationen	13
Ansprechpartner.....	13
Impressum.....	13



1. Über uns

Unternehmensdarstellung

Die beiden inhabergeführten Familienunternehmen ABT Print und Medien GmbH und aktivComm GmbH sind Unternehmen der ABT Mediengruppe. ABT beschäftigt in Weinheim, in der Metropolregion Rhein-Neckar, 55 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 1937 von Rudolf Abt sen. gegründet, haben ab 1979 sein Sohn Rudolf und dessen Frau Irmgard das Unternehmen erfolgreich weitergeführt. Seit 1. Juli 2013 sind ihre Söhne Michael und Matthias Abt Gesellschafter und Geschäftsführer der Unternehmen.

Die ABT Mediengruppe ist Experte für nachhaltige Medienkommunikation in Digital und Print. Wir helfen unseren Kunden, sich durch innovative Online und Offline-Marketinglösungen optimal zu differenzieren und dadurch dauerhafte Wettbewerbsvorteile mit Fokus auf Budgetschonung zu generieren. Als Fullservice-Kommunikationsdienstleister und Digitalagentur bündeln wir langjährige crossmediale Kommunikationskompetenz in einer Hand – von der Idee bis zur Umsetzung: Digitales Marketing, Premium-Druck, Warehousing, Logistik und Mailings. Publishing-Prozesse digitalisieren wir mit unserer Marketing,- und Vertriebs-Automatisierungs-Plattform. Nachhaltiges Wirtschaften, stetige digitale Innovation und soziales Engagement prägen Umweltstandards wie ISO 9001:2015, PEFC, EMAS, FSC und QuLS. Wir produzieren nachhaltig und ökologisch mit unserem eigenen Solarstrom.

Über all die Jahre verbinden sich Tradition und Innovation. Vorausschauend werden zukunftssträchtige technische Entwicklungen erkannt und innovative Produktionsverfahren eingeführt. Die ABT Mediengruppe hat sich frühzeitig als Kommunikations-Dienstleister und Impulsgeber verstanden. Ein sehr wichtiges Thema der ABT Mediengruppe ist die professionelle und erfolgreiche Einbindung und Verbindung aller Kommunikationskanäle in Kommunikation, Werbung, Marketing bei den Kunden. Messbare Marketingaktionen und crossmediales Target Marketing, Digitalisierung von Kundenevents sind sehr spannende Dienstleistungen der ABT Mediengruppe.

Wesentlichkeitsgrundsatz

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



Bekennnis zur Nachhaltigkeit und zur Region

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta 2014 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 1 – 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 2 – Mitarbeiterwohlbefinden: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“

Leitsatz 3 – Anspruchsgruppen: „Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Umweltbelange

Leitsatz 4 – Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“

Leitsatz 5 – Energie und Emissionen: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

Leitsatz 6 – 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 7 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 8 – 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 9 – 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.“

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.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Erstunterzeichner seit: 20. Mai 2014

Übersicht: Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen			
	Schwerpunktsetzung	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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Dieses Projekt unterstützen wir

Auch im zweiten Corona-Jahr sind die Veranstalter des Mannheimer Kinderfests kreativ und wir mit dabei: Der erfolgreiche erste, deutsche Zirkus-Drive-In fand am 25. Juli als Zirkus-Walk-In statt. Das Stadtmarketing Mannheim hat zusammen mit dem Kinder- und Jugendzirkus Paletti e.V. ein Konzept auf die Beine gestellt, bei dem Familien ein großflächiges Gelände mit mehreren Zirkuszelten zu Fuß erkunden können – ein Familienerlebnis ganz ohne Auto.

Die Zirkus-Route führt über das Nachbar-Gelände des Judoclubs vorbei an sieben Stationen: Mit dabei sind wieder Kunststücke am Trapez, Seiltanzakrobatik unter freiem Himmel sowie Jonglage und Diabolo-Spiele. Auch Stelzenläufer und Kunststücke am sechs Meter hohen Chinesischen Mast sorgen für Überraschungsmomente. Im Zirkuszelt laufen mehrere kurze Shows des preisgekrönten Artisten-Duos Avital & Jochen sowie von vielen anderen Profi-Artisten. Unter ihnen sind auch die jungen Paletti-Artist*innen, die ihr Können bei einer Tuch- und Trapez-Show zeigen. Bei Einbruch der Dunkelheit führen Feuerkünstler*innen durch das Programm. Mit ihren Jonglierfackeln und Feuer-Hula-Hoops zeigen sie eine atemberaubende Feuershow und sorgen für eine stimmungsvolle Beleuchtung. Kinderfest Spezial – eine schöne Abwechslung für Familien „Mannheim ist eine familienfreundliche Stadt. Damit das auch so bleibt, möchten wir Familien mit dem Kinderfest den Sommer versüßen, die durch Homeschooling, Kindergartenschließun-

