



sympra...

Nachhaltigkeitsbericht

2022 – 2023

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)

Baden-Württemberg



INHALT

WER WIR SIND.....	1
Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region.....	2
Die zwölf Leitsätze der WIN-Charta	2
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg.....	3
UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT.....	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort	4
UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN.....	5
Schwerpunkt 1: Ressourcen (Leitsatz 04).....	6
Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert (Leitsatz 11).....	9
Schwerpunkt 3: Anreize zum Umdenken (Leitsatz 12)	12
WEITERE AKTIVITÄTEN.....	15
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	15
Umweltbelange.....	18
Ökonomischer Mehrwert	20
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	22
UNSER WIN!-PROJEKT.....	23
KONTAKTINFORMATIONEN.....	29

EINLEITUNG

How to read: Unser zweiter WIN-Bericht

Der WIN-Bericht 2023 der Sympra GmbH (GPRA) setzt auf die im Vorjahresbericht erzielten Ergebnisse auf. An vielen Stellen sind wir noch einmal ein gutes Stück vorangekommen, konnten Maßnahmen ausbauen, verfeinern und neue Ergebnisse erzielen.

Vor dem Hintergrund, dass es sich beim Umbau von Sympra zu einer nachhaltigen Agentur um eine Evolution handelt, die nach einigen revolutionären Veränderungen durch den ersten WIN-Bericht kontinuierlich erfolgt, war es uns wichtig, den zweiten, hier vorliegenden Bericht nicht als Ersatz des ersten zu konzipieren. Denn: Alle angefangenen Maßnahmen im Bericht 2022 werden mindestens weitergeführt oder aber ausgebaut.

Tatsächlich sind an einigen Stellen nur noch kleine Umdrehungen an den Stellschrauben möglich. Das gilt – und das zeigt den großen Fortschritt, den wir hier erzielen konnten – insbesondere für das Schwerpunktthema Ressourcen. Hier werden wir selbstverständlich weiter dranbleiben, Potenziale aufzudecken und alle möglichen Veränderungen konsequent umzusetzen.

Um unser Engagement für die WIN-Charta und unser umfassendes Verständnis von Nachhaltigkeit zu unterstreichen, haben wir darum in diesem Jahr einen weiteren Leitsatz fokussiert, den wir im kommenden Jahr zu einem Schwerpunktthema ausbauen werden. Auch das WIN-Projekt hat sich in diesem Jahr noch einmal profiliert und wird sich auch 2024 entsprechend weiterentwickeln. Dazu mehr auf den folgenden Seiten.

Damit wir auch Leserinnen und Leser mitnehmen, die mit diesem WIN-Bericht einsteigen, haben wir die Angaben zu unserem Agentur-Profil, zur WIN-Charta und zu unserem Nachhaltigkeits-Engagement in aktualisierter Form dargestellt.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre!
Ihr Sympra-Team

WER WIR SIND.

Sympra ist eine Agentur für Public Relations mit Sitz in Stuttgart und einem Büro in München. Für unsere Kunden sind wir konzeptions- und umsetzungsstarke Beraterinnen und Berater in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Zu unseren Kernkompetenzen gehören Kommunikationsberatung, Medienarbeit, Corporate Publishing und digitale Kommunikation – in Deutschland und weltweit. Zu unseren Kunden zählen börsennotierte Konzerne, mittelständische Unternehmen, öffentliche Auftraggeber, Verbände und Stiftungen. Sie alle kennen uns in ganz verschiedenen Rollen – je nach Bedarf unterstützen wir bei der Strategiefindung, verstärken Kreativität und Kapazität oder geben Impulse für die Öffentlichkeitsarbeit.

Die Sympra GmbH (GPRA) ist eine inhabergeführte Agentur und wurde 1992 gegründet. Zurzeit zählt das Sympra-Team rund 20 Mitarbeitende. Die Geschäftsführung bilden Veit Mathauer und Veronika Höber. Das Leistungsportfolio umfasst PR-Beratung, Strategieentwicklung und Konzeption, Medienarbeit, Corporate Publishing, digitale und interne Kommunikation, Krisenkommunikation, internationale PR, Bewegtbild sowie Research und Evaluation.

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere 2023 weitergeführte Nachhaltigkeitsarbeit. Er setzt auf dem Vorjahresbericht auf; wir folgen dabei dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Die einander ergänzenden Berichte enthalten alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die relevanten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



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. Wir identifizieren uns mit der Region, in der wir wirtschaften; uns ist bewusst, dass wir für ein stabiles, leistungsfähiges und zukunftssicheres Umfeld unseren Beitrag leisten müssen. Gesellschaftliches und regionales Engagement haben darum seit der Gründung von Sympra einen festen Platz in der Unternehmenskultur, nachhaltiges Wirtschaften ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die Unterzeichnung der WIN-Charta ist sichtbares Zeichen unserer Selbstverpflichtung und zugleich ein Ansporn, die Aktivitäten des Unternehmens auf ihre nachhaltige Wirksamkeit zu prüfen, zu systematisieren und – wo nötig – auszubauen.



Die zwölf Leitsätze der WIN-Charta

Die folgenden zwölf Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: „Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.“

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: „Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen 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 Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

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



UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT.

Charta-Unterzeichner seit: 29.03.2021

Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1	☐	☒	☐
Leitsatz 2	☐	☒	☐
Leitsatz 3	☐	☒	☐
Leitsatz 4	☒	☒	☒
Leitsatz 5	☐	☒	☒
Leitsatz 6	☐	☒	☐
Leitsatz 7	☐	☒	☐
Leitsatz 8	☒	☒	☐
Leitsatz 9	☐	☒	☐
Leitsatz 10	☐	☒	☐
Leitsatz 11	☒	☒	☒
Leitsatz 12	☒	☒	☒

Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Unterstütztes WIN!-Projekt: 30 Bäume für #Sympra30, Stuttgart und Umgebung

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- ☒ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung: Rund 6.500 Euro finanzieller Aufwand sowie Arbeitsstunden von Mitarbeitenden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN.

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 04: Ressourcen

Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Ressourcenschonung ist eine der größten globalen Herausforderungen unserer Zeit, und die Wirtschaft spielt dabei eine tragende Rolle. Uns ist sehr bewusst, dass Klimaschutz und sein Gelingen entscheidend sind für die Zukunft von Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft – von den großen Fragen wie sozialer Gerechtigkeit bis hin zu individueller Lebensqualität. Ressourcenschonung ist daher schon seit vielen Jahren ein bedeutender Teil der Sympra-Philosophie; einen großen Schritt vorangebracht hat uns unsere „Heldenreise“, die uns zu den Ergebnissen des ersten WIN-Berichts gebracht hat. Dennoch versuchen wir, uns kontinuierlich zu verbessern und unser Handeln immer wieder zu hinterfragen.

Seit mittlerweile 30 Jahren haben wir unseren Firmensitz in Stuttgart bzw. davor in Leinfelden-Echterdingen. Wir sind in der Region Baden-Württemberg fest verankert, und unser Standort ist ein wichtiger Teil unserer Identität. Deshalb liegt es uns besonders am Herzen, die Region und ihre Wirtschaft durch unsere Kommunikationsarbeit und unser unternehmerisches Handeln zu stärken.

Jeder Schritt zählt, viele kleine Schritte können Großes bewirken. „Was kann ich, können wir tun?“ Diese Frage immer wieder neu zu stellen und nicht müde zu werden, die eigenen Handlungen zu prüfen, ist ein wichtiger Antrieb für Veränderung. Dafür braucht es Anreize zum Umdenken, die dazu beitragen, unser Bewusstsein für Nachhaltigkeit kontinuierlich zu stärken. Wir sehen unsere gemeinsame Aufgabe als Agentur darin, uns im Arbeitsalltag gegenseitig Anregungen zum Perspektivwechsel zu geben – Ideen und Herangehensweisen, die wir auch mit nach Hause nehmen können – von der Mülltrennung, über soziales Engagement bis hin zur individuellen Mobilität. Außerdem wollen wir anderen Unternehmen zeigen, was als mittelständische Agentur möglich ist und damit weitere Anreize zum Umdenken geben.