gen und andere Einschränkungen von der Pandemie besonders betroffen sind“, sagt Karmen Strahonja, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Mannheim GmbH. Die Idee vom Zirkus-Drive-In im Pfeifferswörth wurde letztes Jahr aus der Not heraus geboren.

Ausblick

Wir werden weiterhin das Kinderfest in Mannheim unterstützen. Auch die Corona bedingten Maßnahmen konnten das Kinderfest nicht stoppen und es zeigt sich einmal mehr, wie kreativ die Verantwortlichen mit dieser Situation, in dieser schweren Zeit, umgegangen sind.

Unser Projekt Spendenlauf, welchen wir in diesem Jahr nicht durchführen konnten, haben wir trotz allen Schwierigkeiten nicht aus den Augen verloren und hoffen, dass wir diesen im kommenden Jahr wieder veranstalten können.



4. Unsere Schwerpunktthemen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- **Leitsatz 04** – Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“
- **Leitsatz 11** – Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind



Leitsatz 4:

Die Ressourceneffizienz ist ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Die Rohstoffvorräte unserer Erde sind begrenzt. Rohstoffe, die wir heute verbrauchen, stehen unseren zukünftigen Generationen nicht mehr zur Verfügung. Die sparsame und effiziente Nutzung knapper Ressourcen stellt deshalb einen Schlüssel zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Organisation dar. Deshalb sind wir hier sehr bestrebt, unser Umweltverhalten und die dazugehörigen Umweltaspekte unserer Tätigkeiten, Dienstleistungen und Produkte ständig zu verbessern.



Leitsatz 11:

Als mittelständisches und familiengeführtes Unternehmen in einer starken Region wie der Metropol-Region Rhein-Neckar und dem Land Baden-Württemberg, sehen wir uns verpflichtet, soweit es uns möglich ist, die Wertschöpfung in der Region und im Land Baden-Württemberg zu halten. So wollen wir diesem Leitsatz Rechnung tragen und damit einen Mehrwert für unsere Region und dem Land Baden-Württemberg schaffen.

Leitsatz 4 – RESSOURCEN

Unser Ziel ist es, neben dem ökonomischen Aspekt des Unternehmens, die ökologischen Erkenntnisse und Erfahrungen zu berücksichtigen und unsere Kunden dahingehend zu sensibilisieren, sinnvolle und mehr umweltverträgliche Materialien für die Erzeugnisse einzusetzen. Die Beratung zur Verwendung von Nachhaltigkeitslogos, wie FSC, EMAS und PEFC sowie der klimaneutralen Produktion tragen positiv zur Unternehmenskommunikation unserer Kunden bei.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Verwendung von prozessfreien Druckplatten. Keine Entwicklerchemie notwendig.
- Energieeinsparungen durch Windfänge.
- Einsatz von umweltfreundlichem Dispersionslack
- Abfälle werden der Wiederverwertung zugeführt
- MitarbeiterInnen werden stetig zum sparsamen Umgang mit allen Ressourcen angehalten
- Ständige Überwachung durch EMAS-Audit

Ergebnis:

- Einsparung von Kraftstoffen um 12% zu Vorjahr
- Einsparung von Wasser um 17% zu Vorjahr
- Papierabfallquote auf weniger als 30% unter Berücksichtigung aller eingesetzten Papiermengen reduziert zu Vorjahr
- Trennquote von 98% bei der Wiederverwertung von Abfällen
- Durch EMAS Mitgliedschaft immer auch auf dem aktuellen Stand in Sachen ISO14001 & ISO50001

Ausblick:

- Auch in Zukunft möchten wir als nachhaltiger Dienstleister von unseren Kunden gefordert und gefördert werden. Mit den oben stehenden Maßnahmen sind wir hier auf dem besten Weg und dem Ziel, zu den besten nachhaltigen Druckdienstleistern in Deutschland zu gehören.