Schwerpunkt 1: Ressourcen

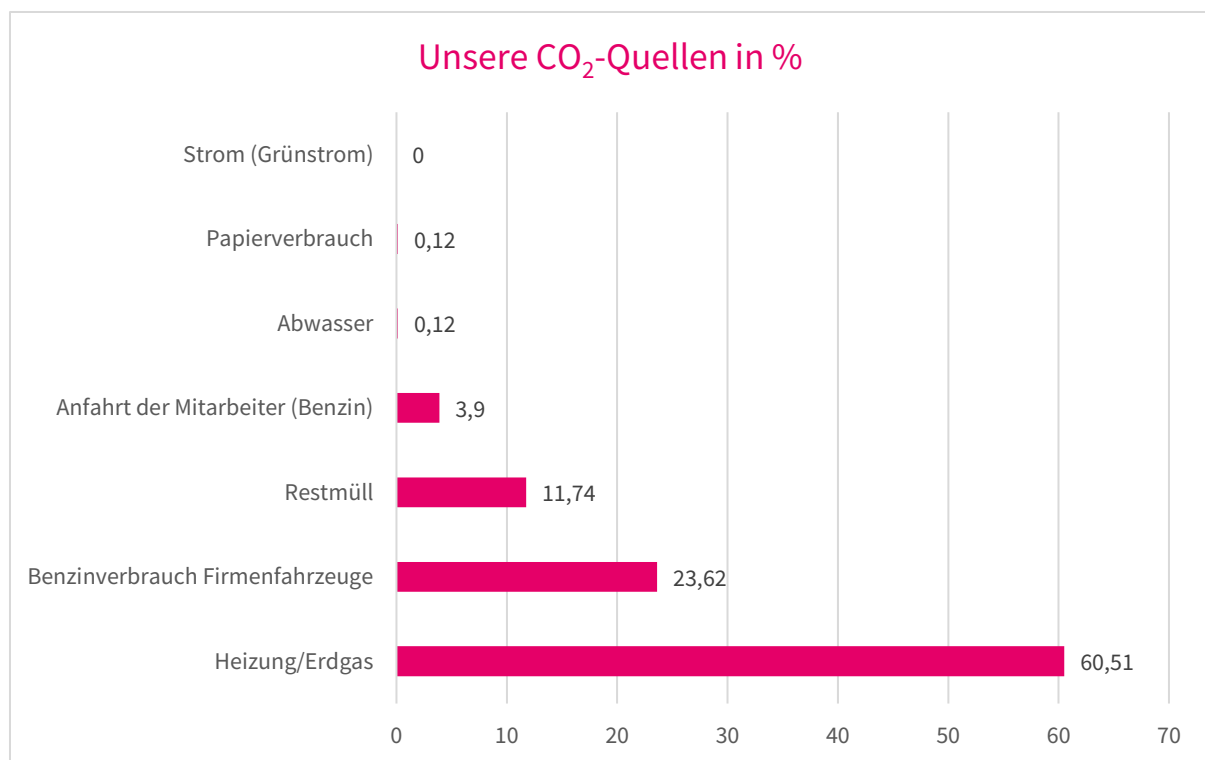
ZIELSETZUNG

Trotz des bereits hohen Niveaus wollten wir uns beim Thema Ressourcenschonung weiter verbessern. Wir haben Büromaterialien noch konsequenter auf das Notwendige reduziert und die Umweltfreundlichkeit der benötigten Materialien gesteigert. Unseren Abfall haben wir weiter reduziert und unsere Kolleginnen und Kollegen für eine konsequente Abfalltrennung sensibilisiert. Wichtig war uns auch die Verbesserung der Abfalleffizienz – das Motto „reduce, reuse, recycle“ wurde zur Handlungsmaxime. Die Digitalisierung der Arbeitsabläufe hat uns dafür sensibilisiert, dass wir unseren Papierverbrauch weiter gesenkt haben.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Fenster-Erneuerung
- Verlagerung der IT-Infrastruktur in die Cloud
- Zusammenlegung von Arbeitsplätzen im Winterhalbjahr
- Digitalisierung administrativer Prozesse

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN



© Sympra 2021

Im WIN-Bericht 2023 haben wir versucht, unseren CO₂-Fußabdruck zu berechnen, wozu wir in einem ersten Schritt die bei Sympra relevanten Messgrößen identifiziert haben. Dies waren vor allem die Heizung (Erdgas), Strom (Ökostrom), Benzinverbrauch der Firmenfahrzeuge (Hybrid/Benzin); Papierverbrauch, Abwasser, Müllaufkommen sowie der Benzinverbrauch der Mitarbeitenden für Arbeitswege spielten bei der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks eine untergeordnete Rolle (vgl. Grafik von 2021).

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Energieeinsparung: Heizungsmanagement

Die Verteilung unserer CO₂-Quellen zeigte die Stellschrauben auf, an denen wir noch drehen können und müssen: Wie oben aufgezeigt, ist der Verbrauch an Energie – Gas für die Heizung und Strom für den Betrieb unserer Infrastruktur – die wesentliche Einflussgröße für unseren ökologischen Footprint.

Unser Ziel war es deshalb, das Heizungsmanagement zu optimieren. Um den Verbrauch von Gas für die Heizung zu reduzieren, konnten wir mit der Vermieterin unseres Bürogebäudes vereinbaren, dass sukzessive alle Fenster ausgebaut und durch wärmeisolierte Neufenster ersetzt werden; Ende 2023 ist bereits die Hälfte aller Fenster erneuert, was die Heizkosten deutlich senken wird. Für 2024 ist der Austausch im nächsten Stockwerk geplant.

Im Winter 2022-2023 haben wir ein komplettes Großraumbüro geräumt und „in den Winterschlaf“ versetzt, sprich: nicht mehr beheizt, was sich positiv auf den Gasverbrauch ausgewirkt hat.

Zudem sind alle Mitarbeitenden angehalten, die Heizung am Abend herunterzudrehen, damit die Räumlichkeiten nicht unnötig beheizt werden. Einzelne Räume werden nicht besetzt und nicht beheizt. Um den Verbrauch fossiler Energie bei den Firmenfahrzeugen weiter zu reduzieren, werden viele Reisen durch Videokonferenzen ersetzt, oder Mitarbeitende reisen mit dem ÖPNV.

Geplant ist, in 2024 den Fuhrpark von Sympra um ein Drittel zu verkleinern und bei Ersatzbeschaffung Fahrzeugen mit alternativen Antrieben den Vorzug zu geben.

Energieeinsparung: IT-Management

Anfang 2023 haben wir die komplette IT-Infrastruktur in die Cloud verlegt. Auf diese Weise sparen wir in großem Umfang IT-Hardware und die damit verbunden Ressourcen für deren Betrieb ein. Damit verbunden sind Kosteneinsparungen für Installation und Wartung der Systeme. Eine detaillierte Erfassung der eingesparten Energie ist nicht möglich und kann nur geschätzt werden; ihr müsste zudem der Energieaufwand im Rechenzentrum gegenübergestellt werden; wir gehen davon aus, dass am Ende eine deutliche Energieeinsparung erzielt werden kann. Für 2024 ist der Umstieg auf Cloudtelefonie geplant, was auch das Abschalten der TK-Anlage mit sich bringt. Im kompletten Büro sind Energiesparleuchten im Einsatz.

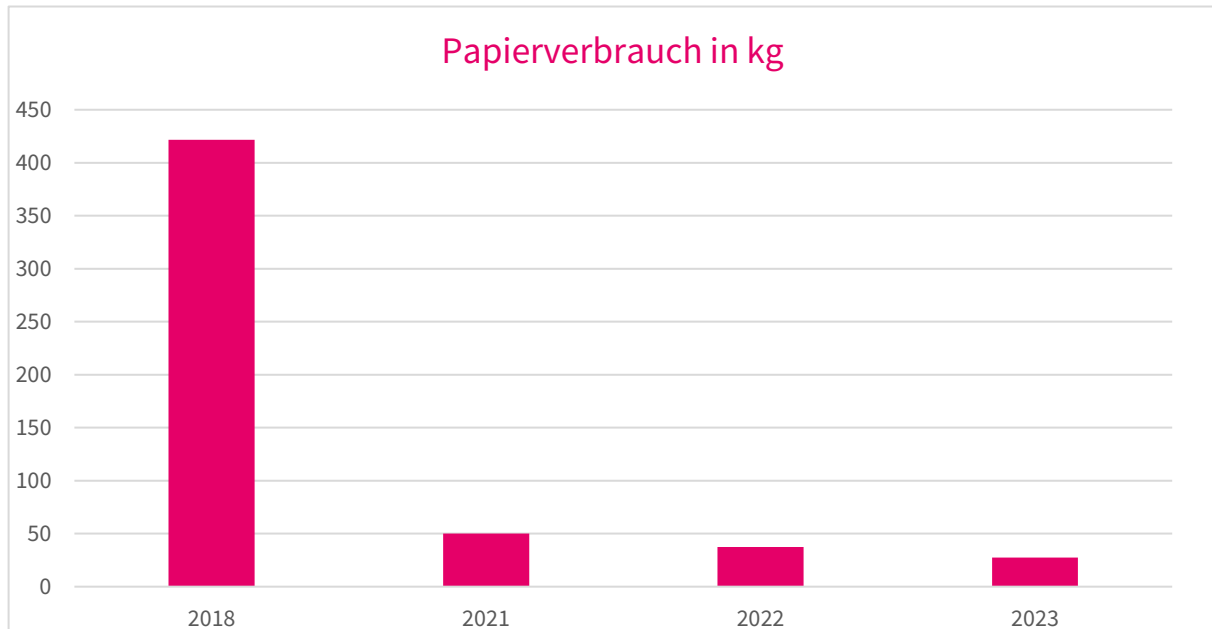
Ressourceneinsparung: Papierverbrauch und Müllvermeidung

Neben den bereits digital laufenden Prozessen haben wir Inzwischen auch das Kassenbuch digitalisiert, was zu zusätzlichen Papiereinsparungen geführt hat. Einladungen zu unseren Vernissagen gehen an einen verkleinerten Verteiler ohne Begleitschreiben an die Empfänger.

Um uns weiter zu verbessern, haben wir Freixemplare von Zeitschriften und Magazinen, die wir nicht unbedingt in Papierform benötigen, weitgehend abbestellt. Bei Kundenterminen verzichten wir auf gedruckte Handouts. Wir achten darauf, dass wir Dinge mehrfach nutzen – beispielsweise die Rückseiten ausgedienter Ausdrucke für Notizen. Wo dies möglich ist, haben wir den Verpackungsmüll, der beim Kochen entsteht, reduziert, indem wir unverpackte Lebensmittel einkaufen.

Indikatoren Papierverbrauch

- Voraussichtlicher Papierverbrauch 2023: 27,5 kg
- Papierverbrauch 2022: 36 kg
- Papierverbrauch 2021: 50 kg
- Papierverbrauch 2018: 421,62 kg



AUSBLICK

Unter anderem die Arbeit an den Zielen für die WIN-Charta haben im Team dazu geführt, dass ein hohes Maß an Sensibilität herrscht. Immer wieder werden allen Bereichen des Ressourceneinsatzes Einsparmöglichkeiten aufgedeckt und umgesetzt. Das hohe Maß an Engagement möchten wir auf diesem Niveau halten; auch dann, wenn die Verbesserungen naturgemäß nicht mehr die Größenordnung des Anfangs unsere Aktivitäten haben können.



Schwerpunkt 2: Regionaler Mehrwert

Auch im Berichtszeitraum 2022-2023 bildete Leitsatz 11 „Regionaler Mehrwert“ einen unserer Schwerpunkt-Leitsätze. 2023 haben das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Diakonie und Caritas unser soziales Engagement zum siebten Mal in Folge gewürdigt. Wir erreichten in diesem Jahr sogar den zwölften Platz in unserer Kategorie. Unsere Auszeichnung haben wir über unsere Social-Media-Kanäle und über unseren externen Blog kommuniziert.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Weiterbeschäftigung unserer Kollegin Andrea, die drei Mal wöchentlich für uns kocht
- Erhalt des Sympra-Gartens als Lebensraum für Bienen und Insekten
- Erneute Übernahme eines Lehrauftrags an der PH Schwäbisch Gmünd
- Nachwuchsförderung intern: Betreuung von Praktikant:innen, Traineeship, GPRA-Klasse by dapr
- Nachwuchsförderung extern: Besuch von Studierenden der Macromedia Hochschule sowie Teilnahme an der Karrieremesse KOMMpass der Studierendeninitiative PRIHO e.V. der Universität Hohenheim
- NeckarCleanup Aktion



Übernahme eines Lehrauftrags

Unser Geschäftsführer ist seit 2017 Lehrbeauftragter an der PH Schwäbisch Gmünd. Für das Sommersemester 2023 hat er erneut einen Lehrauftrag für Öffentlichkeitsarbeit übernommen und begeistert dadurch Studierende für die verschiedenen Facetten der Kommunikation.

Nachwuchsförderung intern und extern

Wir freuen uns, dass im September 2023 eine neue Kollegin ihr Traineeship bei uns gestartet hat. Da uns die Nachwuchsförderung ganz besonders am Herzen liegt, haben wir ein Video „Trainee Talk mit Louisa“ produziert, in dem unsere ehemalige Trainee authentisch und nahbar über ihre Erfahrungen berichtet. Das Video ist dauerhaft auf unserer neu entstandenen Karriere-Website verankert und dient dazu, dass sich Traineeship-Interessierte ein erstes Bild machen können.

Darüber hinaus betreute Sympra im Berichterstattungszeitraum ein Schülerpraktikum und zwei Studierendenpraktika. Die Schülerin vom St. Agnes Mädchengymnasium schnupperte erste PR-Luft und die Studentin absolvierte ein dreimonatiges Praktikum bei uns. Ein Anzeichen für die gute Praktikumsqualität bei Sympra, ist die Übernahme der Studentin als Werkstudentin – auf ihren eigenen Wunsch.

An dieser Stelle möchten wir besonders das Praktikum einer weiteren Studierenden hervorheben. Ihr Praktikum hatte von Beginn an einen inhaltlichen Schwerpunkt: Nachhaltigkeit. Sie entwickelte Templates für Social Media, bereitete ein Interview über den Erhalt von Streuobstwiesen für die Presse auf und stand kontinuierlich mit Redaktionen im Kontakt (siehe dazu: Unser WIN-Projekt).

Es ist uns ein Anliegen, dass unsere Mitarbeitenden sich regelmäßig weiterbilden und dadurch ihre Kompetenzen vertiefen und ausbauen. Ein Beispiel hierfür ist die Teilnahme unserer einer unserer Kolleginnen an der ersten GPRA-Klasse by dapr, einem exklusiven Seminar-Angebot für Junior-Berater:innen, im Frühsommer 2023. In zwei praxisorientierten Modulen bekam sie die Möglichkeit, ihre Beratungs-Skills zu trainieren. Thematisch drehte sich alles um den Aufbau einer vertrauensvollen und nachhaltigen Beziehung zu Kunden. Besonders wertvoll war darüber hinaus der Austausch mit den Young Professionals anderer GPRA-Agenturen.

Ebenso wichtig ist es für Sympra, mit jungen PR-Interessierten aus den regionalen Universitäten in den Austausch zu gehen. Dafür nutzten wir auch in diesem Berichtszeitraum gleich mehrere Gelegenheiten: Sympra war im Berichtszeitraum erneut bei der interaktiven Karrieremesse KOMMpass, der Studierendeninitiative PRIHO e. V. der Universität Hohenheim, mit einem Stand vertreten. Unsere Geschäftsführerin bot in diesem Rahmen einen Workshop zum Thema „Nachhaltigkeit“ an, um die Studierenden hierfür zu sensibilisieren und um aufzuzeigen, welchen hohen Stellenwert Nachhaltigkeit in unserer Agentur hat. Im März 2023 besuchten uns Studierende der Macromedia Hochschule und lernten in einem interaktiven Seminar die Grundlagen der Krisenkommunikation kennen.



Eine Heldenreise mit einzigartigen Schätzen

Neben zahlreichen Pro-bono-Projekten mit regionalem Mehrwert, haben wir im Oktober 2023 eine besondere Team-Aktion gestartet und es uns an diesem Tag konkret zur Aufgabe gemacht, ein Stück Natur von Müll zu befreien. „Out of Office und NeckarCleanup“, lautete unser Motto! Ausgestattet mit Müllsäcken, Handschuhen und Zangen, säuberten wir das gesamte Gelände rund um den Max-Eyth-See in Stuttgart. Unsere „Schätze“ waren unzählige Zigarettensammel und Kronkorken, buntes Konfetti und Luftballons von einem Heiratsantrag, verwahrloste Plüschtiere, Plastikverpackungen, Schuhe und allerlei vollgesogene Klamotten. Die Reaktionen von Spaziergänger:innen haben uns bestätigt; einige bedankten sich für unseren Einsatz und freuten sich, dass die Anlagen rund um den See sauber gehalten werden. Wir haben über unsere Social-Media-Kanäle und unseren externen Blog auf die Aktion aufmerksam gemacht und erhoffen uns dadurch, weitere Menschen zum Cleanup motivieren zu können.



AUSBLICK

Es gehört zur Sympra-Identität, einen Mehrwert für die Region zu leisten, weshalb Leitsatz 11 auch zukünftig einen unserer Schwerpunkte bilden wird. Die Erreichung des zwölften Platzes in unserer Kategorie beim Lea-Mittelstandspreis „sozial engagiert 2023“, nehmen wir zum Anreiz, es im kommenden Berichtszeitraum unter die TOP fünf in unserer Kategorie zu schaffen. Wir planen ein einzigartiges Programm, namens sym-COMMUNITY, welches den weiteren Umbau der Agentur in Richtung nachhaltig-sozial engagiertes Unternehmen umfasst. Darunter subsummieren wir unsere Pro-bono-Aktivitäten wie etwa das Engagement für den Förderkreis krebskranke Kinder e. V. Stuttgart oder für die Adolf Hölzel Stiftung, unser WIN-Streuobstwiesen-Projekt sowie Sonderprojekte wie zum Beispiel die Cleanup-Aktion. Es gilt, diese Idee in den kommenden Monaten weiter auszuarbeiten und Anfang 2024 die Bewerbung einzureichen. Verbunden mit dem Ziel, weitere mittelständische Unternehmen zu motivieren, sich nachhaltig für unsere Region einzusetzen. Außerdem möchten wir erneut ein Praktikum zum Themenschwerpunkt „Nachhaltigkeit“ ausschreiben.



Schwerpunkt 3: Anreize zum Umdenken

Das eigene Handeln immer wieder kritisch zu hinterfragen, nie müde zu werden, weiter zu wachsen und noch besser zu werden – das ist es, was uns antreibt. Ein Grund dafür, dass auch Leitsatz 12 im Berichtszeitraum 2022–2023 einen hohen Stellenwert hatte.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Neustrukturierung der Heldenreise: regelmäßiger interner Austausch und Strategie-Tag in München
- Interne Weiterbildungsmaßnahmen, um Digitalisierung als Chance zu sehen
- Aufgleisen eines internationalen Austauschprogramms

Sympra-Team auf Heldenreise

Nachdem wir 2021 unser Zielkonzept abgegeben hatten, war unser Anspruch, das Umdenken im Hinblick auf Nachhaltigkeit fest in der Agentur zu verankern. Unser eigens kreierter Ansatz rund um die Methode der „Heldenreise“ bildete die Basis für diesen Transformationsprozess. Nach Abgabe des WIN-Berichts 2021–2022 waren wir stolz auf unsere umgesetzten Maßnahmen und auf die positive Energie, die wir gemeinsam als Team geschaffen hatten. Ganz nach dem Motto „nach dem WIN-Bericht ist vor dem WIN-Bericht“, war für uns klar, dass unsere Heldenreise weitergeht.

Um mit möglichst klaren Vorstellungen und voller Tatendrang starten zu können, forderten wir die einzelnen Heldenteams zunächst dazu auf, sich zu überlegen, welche Schätze weiterverfolgt und welche neu dazu kommen könnten. Ziel einer gemeinsamen Lagebesprechung im Anschluss war es, gemeinsam zu definieren, in welche Richtung unsere Schätze für 2023 gehen. Die abschließende Erkenntnis dieser Lagebesprechung war zunächst unerwartet: Wir haben festgestellt, dass wir in den vergangenen Jahren ein starkes Fundament erschaffen und viele Schätze, die auf der Hand lagen, bereits vollumfänglich ausgeschöpft haben (z. B. Leitsatz 04 Ressourcen): Wir haben die Schätze aus unserem Zielkonzept gehoben.

Aus diesem Grund haben wir uns dafür entschieden, dass wir die im Zielkonzept entwickelte Heldenreise als abgeschlossen erklären und das Thema Nachhaltigkeit auf eine höhere, strategische Ebene gehoben werden muss. Im Rahmen eines Strategie-Tages in München, haben wir uns dieser Fragestellung gewidmet und die folgenden Schwerpunkte definiert:

1. Nachhaltigkeitskommunikation und Cleantech als neue Geschäftsfelder für Sympra etablieren
2. Digitalisierung (auch mit Blick auf Nachhaltigkeit) als Mehrwert verstehen (für unsere internen Prozesse und in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden)

In einem zweiten Schritt haben wir daraus konkrete Arbeitspakete abgeleitet, die wir step by step angehen. Da die Etablierung neuer Geschäftsfelder und die Ausrichtung der Agentur auf Cleantech ein Prozess ist, wird dies insbesondere im WIN-Bericht 2023–2024 stärker forciert (siehe dazu Leitsatz 08). Um für unsere Kunden das Thema „Nachhaltigkeitskommunikation“ als Teil unseres Portfolios anbieten zu können, haben wir hier in Weiterbildungsmaßnahmen investiert:

- Teilnahme am Seminar „Nachhaltigkeitskommunikation“
- Teilnahme am Webinar „Wie Kommunikation Nachhaltigkeit voranbringen kann am Beispiel der Unternehmensarbeit des WWF“
- Teilnahme am Seminar „CSRD/ESRS: Neue Anforderungen und Chancen im Nachhaltigkeits-Reporting“

Digitalisierung als Chance

Digitalisierung bleibt für all unsere Kunden das bestimmende Thema. Auch für unsere klassischen PR-Kunden bekommen digitale Kanäle eine wachsende Bedeutung, was wir daran fest machen, dass zunehmend andere Formate, wie zum Beispiel News Room, Podcast oder Scrollytelling, angefragt werden. Hinzu kommt, dass die Entwicklung neuer Technologien in unseren Kernbranchen wie Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Digital Workplace etc. unsere Arbeit enorm verändert und zukünftig weiter verändern wird. Es ist wichtig, dass wir die nötige inhaltliche Kompetenz aufbauen.