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert

Als mittelständisches und familiengeführtes Unternehmen in einer starken Region wie der Metropol-Region Rhein-Neckar und dem Land Baden-Württemberg, sehen wir uns verpflichtet, soweit es uns möglich ist, die Wertschöpfung in der Region und im Land Baden-Württemberg zu halten. So wollen wir diesem Leitsatz Rechnung tragen und damit einen Mehrwert für unsere Region und dem Land Baden-Württemberg schaffen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In verschiedenen Organisationen wie dem Marketingclub, bei den WirtschaftsjuniorInnen und in der IHK Rhein-Neckar engagiert.
- Ehrenamtstage für MitarbeiterInnen zur Ausübung Sozialen Engagements
- Unterstützung der regionalen Kindergärten und Schulen

Ergebnis & Ausblick:

Wir werden verstärkt versuchen unser Potential regional voll auszuschöpfen und dadurch unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

5. Weitere Aktivitäten



LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ein respektvoller und wertschätzender Umgang mit unseren MitarbeiterInnen ist uns sehr wichtig. Fest verankert in unserer Unternehmenskultur, die aktiv gestaltet und mitgestaltet werden kann.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche über Video-Calls
- Viele Angebote für Online-Weiterbildungsmaßnahmen
- Faire Bezahlung unserer MitarbeiterInnen
- Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnorm
- Mitgestaltung der MitarbeiterInnen von internen Abläufen

Ausblick:

- Weiterhin werden wir bei Stellenausschreibungen darauf achten, dass die deutsche Sprache gut beherrscht wird, damit eine eventuell gewünschte Berufsausbildung oder ein Arbeitsverhältnis möglich ist.



LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Unsere Mitarbeiter sind das höchste Gut in unserem Unternehmen und tragen maßgeblich zu unserem unternehmerischen Erfolg bei.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Weiterführung und Optimierung des Corona Sicherheits- und Hygienekonzepts
- Auch im Corona Jahr 2021 haben wir unseren MitarbeiterInnen Home-Office angeboten, wo es möglich war
- Weiterhin sind wöchentliche Arbeitspläne erstellt worden, damit unsere MitarbeiterInnen die zu Arbeit kamen, versetzt arbeiten konnten und sich nicht überschneiden haben.
- MNS wurden ausreichend und weiterhin zur Verfügung gestellt, sowie PCR-Tests.
- Für die getroffenen Maßnahmen haben wir keine Vorgaben aus der Politik gebraucht, das haben wir von uns aus unternommen.

Ziel:

Wir sind uns sicher, dass wir keine MitarbeiterInnen nach Ende der Corona-Pandemie und der Kurzarbeit entlassen müssen, sondern weiter beschäftigen können, wenn sich die wirtschaftliche Lage bessert. Wir haben alles getan, damit unsere MitarbeiterInnen einen sicheren Arbeitsplatz, bzw. ein sicheres Arbeitsumfeld haben.



LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Wir werden auch weiterhin und unvoreingenommen mit den unterschiedlichsten externen, aber auch internen Stakeholdern kommunizieren, um die gemeinsamen Interessen festzustellen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beteiligung am Kinderfest der Stadt Mannheim
- Mitbestimmung des Marketing-Clubs Rhein-Neckar
- Mitbestimmung „Marketingcafé“ der Stadt Mannheim
- Unterstützung eines lokalen Kabarett, in Form von kostenlosen Werbemaßnahmen und Werbematerialien
-

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Regelmäßiger Austausch mit unseren Stakeholdern
- Neue Kundenkontakte durch Digitalen Veranstaltungen

Ausblick:

- Erstellung des kommenden Nachhaltigkeitsberichts der WIN-Charta
- Erstellung der Umwelterklärung 2021 und 2022
- Stetiger Ausbau der Social Media Kanäle für aktivComm GmbH und ABT Print und Medien GmbH



LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Energie einsparen und Emissionen reduzieren spielen bei uns im Unternehmen eine zentrale Rolle. Deswegen sind wir im permanenten Austausch mit unseren Stakeholdern, um hier die Möglichkeiten der Einsparungen zu eruieren, aber auch hinzuweisen, dass jeder Kunde seinen Teil mit einem klimaneutralen Druck beitragen kann.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Investition in eine wirtschaftliche Photovoltaikanlage auf dem Dach des Produktionsstandorts Weinheim
- Investition in E-Mobilität incl. einer Aufladestation für unseren Firmenfuhrpark
- Beratung in allen Kundengesprächen, welche Umweltlogos für welchen Einsatzzweck und Produkt sinnvoll ist
- Aufklärung und Umsetzung in Kundengesprächen, was eine klimaneutrale Produktion bedeutet

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit dem Einsatz unseres EMAS-Umweltmanagementsystems steigern wir kontinuierlich die Energieeffizienz und forcieren die Reduzierung der CO₂-Emissionen.