Es ist unser Anspruch, am Puls der Zeit zu sein, weshalb wir Digitalisierung in all ihren Facetten als Chance betrachten. Hierfür haben wir bereits die folgenden internen Maßnahmen ergriffen:

- **symLunch zum Thema „Die Cloud als Chance“.**
Ziel war es, das Gesamtverständnis der Mitarbeitenden zu fördern. Sympra ist im Januar 2023 in die Cloud umgezogen, was ein ganz anderes Arbeiten mit unseren Kunden und Dienstleistern ermöglicht (Sharepoint, Teams-Channel etc.). Wir tauschen uns regelmäßig zu Best-Practices und Learnings aus, um unsere Arbeitsprozesse noch agiler zu gestalten.
- **symLunch zum Thema „Nützliche KI-Tools im PR-Alltag“**
Ziel war es, einen Überblick über AI-basierte Tools zu erlangen, diese miteinander zu vergleichen, Tipps im Umgang auszutauschen und gemeinsam zu überlegen, welche für unsere tägliche Arbeit sinnvoll sein können.
- **symLunch zum Thema „Scrollytelling als anschauliches Format“**
Ziel war es, das Tool Pageflow zu erklären und, anhand des von Sympra erstellen Scrollytellings zur Streuobstwiese, den Mehrwert dieses Formats aufzuzeigen.
- Teilnahme am Webinar „Get creative with AI in social media and on websites“
- Teilnahme am Webinar „Cybersecurity“

Geplant sind bis zum Jahresende noch mindestens zwei weitere interne Weiterbildung-Sessions, die sich mit den einzelnen für uns relevanten KI-Tools im Detail auseinandersetzen. Ziel ist es, die Tools sinnhaft einzusetzen, eine Einschätzung zu den Chancen und Risiken zu gewinnen und unseren Kunden bei Rückfragen beratend zur Seite stehen zu können.



Mitgedacht ist nicht mitgemeint: Diversität und vielfaltssensible Sprache

Sympra setzt sich für die Themen Diversität und vielfaltssensible Sprache ein. Bei Sympra wird Diversität gelebt, und wir haben dieses Selbstverständnis bereits vor acht Jahren mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt besiegelt. Unser Geschäftsführer Veit Mathauer hat dazu einen Beitrag auf unserem externen Blog mit dem Titel „Unser Bekenntnis zur Diversität. Seit 2015. Seit 1992.“ verfasst und am 22. Februar 2023 veröffentlicht. Darüber hinaus haben wir unter dem Hashtag #FlaggefürVielfalt ein Posting am deutschen Diversity-Tag auf all unseren Social-Media-Kanälen abgesetzt, um die Öffentlichkeit auf die Bedeutung von gelebter Diversität aufmerksam zu machen.

Neben unserem internen Positionspapier zur vielfaltssensiblen Sprache, positionieren wir uns als kompetente Beraterinnen und Berater für unsere Kunden, bei denen wir verstärkt den Bedarf an Unterstützung in diesem Bereich wahrnehmen. Wir freuen uns daher umso mehr, dass wir im Berichtszeitraum 2022–2023 einen unserer langjährigsten Kunden zu diesem Thema beraten durften und im kommenden Jahr gemeinsam ein Positionspapier erarbeiten werden.



Interkulturellen Austausch fördern

Sympra ist Teil des globalen PRN-Networks, einer internationalen Gruppe inhabergeführter PR-Agentur, die sich der Bereitstellung von Beratung auf hohem Niveau und qualitativ hochwertiger lokaler Unterstützung für weltweite PR-Kampagnen verschrieben haben. Unsere Geschäftsführung war beim Sommertreffen aller Mitgliedsagenturen in Paris, das ganz im Zeichen eines intensiven Austauschs stand. Es wurde überlegt, wie sich der Austausch von Mitarbeitenden zwischen den Agenturen fruchtbar gestalten lässt. Gerade erst hatte eine Kollegin von der Agentur Integra aus Seoul einige Zeit bei uns verbracht und [berichtete](#), noch ganz erfüllt von positiven Eindrücken und Begegnungen, wie bereichernd es ist, in einem anderen Land und Kulturkreis zu leben und zu arbeiten. Mit ein Grund dafür, sich in Paris auf ein Personalaustauschprogramm zu einigen, das von PRN subventioniert wird.

Wir empfinden es als wertvoll und wichtig, dass die Sympra-Mitarbeitenden andere Kulturen kennenlernen und mit neuen Impulsen zurück in die Agentur kommen. Dieser Austausch wird für die Mitarbeitenden von Sympra finanziell unterstützt. Dieser „Benefit“ ist Teil unserer Arbeitgebermarke und wird auch über die Website aktiv kommuniziert.

AUSBLICK

Wir sind bestrebt, unsere Nachhaltigkeitsoffensive weiter auszubauen und immer besser zu werden. Aus diesem Grund werden weiterhin Treffen zum Austausch mit dem gesamten Team stattfinden. Unsere bereits etablierten Maßnahmen setzen wir weiterhin gemeinsam um. Zusätzlich initiieren wir eine „Task-Force Nachhaltigkeit“, die sich nach der Abgabe dieses Berichts mit der Aufstellung eines Aktionsplans für den Berichtszeitraum 2023–2024 und darüber hinaus beschäftigt. Wir denken Nachhaltigkeit langfristig.

WEITERE AKTIVITÄTEN.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Jegliche Diskriminierung wird bei uns verhindert. Unser Ziel ist die Erhaltung dieses Zustands und die Förderung unserer Diversität. Wir leben die Werte der Charta der Vielfalt, die wir bereits vor vielen Jahren unterzeichnet haben. Auch der Einsatz vielfaltssensibler Sprache zielt darauf ab, das Recht auf Gleichberechtigung zu leben. Nach außen positionieren wir uns mit unseren Werten beispielsweise am deutschen Diversity-Tag und zeigen auf unseren Social-Media-Kanälen Flagge für Vielfalt.

Wir stellen weiterhin über alle hierarchischen Ebenen sicher, dass die Mitarbeitenden in die betrieblichen Entscheidungsprozesse eingebunden sind und ihre Ideen angemessen berücksichtigt werden. Ein kontinuierlicher Austausch und kooperatives Zusammenarbeiten haben bei uns oberste Priorität. Es herrscht das „Prinzip der offenen Tür“.

Hybrides Arbeiten ist bei uns auch nach der Corona-Pandemie geübte Realität. Flexibel und angepasst an die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden kann individuell entschieden werden, an welchen Tagen im Büro gearbeitet wird und wann sich das Arbeiten aus dem Home-Office anbietet.

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Flexible Arbeitszeitmodelle

Für die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen wir weiterhin individuelle und flexible Arbeitszeitmodelle. Beispielsweise wurde eine Kollegin nach ihrem abgeschlossenem Traineeship mit einer 80-Prozent-Stelle eingestellt; es gibt in der Belegschaft die unterschiedlichsten Arbeitszeitmodelle, die jeweils auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind. Mit den Kolleginnen, die sich aktuell in Elternzeit befinden, planen wir bereits ihre Rückkehr in Teilzeit.

Arbeitssicherheit

Die Sicherheit unserer Mitarbeitenden hat bei uns höchste Priorität. Wir haben im ganzen Haus Notausgangsschilder sowie Hinweise auf Feuerlöscher und den Sammelplatz für den Notfall angebracht. Einmal im Jahr, bei Bedarf auch häufiger, findet eine Sicherheitsunterweisung statt, die alle Mitarbeitenden durchlaufen; sie ist darüber hinaus fester Bestandteil des Onboarding-Prozesses.

Versorgung

Für das leibliche Wohl unserer Mitarbeitenden bereitet unsere Köchin drei Mal in der Woche eine frisch zubereitete Mahlzeit aus regionalen Lebensmitteln zu. Das gemeinsame Mittagessen trägt zur Entspannung bei und fördert den Austausch und den Zusammenhalt im Team.

Partizipation

Gemeinsam mit den Mitarbeitenden haben wir in einem Strategie-Workshop wichtige Eckpfeiler gesetzt für die nahe und mittlere Zukunft von Sympra. Der Geschäftsführung ist es wichtig, Entscheidungen zur Unternehmensentwicklung partizipativ zu erarbeiten und die Mitarbeitenden maximal zu beteiligen. Der Unternehmensplan ist für alle transparent und Teil der CMS III-Zertifizierung.

Arbeitgebermarke und Nachhaltigkeit

Im Rahmen des Strategie-Workshops haben wir außerdem die Arbeitgebermarke von Sympra weiter profiliert. Einen besonderen Schwerpunkt haben wir darauf gelegt, die Arbeitgebereigenschaften zu prüfen und die gewünschten mit den gelebten Werten abzugleichen. Gemeinsam wurde eine Employer-Branding-Kampagne für Sympra verabschiedet, deren Ausgangspunkt eine eigene [Karriereseite](#) auf der der Sympra-Website ist, wo sich Bewerbende alle wichtigen Informationen abholen und Sympra „erleben“ können. Auch hier waren alle Mitarbeitenden eingebunden in die Formulierung der Employer Value Proposition, Angebot und Erwartungen, Fragen und Antworten. Aktuell wird ein kurzes Video erstellt, indem die Mitarbeitenden aus sehr persönlicher Sicht berichten, was es ausmacht, bei Sympra zu arbeiten. Die Möglichkeit, sich mit der Agentur zu identifizieren, die Übereinstimmung von Soll und Ist bei der Überführung der Werte in eine gelebte Kultur sowie die authentische Präsentation des Unternehmens sind für die bestehende Belegschaft wesentliche Wohlfühlfaktoren.

Als Ergebnis der Wertediskussion hat sich ergeben, dass „Nachhaltigkeit als gelebter Wert“ einen hohen Stellenwert im Team genießt. Es ist uns ein Anliegen, Menschen zu gewinnen, die in dieser Hinsicht ähnlich denken und haben darum dem Thema auf der Karriereseite eine starke Betonung gegeben.

Auf dem bestehenden niedrigen Niveau wollen wir unsere Fluktuationsrate halten. Die Nutzung der vielfältigen Weiterbildungsangebote fördern wir weiterhin.

”

„Das ist für mich das Tolle: Wir sind häufig wirklich ganz vorne mit dabei. Wir kommunizieren als erste für unsere Kunden Lösungen, lange bevor sie als Trend in der breiten Anwendung bekannt sind.“

CHRISTOPH MILLER,
SENIOR CONSULTANT,
UNIT DIRECTOR

DAS SIND WIR

Bei Sympra arbeiten wir auf höchstem Qualitätsniveau – professionell und zuverlässig. Schnelles Agieren und ständiges Neu-Priorisieren liegen uns im Blut. Wir arbeiten am Puls der Zeit und beschäftigen uns mit vielfältigen Zukunftsthemen. Weil wir uns als ein Team verstehen, spielen Arbeitsatmosphäre und Teamgeist für uns eine enorm wichtige Rolle. Unser Umgang miteinander ist respektvoll, wertschätzend und offen, wir unterstützen uns gegenseitig und leben eine „Wir-Kultur“. Nachhaltigkeit prägt unseren Alltag im Denken und Handeln. Arbeiten bei Sympra bedeutet, dass wir uns mit dem, was wir tun und mit der Agentur identifizieren. Wir sind Möglichmacher:innen für unsere Kunden und nehmen hierfür auch gerne mal die Extra-Meile.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Wir haben 1) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 2) Kunden sowie 3) Dienstleister als unsere wesentlichen Anspruchsgruppen identifiziert. Unser Ziel ist weiterhin die verbindliche Einhaltung der im Qualitätshandbuch festgelegten Qualitätsstandards – im Hinblick auf ethische Grundsätze in der Kommunikation, präzise recherchierten und zielgruppengerecht erstellten Content oder hinsichtlich des Umgangs mit Partnern, Journalist:innen und Dienstleistern.

Zertifizierte Qualität nach CMS III

2022 wurden wir nach dem Consultancy Management Standard (CMS III) rezertifiziert. CMS III ist ein erweiterter Qualitätsstandard für PR- und Kommunikationsagenturen und gilt seit 2004 als international anerkanntes Qualitätszertifizierungssystem für PR- und Kommunikationsagenturen. Weltweit vertreten und kontinuierlich weiterentwickelt wird der CMS III durch den internationalen Dachverband der PR- und Kommunikationswirtschaft ICCO (International Communications Consultancy Organisation). Lediglich die Mitgliedsverbände des ICCO haben Zugang zu diesem Standard. In Deutschland wird das CMS III-Siegel seit 2020 exklusiv und offiziell von der GPRA, als Dachverband der führenden deutschen PR- und Kommunikationsagenturen, ausgegeben, wo Sympra Mitglied ist.

Mit dem Qualitätsstandard wird Agenturen bescheinigt, dass sie ihre internen Prozesse, Arbeitsweisen, kaufmännischen Abwicklungen in insgesamt acht Kategorien gemäß internationaler Vorgaben an das Qualitätsmanagement durchführen. Die Kategorien umfassen:

- Führung und Kommunikation
- Unternehmensplanung
- Unternehmensentwicklung
- Finanzsystem
- Durchführung von Projekten/Kampagnen
- Kundenzufriedenheit
- New Business
- Personalmanagement
- Die Agenturen werden dabei ganzheitlich betrachtet, von Buchhaltung über Personalmanagement bis hin zu Kreativprozessen und Projektmanagement.

Mit der CMS III-Akkreditierung werden verbindliche Standards geschaffen, die alle GPRA-Mitgliedsagenturen in ihrem bereits hohen Qualitätsanspruch vereinen. Da der CMS III-Standard für alle Mitglieder verbindlich ist, wurden dessen Kriterien von der GPRA um ethische und ausbildungsbezogene erweitert. Das CMS III-Gütesiegel ist ein messbares Sicherheitsversprechen, das international gültig ist. Kunden und Mitarbeiter haben somit die Gewissheit, dass GPRA-Agenturen Qualitätsmanagement und Leistung bieten. Auch auf interner Seite hat das Qualitätsmanagement seine Vorteile, denn es legt den Grundstein für Qualität in der täglichen Arbeit und vereinfacht die alltäglichen Arbeitsprozesse. Es bleibt mehr Raum für Kreativität, Austausch und Ideen. Damit dieser Standard auch gehalten wird, wird die Zertifizierung alle zwei Jahre durch unabhängige Audits wiederholt und die Einhaltung überprüft.

Unser Ziel ist es, unseren Kunden die maximale Unterstützung zu geben und eine reibungslose Integration unserer Dienstleistung in ihre Abläufe zu ermöglichen.

Umweltbelange

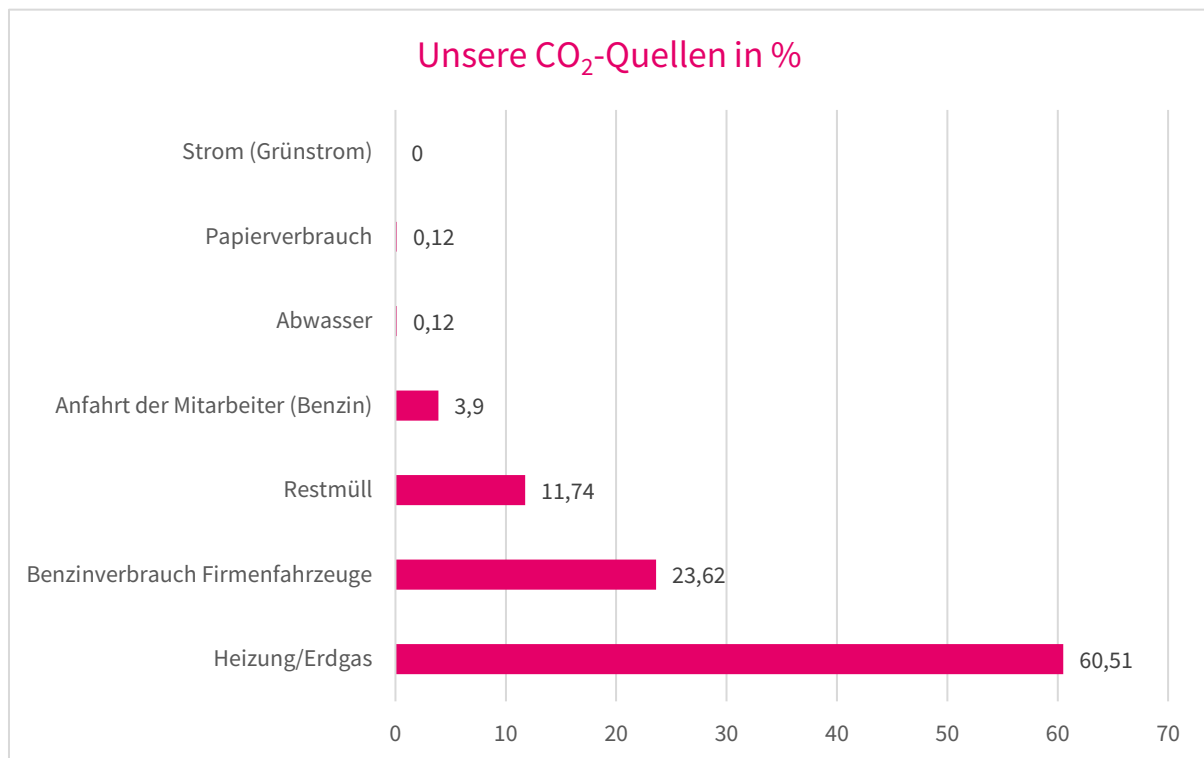
LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Unverändert zum Vorjahr

Vieles setzen wir schon lange um: Wir beziehen seit 2019 zu 100 Prozent Ökostrom, zwei Drittel der Sympra-Fahrzeuge sind auf Plug-in-Hybride umgestellt worden, wir haben eine Wallbox installiert und wenn Geschäftsreisen stattfinden, werden sie vorzugsweise mit dem ÖPNV bestritten. Zusätzlich wurden Drucker weitestgehend abgebaut, um unseren Energieverbrauch weiter zu senken, und alle Büros mit selbstregulierenden Lampen ausgestattet. Kaputte Geräte werden zur Reparatur gebracht statt ersetzt.



Ausgehend von dieser Situation wollten wir unseren CO₂-Fußabdruck zu berechnen, wozu wir in einem ersten Schritt die bei Sympra relevanten Messgrößen identifiziert haben. Zunächst sind das vor allem Heizung (Erdgas), Strom (Ökostrom), Benzinverbrauch der Firmenfahrzeuge (Hybrid/Benzin). Außerdem fließen Papierverbrauch, Abwasser, Müllaufkommen (Restmüll) sowie Benzinverbrauch der Mitarbeitenden für Arbeitswege in den CO₂-Fußabdruck ein. Für Messgrößen, die für uns nicht (mehr) überprüfbar sind, wie beispielsweise Bahnreisen in Kilometer getrennt nach E- und Diesel-Fahrten, haben wir einen Sicherheitszuschlag von zehn Prozent hinzugefügt. Die daraus berechneten Gesamtemissionen von Sympra betragen 39,96 Tonnen CO₂.



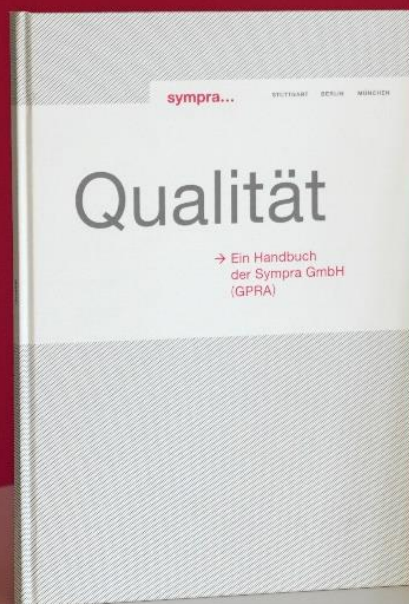
Die Verteilung unserer CO₂-Quellen zeigt die Stellschrauben auf, an denen wir noch drehen können und müssen. Der größte Faktor ist hier die Gasheizung. Da wir in unserem Bürogebäude, einer 1906 erbauten Villa, zur Miete „wohnen“, liegt eine energetische Sanierung leider nicht direkt in unserer Hand. Zukünftige Zielsetzung ist jedoch, unser Heizungsmanagement zu optimieren und den CO₂-Fußabdruck so weiter zu senken.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Unverändert zum Vorjahr

Den sehr offenen und auch von unseren Kunden geschätzten Dialog pflegen und verbessern wir kontinuierlich. Alle unsere Partner:innen aus den Bereichen Werbung, Grafik, Event, Webdesign, Fotografie, Hörfunk und Film sind sorgfältig ausgewählt und haben sich neben ihren eigenen auch den Qualitätsstandards von Sympra verpflichtet. Diese Standards haben wir aufrechterhalten. Wir erfüllen alle unsere Aufgaben mit einem Höchstmaß an Qualität. Dafür haben wir uns im letzten Jahr intensiv mit digitalen Tools beschäftigt, die unsere internen Prozesse noch effizienter gestalten und zur Qualität unserer Produkte beitragen. Dazu gehören Werkzeuge für digitales Projektmanagement sowie Plattformen für einen einfachen Austausch mit Partner:innen und Kunden. Für ein produktives internes Informationsmanagement arbeiten wir aktuell mit unserem IT-Partner an einem neu aufgesetzten Wiki.