Ziel ist die Klimaneutralität am Produktionsstandort Weinheim zu schaffen.

Umweltbelange



LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Wir sind im ständigen Austausch mit unseren Zulieferern und achten sehr stark auf die nachhaltige Produktion der von uns benötigten Produkte.

Maßnahmen, Aktivitäten und Entwicklungen:

- Grundsätzlicher Einkauf von FSC-zertifizierten Materialien aus der EU (Papier und Karton)
- Grundsätzlicher Einkauf von PEFC-zertifizierten Materialien aus der EU (Papier und Karton)
- Einkauf von 100% Ökofarben
- Einsatz von Ökostrom über unsere eigene Photovoltaikanlage
- Umfangreiches Qualitätsmanagement, wie zum Beispiel PSO ISO 9001:2015 und das Umweltmanagementsystem EMAS.
- Verstärkter Kundenbedarf an Recyclingpapieren (100%-FSC-recycled) ist weiterhin festzustellen
- Klimaneutrale Produktion

Ausblick:

- Wir werden weiterhin bei der Entwicklung von Produkten für unsere Kunden auf die Nachhaltigkeit und die Umweltverträglichkeit achten und sind immer auf der Suche nach ressourcenschonenden Materialien und Produktionsprozessen.

Ökonomischer Mehrwert



LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Der Unternehmenserfolg hat oberster Priorität. Nur dieser kann die Arbeitsplätze unserer MitarbeiterInnen langfristig sichern. Wir sind keinem Stakeholder verpflichtet. Wir sind ein familiengeführtes Unternehmen und Treffen die Entscheidungen gemeinsam mit unseren MitarbeiterInnen, zu denen wir ein persönliches Verhältnis pflegen.

Maßnahmen, Aktivitäten und Ausblick:

- Arbeitsplätze langfristig sichern, auch durch innovative Produkte + Produktionsverfahren
- Weiterhin neue Arbeits,- und Ausbildungsplätze schaffen

- Attraktivität als Dienstleister und Lieferant steigern: Wir möchten durch unser aktives Handeln unsere Kunden und Stakeholder informieren und dabei unterstützen, so dass das Bewusstsein der Nachhaltigkeit verstärkt wird.



LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Zielsetzung

Förderung von Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeitsstrategie in Baden-Württemberg stehen.

Ergriffene Maßnahmen

- Weiterentwicklung von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen wie unserem sinnvollen Online-Marketing-Portal als Ergänzung zu den analogen Medien
- Online-Fortbildungen, Schulungen und Informationsveranstaltungen für unsere Kunden
- Erstellung von innovativen und nachhaltigen Konzepten für unsere Kunden

Entwicklungen

Unsere Produkte und Dienstleistungen im Bereich der nachhaltigen Innovationen erfahren keinen Stillstand und werden deshalb von uns immer weiterentwickelt, so dass hier der Anschluss am Markt nicht verpasst wird. Gerade im Bereich der Digitalisierung wissen wir heute nicht, was morgen passiert! Deshalb arbeiten wir ständig weiter, denn wir kennen hier nicht nur die Theorie, sondern auch die Praxis. Die professionelle Umsetzung und die daraus resultierenden Ergebnisse zeigen, dass wir mit der Digitalisierung gehen, ohne dabei die Druckprodukte zu vergessen oder gar zu vernachlässigen. Die Druckprodukte werden jetzt durch individuelle Templates in das Online-Marketing-Portal integriert, so dass der User die Möglichkeit hat, neben der Bestellung von Merchandising-Produkten, auch seine individuellen Drucksachen, unter Berücksichtigung des Corporate Design, zu erstellen und bestellen. Unser Ziel ist es, mit der Weiterentwicklung von innovativen Prozesslösungen, Lösungen sicherer zu machen, Ressourcen einzusparen, CO₂-Emissionen zu vermeiden und neue Kunden zu gewinnen.