Als eine der ersten Agenturen in Deutschland haben wir uns 2020 nach dem internationalen Consultancy Management Standard (CMS III) zertifizieren lassen. Den dadurch bestätigten hohen Standard unserer Arbeit haben wir beibehalten – das lassen wir uns Ende 2022 durch eine Rezertifizierung bescheinigen.



Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Unverändert zum Vorjahr

Seit drei Jahrzehnten steht Symptra für wirksame Public Relations, immer vorne dabei, was Themen, Methoden und Kanäle angeht. Seit 1992 beschäftigen wir uns mit Öffentlichkeitsarbeit für Innovationen, die erst in der Zukunft in reale Produkte münden, und für Technologien, die Märkte und Gesellschaft verändern. Erklärungsintensives verständlich zu machen – das ist unsere DNA. Es ist und bleibt unser Antrieb, Neues zu erkennen und Komplexes zu durchschauen, um es in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Wir verfolgen auch nach dreißig Jahren auf allen Ebenen langfristige Strategien, die uns ein gutes Wirtschaften ermöglichen und unser Geschäftsmodell auf Dauer funktionstüchtig machen. Dabei achten wir auf den Puls der Zeit, um stets auf dem neusten Stand zu sein. Wir möchten weiterhin Trends mitgestalten und Impulse setzen. Alle Gewinne reinvestieren wir in das Unternehmen, um den größtmöglichen Outcome zu generieren.

Wir sind ein Team, das sich für die Kunden engagiert und das sich bei und mit Symptra wohlfühlt; die Verweildauer der Kolleginnen und Kollegen war und ist weit über dem Durchschnitt der Branche. Die Altersspanne der Kolleginnen und Kollegen reicht von 22 Jahren bis hin zu 62 Jahren. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, alle vakanten Stellen unter Berücksichtigung der Diversität zu besetzen.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

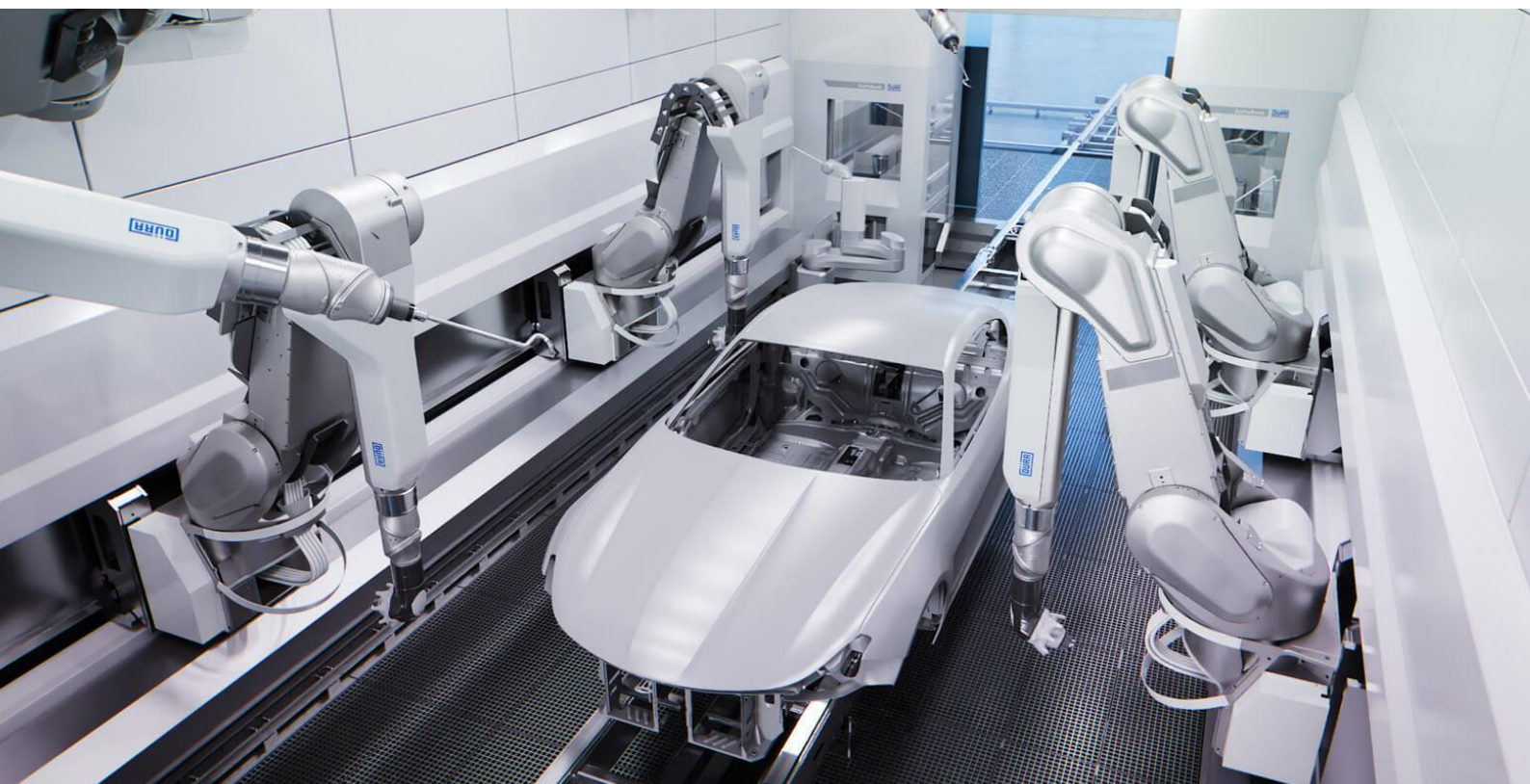
Cleantech verbindet im Einsatz sauberer Technologien die Ansprüche ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit mit einem gesteigerten gesellschaftlichen Verantwortungsbewusstsein. Bereits heute betreuen wir zahlreiche Kunden, deren Lösungen, Verfahren, Produkte und Dienstleistungen zu Leistungs- und Effizienzsteigerungen führen, bei gleichzeitiger Emissionsreduktion und Ressourcenschonung. Wir haben in ganz vielen Cleantech-Themen bereits umfangreiches Know-how gesammelt, z. B. Speichertechnologien, Kreislaufwirtschaft, ressourceneffiziente Produktionsverfahren, erneuerbare Kraftstoffe, alternative Antriebe und E-Mobility.

Beim Wachstumsfeld Cleantech kommen zwei Kompetenzen von Sympra zusammen: Kommunikation für Nachhaltigkeitsthemen und Technologiekommunikation. Daher liegt es für uns nahe, diesen Bereich künftig auszubauen und vorrangig hier neue Kunden zu akquirieren. Dies läuft parallel mit den Bemühungen unseres internationalen Agenturnetzwerks Public Relations Network (PRN), das ebenfalls das Thema Cleantech als ein Zukunftsthema für seine Mitglieder besetzt und den netzinternen Austausch dazu forciert.

Der Wandel bei unseren Kunden hin zu nachhaltigem Wirtschaften verstärkt zudem die auch die Nachfrage nach Veränderungs- und interner Kommunikation, Image-PR und/oder Dokumentation, z. B. in Form von Nachhaltigkeitsberichten.

Diese Business Opportunities, kombiniert mit der generellen Ausrichtung der Agentur in Richtung Nachhaltigkeit veranlassen uns, unsere Neukundenansprache insbesondere auf Unternehmen und Institutionen der Cleantech-Branche zu konzentrieren und so unseren Kundenbestand auf diesem Gebiet weiter auszubauen. Da wir uns in diesem Zukunftsthemenfeld glaubwürdig positionieren können, werden wir diesen Ansatz auf allen Informationsplattformen und -kanäle der Agentur intensiv kommunizieren. Ziel ist es bis 2025, dass 75+ Prozent der Kundschaft in diesem Bereich angesiedelt ist.

Aus diesem Grund wird Leitsatz 08 im kommenden Nachhaltigkeitsbericht einen Schwerpunkt-Leitsatz bilden und den aktuellen Schwerpunkt-Leitsatz „Ressourcen“ ablösen.



Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Unverändert zum Vorjahr

Alle Betriebsinvestitionen wurden und werden in Hinblick auf ökologische Kriterien (Umweltfreundlichkeit) überprüft. Umweltfreundliche Alternativen wurden und werden bevorzugt.

Die Geschäftsentwicklungen im Jahr 2021 wurden, wie im Zielkonzept formuliert, dem Team Ende des Jahres durch die Geschäftsleitung transparent dargestellt. Dies soll auch weiterhin, mindestens einmal im Jahr geschehen. Größere Investitionsentscheidungen werden auch künftig vorab durch die Geschäftsleitung vorgestellt, wobei dem Feedback der Mitarbeitenden eine hohe Gewichtung beigemessen wird.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Unverändert zum Vorjahr

Alle wichtigen strategischen Entscheidungen wurden und werden weiterhin entlang unserer ethischen Prinzipien getroffen. Wir pflegen stets einen offenen Dialog mit Mitarbeitenden, Kunden und Partner:innen. Dazu orientieren wir unser Handeln an Branchenkodizes wie dem Kommunikationskodex und Sympra-Geschäftsführer Veit Mathauer engagiert sich im Deutschen Rat für Public Relations (DRPR), der Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation von Organisationen mit Öffentlichkeiten benennt und gegebenenfalls rügt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verpflichten sich mit der Unterzeichnung ihres Arbeitsvertrags zu den Grundsätzen der Loyalität gegenüber Klienten und Öffentlichkeit und in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Medien auf die Einhaltung der im Kommunikationskodex der Branchenverbände GPRA, DPRG und BdKom definierten zentralen Normen und Zielwerte für PR- und Kommunikationsfachleute. Unser Qualitätshandbuch gewährleistet, dass Prozesse transparent sind: für unsere Kolleginnen und Kollegen und unsere Kunden.

UNSER WIN!-PROJEKT.

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Das WIN-Projekt haben wir anlässlich unseres 30sten Geburtstags im Jahr 2022 aufgesetzt und seitdem hinsichtlich sowohl des regionalen Impacts als auch mit Blick auf seine nachhaltige Wirkung ständig weiterentwickelt. Ziel war es, bis zum Ende des Jubiläumsjahres insgesamt 30 Bäume zu pflanzen. Neben der Wahl verschiedener Standorte für einheimische Gehölze war es uns wichtig, mit der Baumspende einen Bezug zu unseren Kunden und passenden Projekten zu schaffen, um gleichermaßen nicht nur der ökologischen Komponente, sondern auch der wirtschaftlichen und sozialen Ausprägung des Nachhaltigkeitsgedankens Rechnung zu tragen.

ENTWICKLUNGEN UND ERGEBNISSE

Schwerpunktsetzung

In diesem Sinne haben wir unseren Schwerpunkt Ende 2022 und 2023 darauf gesetzt, das von unserem Kunden AT-Verband initiierte Forschungsprojekt „STIK – Streuobstwiesen im Klimawandel. Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandwirtschaftsbewirtschaftung“ umfänglich zu unterstützen. Neben der Erneuerung des Baumbestands einer Testwiese durch die Spende von 20 resilienten Obstbäumen begleiten und befördern wir das Projekt mit zahlreichen kommunikativen Maßnahmen.

Ziel des Projekts, das der AT-Verband in Zusammenarbeit mit den Universitäten Hohenheim und Tübingen betreut, ist es, einen methodischen Ansatz für den Erhalt und die Förderung von Streuobstwiesen zu entwickeln. Denn der Klimawandel mit seinen Auswirkungen auf Temperatur, Einstrahlungsintensität, Wasserhaushalt und das vermehrte Auftreten von invasiven Arten und Schädlingen birgt für Streuobstwiesen eine große Gefahr. Auch leidet das Biotop Streuobstwiese unter der Überalterung von Beständen, dem hohen Altersdurchschnitt seiner Bewirtschafter sowie mangelndem Nutzungsinteresse und Fachwissen der nächsten Generation.

Auf der Basis fundierter Bestandaufnahmen und Analysen will das Projekt vorhandenes Wissen und neu gewonnene Erkenntnisse zusammenführen und vermitteln: Welche direkten Auswirkungen des Klimawandels sind bereits zu erkennen? Wo gibt es Spielraum für Anpassungskonzepte wie beispielsweise einen Wechsel der Bepflanzung mit Hitze-resilienten Obstsorten oder angepassten Pflegemaßnahmen? Welche Flächen eignen sich auch zukünftig für den Streuobstanbau? Darüber hinaus erarbeiten die Projektbeteiligten langfristig tragfähige Bewirtschaftungs- und Verwertungsmodelle, etwa mit Blick auf den Aufwand der Baumpflege oder einer wirtschaftlichen Nutzung der Erträge. Die Erkenntnisse sind Basis für den Austausch mit relevanten Akteuren wie Bewirtschaftern, Verwertern, Behörden und Interessensgruppen und die Vernetzung der einzelnen Regionen in Baden-Württemberg. Unterstützt wird der Wissenstransfer durch zielgruppenorientierte Methoden und Inhalte, die – besonders auch mit Blick auf die junge Generation – einen digitalen Zugang zum Thema Streuobstwiese ermöglichen.



Für uns ergeben sich hieraus zahlreiche Anknüpfungspunkte und Themen für die kommunikative Begleitung mit dem Ziel, einerseits das Thema Streuobstwiese als gefährdetes Kulturgut und die Herausforderungen zu ihrem Erhalt in das Bewusstsein der Menschen zu bringen, andererseits die Ergebnisse des STIK-Projekts bekannt zu machen. Mit dem Einbringen unserer Kernkompetenzen pro bono bekommen die Themen des

Projekts Sichtbarkeit, ohne das hier (finanzieller) Zusatzaufwand betrieben werden müsste. Darüber hinaus schaffen wir so die Integration des Projekts in unseren „Arbeitsalltag“.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Baumspende und Neubepflanzung einer Streuobstwiese

Dr. Gebhard Warth (STIK-Projektbeteiligter der Universität Tübingen) besitzt eine Streuobstwiese südlich von Dettingen unter Teck, auf der etwa 15 alte Bäume standen. Der Bestand hier war überaltert und schlecht gepflegt, zehn Bäume waren bereits abgestorben. Da dies charakteristisch ist für viele Streuobstwiesen in Baden-Württemberg, sollte auf dieser Wiese im Rahmen des STIK-Projekts der Baumbestand erneuert werden – quasi als „Versuchslabor“ bzw. Referenzprojekt.

Ende März 2023 haben wir gemeinsam mit den Projektbeteiligten den Baumbestand dieser Streuobstwiese mit den von uns gespendeten Bäumen erneuert: Ein Teil des Sympra-Team hat die Apfel- und Birnenbäume sowie Steinobstsorten wie Pflaumen und Mirabellen eigenhändig eingepflanzt. Die Auswahl der Obstsorten erfolgte mit Blick auf ihre Wärme- und Trockenresistenz.



Kommunikative Maßnahmen 2022

- August: Erstellen eines ausführlichen Kommunikationskonzepts und Festlegen der Kommunikationsstrategie
- Oktober: Erstellen und Versand der Auftakt-Presseinformation zum Start mit Schwerpunkt auf den Projekteinhalten
Erstellen einer weiteren Version der PI mit Schwerpunkt Sympra-Beteiligung für PR-Medien

[PR-Journal - Nachhaltigkeit in der Praxis: Sympra engagiert sich für Streuobstwiesen](#)

- Oktober: Konzeption und Umsetzung eines Video-Interviews auf der Testwiese mit Dr. Gebhard Warth von der Universität Tübingen als einem der Projektverantwortlichen zu den Herausforderungen beim Erhalt von Streuobstwiesen und Inhalten des STIK-Projekts

November: Veröffentlichung des Videos mit Dr. Gebhard Warth auf den Social-Media-Kanälen von Sympra, auf YouTube und Veröffentlichung im Sympra-Blog:

[Nachhaltigkeit in der Praxis: Sympra engagiert sich für Streuobstwiesen - YouTube](#)

[Nachhaltigkeit in der Praxis: Sympra engagiert sich für Streuobstwiesen - Sympra](#)

November: Konzeption und Umsetzung eines Scrollytellings zum Thema Streuobstwiese, Das Format bietet sich besonders an, um komplexe Themen unterhaltsam zu kommunizieren. Hier haben wir Informationen und Erklärungen zusammengefasst, weshalb Streuobstwiesen ein wichtiges und schützenswertes Kulturgut sind.

[Streuobstwiese \(pageflow.io\)](#)



Kommunikative Maßnahmen 2023

März: Einladung der regionalen Tagespresse zur Neubepflanzung der Testwiese

März/April: Erstellung und Versand der Presseinformation zur Neubepflanzung der Testwiese. Veröffentlichung im Teckboten.

April: Postings zum „Tag der Streuobstwiese“ am 29. April mit Verweis auf das Scrollytelling, verteilt über die Social-Media-Kanäle von Sympra

Mai: Interview mit Dr. Gebhard Warth zu dem Thema „Streuobstwiesen im Klimawandel“ für die Erstellung eines schriftlichen Interviews für die Print-Medien

September: Einstellung einer Praktikantin, die anhand des Projekts Streuobstwiese Konzeption, Strategie- und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen kennenlernt

Oktober: Verschriftlichung, Layout und Vermarktung des Interviews mit Dr. Gebhard Warth als eigenständiges Projekt der Praktikantin (mit Mentorinnenbegleitung). Veröffentlichung des Interviews im Teckboten und Zusage der Zeitschrift „Besseres Obst“, dass das Interview für die nächste Ausgabe eingeplant ist.

Startseite > Nachrichten > Weilheim · Lenningen · Umland

Weilheim · Lenningen · Umland

Streuobstwiesen fit machen für die Zukunft

12.04.2023

Archivartikel



Dettingen. Sie sind in Gefahr, die Streuobstwiesen, auch durch die negativen Folgen des Klimawandels. Darum hat der AT-Verband aus Stuttgart mit Fachgruppen der Universitäten Tübingen und Hohenheim ein Forschungsprojekt initiiert, das Streuobstwiesen fit für die Zukunft machen soll.

Eine „Modellwiese“ des Projekts liegt in Dettingen. Die Bedingungen hier sind exemplarisch: Ein überalterter Bestand, Mistelbefall und durch extreme Wetterbedingungen abgestorbene Bäume machen rasches Handeln erforderlich.

Jetzt haben die Projektverantwortlichen die Wiese neu bepflanzt, um zu beobachten, welche Sorten sich als robust erweisen. Neben ökologischen Anpassungsmaßnahmen sollen auch attraktive Bewirtschaftungs- und Verwertungsmodelle gefunden werden, um das Nutzungsinteresse vor allem auch bei der jungen Generation zu erhöhen. *pm/Foto: pr*

15 KIRCHHEIM UND UMLAND

Eine Dettinger Wiese steht Modell

Naturschutz Dr. Gebhard Warth arbeitet am geografischen Institut in Tübingen. Als Besitzer einer Streuobstwiese in Dettingen möchte er diese im Rahmen eines Forschungsprojektes fit für den Klimawandel machen.

Gemeinsam mit dem AT-Verband zur Förderung angepasster, sozial- und umweltverträglicher Technologien aus Stuttgart und den Universitäten Tübingen und Hohenheim hat Gebhard Warth ein Forschungsprojekt initiiert. Im Interview spricht er über die aktuellen Herausforderungen und Chancen im Zusammenhang mit Streuobstwiesen.



Gebhard Warth

Herr Warth, was sind die markanten Merkmale von Streuobstwiesen?