Indikatoren

Wir haben daran gearbeitet, dass wir bei unserem Online-Marketing-Portal unseren Kunden eine Null-Fehler-Produktion garantieren können, d.h. dass der User zu 100% bekommt was er in das Portal eingibt - „What you see is what you get!“ Unser Online-Marketing-Portal kann man rund um die Uhr ansteuern. User haben 24/7 die Möglichkeit, sich Ihre individuellen Produkte zu bestellen. Da unser System browserfähig und intuitiv zu bedienen ist, fallen hier für unsere Kunden keine Schulungskosten an und keine Investition in eine teure Software ist nötig.

Unser Ziel ist die permanente Prozessoptimierung, so dass die Datenprozesslösungen für unsere Kunden in Marketing, Vertrieb und Werbung immer sicherer werden. Damit sparen wir für den Kunden Papier, Strom und Transportkosten. Außerdem vermeiden wir durch den transparenten Verbrauch der Materialien und Drucksachen eine Überproduktion oder gar eine Fehlproduktion.

Ausblick

Wir werden auch weiterhin das Ziel der nachhaltigen Innovationen verfolgen. Denn eines ist klar, die Digitalisierung schreitet weiter voran und hier möchten wir weiter Vorreiter sein.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption



LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Bereits die letzten Investitionsentscheidungen wurden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit und Ressourceneinsparung getroffen. Dies werden wir auch bei den anstehenden Investitionen berücksichtigen.

Ziel ist es nach wie vor, die Investitionsentscheidungen zugunsten der Nachhaltigkeit zu treffen.



LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Wir haben uns noch nie und werden uns auch nie an Korruption beteiligen. Dies ist schon durch ein stringent geführtes ERP-System mit monatlichem Controlling gesichert.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Korruptionsprävention
- Mehr-Augen-Prinzip und Transparenz

Regionaler Mehrwert



LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Seit der Einführung 2006 des Premium-Umwelt-Management and Audit Scheme, auch bekannt als EMAS, arbeiten beide Unternehmen der ABT Mediengruppe nach dem Premium Umweltmanagementsystem EMAS. Seitdem haben wir uns nach FSC und PEFC zertifizieren lassen und produzieren, wenn es gewünscht wird, klimaneutral. Weiterhin drucken wir unsere Aufträge mit Ökofarben und mit Ökostrom.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Öffentlichkeitsarbeit durch div. Veröffentlichungen
- Kunden werden in Gesprächen informiert, aufgeklärt und sensibilisiert
- Nachhaltige Printpublikationen werden unseren Kunden angeboten

Ergebnisse und Entwicklungen:

Unser „Umweltpaket“ findet immer mehr Akzeptanz und wird, wo es passt, mehr und mehr angenommen. Weiterhin informieren wir unsere Kunden bei Veranstaltungen, bei Telefongesprächen und im persönlichen Gespräch über die Umweltchancen auf. So ist z.B. vielen Unternehmen nicht klar, dass es die Möglichkeit gibt, die Nachhaltigkeitslogos auf Ihren Drucksachen zu platzieren.

Ausblick:

In den kommenden Monaten und in den nächsten Jahren, möchten wir unsere Kunden, durch verschiedene Kampagnen darauf aufmerksam machen, welche Vorteile sich durch den Einsatz nachhaltiger Materialien für ein Unternehmen ergeben können.

Wir werden weiterhin mit der Geschäftsleitung und den Marketingabteilungen der Unternehmen in den Dialog treten, um klar und strukturiert über das Thema Nachhaltigkeit und den Anreiz zum Umdenken zu sprechen, zu diskutieren und uns auszutauschen.

Das wichtigste sind unsere MitarbeiterInnen, die weiterhin und in regelmäßigen Abständen über das Thema Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung informiert werden.



7. Kontaktinformationen

Impressum

Herausgegeben am 01.03.2022 von
ABT Mediengruppe mit den Firmen:
ABT Print und Medien GmbH
aktivComm GmbH
Bruchsaler Straße 5, 69469 Weinheim
Telefon: +49 6201 1890-0

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



ABT Mediengruppe

Bruchsaler Straße 5
69469 Weinheim

Telefon +49 6201 1890-0
Fax +49 6201 1890-90
info@abt-medien.de
www.abt-medien.de