Gebhard Warth: Ein besonderes Merkmal ist die Mehrfachnutzung der Fläche. In der Regel stehen die Bäume auf einer Streuobstwiese weit auseinander, sodass jeder Baum genug Platz und Licht zum Wachsen hat. Es sind kaum Düngemittel oder Pestizide nötig, denn das Ökosystem ist in sich stabil und reguliert sich selbst. Bereits seit 2000 Jahren gibt es diese Form des Obstanbaus. Ohne entsprechende Pflege brechen die Bestände mit der Zeit zusammen.

Wodurch sind die Bestände auf den Wiesen besonders bedroht?

Warth: Zunächst haben wir die Folgen des Klimawandels, die sich auf den Streuobstwiesen zeigen. Beispielhaft dafür sind Dürreperioden, die sich durch hohe Temperaturen im Sommer und gleichzeitig ausbleibenden Niederschlägen ergeben. Solche Bedingungen können extreme Schäden an den Bäumen verursachen und im schlimmsten Fall zum Absterben führen. Der Klimawandel begünstigt außerdem das Eindringen von schädlichen Insekten, die die Bewirtschaftung erschweren. Zusätzlich zum Klimawandel sehen wir einen rückläufigen Trend im Interesse an der Bewirtschaftung. Die Bewirtschaftung werden immer älter und es fehlt an Nachwuchs.

Warum halten Sie es für wichtig, Streuobstwiesen zu schützen?

Streuobstwiesen sind ein wertvolles Kulturgut direkt vor unserer Haustür. Diese wertvolle Anbauregion gilt es zu schützen. Sie prägen unsere Nachbarschaft und beherbergen eine Vielfalt an Obstsorten. Diese große Auswahl ist wichtig für den Klimawandel, denn bei den Sorten sind möglicherweise



Im Rahmen des Forschungsprojektes wurde die Wiese von Gebhard Warth in Dettingen neu bepflanzt. Deren Entwicklung wird nun exemplarisch für die Streuobstwiesen-Landschaft in Baden-Württemberg unter den Bedingungen des Klimawandels beobachtet.

Foto: Symptra

einige dabei, die gut mit den zukünftigen Bedingungen umgehen können. Zudem bieten Streuobstwiesen sehr wichtige Ökosystemdienstleistungen.

Wie profitiert die Natur von ihrer Existenz?

Grundsätzlich erst einmal durch die Vegetation an sich. Sie setzt Kohlenstoff um und dieser wird dann im Boden gespeichert. Die Bäume agieren zudem als Luftfilter und sind wichtige Sauerstoffproduzenten. Die Wurzeln durchdringen den Boden und ermöglichen es, Wasser effizienter aufzunehmen und zu speichern. Auch für die Tier- und Pflanzenwelt sind Streuobstwiesen wichtig. Sie zeichnen sich durch eine hohe Artenvielfalt aus und bieten Lebensraum für seltene Tier- und Pflanzenarten. Besonders Vögel profitieren von der Baumstruktur, die ein ideales Habitat zwischen Wald und Offenland darstellt.

Sie haben mit dem AT-Verband und der Uni das STIK-Projekt, kurz für Streuobstwiesen im Klimawandel, ins Leben gerufen. Welche Ziele verfolgen Sie damit?

Zunächst einmal ist es wichtig zu betonen, dass das Hauptziel des

STIK-Projekts nicht darin besteht, Streuobstwiesen unmittelbar zu retten. Dies ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die über einen längeren Zeitraum erfolgen muss. Unser Ziel ist es vielmehr, ein tieferes Verständnis für das Streuobstwiesen-System zu entwickeln, besonders aus naturwissenschaftlicher und sozialökonomischer Perspektive.

Wie gehen Sie konkret vor?

Die Standorteignungsanalysen unserer Projektpartner an der Universität Hohenheim sollen zeigen, welche Standorte sich für den Streuobstanbau in Zukunft besser eignen als andere. Beispielsweise könnten südexponierte Hänge aufgrund der intensiven Sonneneinstrahlung im Zuge des Klimawandels zu heiß und trocken für den Obstanbau werden. Wir an der Universität konzentrieren uns auf Zustandsanalysen mittels Fernerkundungsverfahren. Dazu verwenden wir Drohnen- und Satellitenbilder, die uns wertvolle Informationen über den Zustand der Vegetation liefern. Die Stoffstromanalyse des AT-Verbands zeigt, welche Erträge zu erwarten sind und welche finanziellen Einnahmen erzielt werden können. Zu-

dem haben wir in Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Symptra eine Modellwiese mit verschiedenen Obstsorten neu bepflanzt. Ihre Entwicklung wird als Teil des Projekts beobachtet.

Das heißt, Sie haben den alten Baumbestand ersetzt? Warum?

Leider ist es häufig so, dass sich die alten Bäume in einem schlechten Allgemeinzustand befinden. Auf unserer Modellwiese waren vor allem Mistelbefall und Überalterung das Problem.

In der Zusammenarbeit mit Symptra wird das Thema Verwertung eine Rolle spielen. Welche Möglichkeiten sehen Sie hier?

Das ist ein wichtiger Aspekt, weil auch die sinnvolle Verwertung dazu beiträgt, wieder mehr Menschen für das Thema Streuobstwiese zu interessieren. Saffherstellung ist da nur ein Aspekt. Als Fruchtaufstriche, Fruchtmos oder Dörrobst werden die Früchte für einige Monate haltbar. Mit großen Mengen lässt sich etwa Apfelsig herstellen – übrigens ein echtes Allzweckmittel. Aber auch selbstgemachte Liköre sind leicht herzustellen und immer eine gute Geschenkidee.

Was hat Sie angetrieben, sich beim STIK-Projekt einzubringen?

Ich bin auf dem Land groß geworden, wo die Streuobstwiesen das Leben im Jahresverlauf stark beeinflusst haben. Es macht mir Freude, das weiterzuführen und Obstsorten anzubauen, die wir gut verarbeiten können. Praktische Erfahrungen mit dem wissenschaftlichen Ansatz des STIK-Projekts zu verknüpfen, halte ich für eine gewinnbringende Vorgehensweise, die für beide Seiten wichtige Erkenntnisse bringt.

Wie kann jeder Einzelne dazu beitragen, den Erhalt von Streuobstwiesen zu unterstützen?

Um den Erhalt von Streuobstwiesen zu unterstützen, sollte man beim Einkauf auf regionale Produkte achten und sicherstellen, dass die Herkunft nachvollziehbar ist. Darüber hinaus ist Aufklärung über die Vielfalt von Obstsorten und ihre natürlichen Variationen wichtig. Obst muss nicht makellos sein, um es genießen zu können. Ein Bewusstsein für die Wertschätzung und den Schutz dieser wertvollen Kulturlandschaften ist der erste Schritt zur Unterstützung ihres Erhalts.

pm

AUSBLICK

Als „Paten“ der neu gepflanzten Bäume auf der Streuobstwiese in Dettingen unter Teck werden wir uns weiterhin an der Pflege beteiligen. In regelmäßigen Abständen werden wir den Status dokumentieren und dies jeweils zum Anlass nehmen, die Öffentlichkeit über Herausforderungen und Lösungsansätze zu informieren.

Da die neuen Bäume acht bis zehn Jahre brauchen werden, um nennenswerte Erträge zu liefern, das Thema Verwertung aber im Projekt und auch in der Zusammenarbeit mit Sympra eine Rolle spielen soll, ist die Idee, das Obst der Nachbarwiese dafür zu nutzen. Hier soll im kommenden Jahr ein Konzept entstehen; angedacht sind bereits verschiedene Ansätze: Sympra könnte (mindestens) einen Teil des Ertrags zum Eigengebrauch nutzen und den entstehenden Saft abnehmen – zum Eigenverzehr, aber auch als Kundengeschenk, was wiederum ein guter Anlass ist für die Kommunikation rund um das Thema Streuobstwiese.

Der bereits erschaffene Content soll im Sinne einer nachhaltigen Kommunikation maximal genutzt und in Abwandlungen wieder verwendet werden. Hierfür bietet sich beispielsweise der „Tag der Streuobstwiese“ an. Gerade mit Blick auf die begrenzten Ressourcen wollen wir hier mit möglichst wenig Aufwand aufseiten der Projektbeteiligten möglichst viel Effekt erzielen. Die im Kommunikationskonzept festgehaltenen, weiteren kommunikativen Maßnahmen werden im Laufe der nächsten Monate sukzessive umgesetzt.

Neben der „Imageförderung von Streuobstwiesen“ und der „Aufforderung zum Umdenken“ als übergeordnete Ziele der Kommunikation, gehen wir davon aus, dass im kommenden Jahr erste Forschungsergebnisse aus dem STIK-Projekt zu erwarten sind, die für die Öffentlichkeit relevant sind. Diese werden wir entsprechend aufbereiten und verbreiten. Ganz konkret sind wir hierzu bereits mit der Zeitschrift „Natur und Landschaft“ im Austausch, die Interesse an den Forschungsergebnissen geäußert hat. Ein weiterer Anknüpfungspunkt könnte sein, den im STIK-Projekt geplanten Wissenstransfer zwischen den relevanten Akteuren wie Bewirtschaftern, Verwertern, Behörden und Interessensgruppen durch zielgruppenorientierte Methoden und Inhalte zu unterstützen.

Wie bereits im Schwerpunktleitsatz 11 „Regionaler Mehrwert“ erwähnt, planen wir außerdem erneut einen Praktikumsplatz zum Thema „Nachhaltigkeit“ auszuschreiben, in dem unser WIN-Projekt den Schwerpunkt bilden wird.

Mit Blick auf die noch nicht gepflanzten Bäume aus dem 30er-Spendenkontingent ist es unser Anliegen, auch hierfür eine ähnlich integrierte, über den ökologischen Effekt hinausgehende Verwendung zu finden.



KONTAKTINFORMATIONEN.

ANSPRECHPARTNER:INNEN

Veronika Höber
veronika.hoeber@sympra.de
0711/947670

Veit Mathauer
veit.mathauer@sympra.de
0711/947670

Louisa Becker
louisa.becker@sympra.de
0711/947670

IMPRESSUM

Herausgegeben am 8. Dezember 2023 von

Sympra GmbH (GPRA)
Stafflenbergstraße 32, 70184 Stuttgart
Telefon: 0711/947670
E-Mail: pr@sympra.de
Internet: www.sympra.de