



turnit Pressewerk



**NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN**



2022/2023

TURNIT PRESSEWERK



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden.....	5
Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	7
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken.....	8
5. Weitere Aktivitäten.....	10
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	10
Umweltbelange.....	11
Ökonomischer Mehrwert.....	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	12
Regionaler Mehrwert.....	13
6. Unser WIN!-Projekt	14
7. Kontaktinformationen	16
Ansprechpartnerin	16
Impressum	16

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die trurnit Pressewerk GmbH ist eine PR-Agentur, die auf die Energiebranche spezialisiert ist und zu den führenden Marken Deutschlands in diesem Segment zählt. Sie hat ihren Sitz in Engstingen, Landkreis Reutlingen, und unterhält zudem ein Büro in Stuttgart. Das Unternehmen wurde 2005 gegründet und ist eine Gesellschaft der trurnit Gruppe, einem Komplettanbieter für Energiekommunikation in dritter Generation.

Wir beraten und unterstützen derzeit rund drei Dutzend Energieunternehmen, Netzbetreiber und Abwasserbetriebe in ganz Deutschland mit Kommunikation bei ihrer Positionierung in der Öffentlichkeit und gegenüber definierten Stakeholdern. Dabei gehen wir strategisch vor: mit klaren und messbaren Zielen der Kommunikation, kreativer Umsetzung mit großem Fachwissen und genauer Evaluation. Im Fokus stehen aktuell Energiewende- und Klimaschutzthemen, ebenso beschäftigen wir uns mit Trinkwasservorsorge und -schutz, Abwasserentsorgung, Klimaanpassungsmaßnahmen, Energiepreisen, Energiegesetzen wie dem Gebäudeenergiegesetz und intelligenter Netzsteuerung.

Unser Team verfügt über ein langjähriges Kommunikations-Know-how, ausgezeichnete Kontakte zu Redaktionen und Akteuren der Energiebranche sowie fundiertes technisches Verständnis. Ob Photovoltaik, E-Mobilität, Wärmewende, Strom- und Breitbandausbau, kalte Nahwärme oder smarte Quartiere: Wir bringen komplexe Themen sprachlich auf den Punkt, die Botschaften unserer Kundschaft in die Öffentlichkeit und zu den relevanten Zielgruppen – und das online und offline.

Derzeit umfasst unser Team 15 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; hinzu kommen Praktikantinnen und Praktikanten sowie Werkstudierende. Wir betreuen gut 20 Kunden mit Rahmenvertrag und festem Budget und unterstützen weitere 15 Unternehmen punktuell bei sensiblen Themen, bei der Krisenprävention oder mit akuter Krisenkommunikation.

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

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 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>.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 17.05.2022

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	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	☒	☒	☒

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	☐
Zusatzkapitel: Klimaschutz	☐

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Biodiversitätsgarten Glottertal (ursprünglich: Projekt Jungbrunnenhonig)
Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- ☒ Finanziell ☐ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung: 500 € (gemeinsam mit unserer Schwesteragentur Solar Consulting – insgesamt 1.000 €)

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Biotopverbund Bodensee

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

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

Umfang der Förderung: 500 € (gemeinsam mit unserer Schwesteragentur Solar Consulting – insgesamt 1.000 €)

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden
- Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Diese drei Leitsätze können wir am ehesten direkt beeinflussen und gestalten. Zudem halten wir sie für die Grundlage für das nachhaltige Wachstum unserer Agentur. Denn nur mit einem hohen Mitarbeiterwohlbefinden und nachhaltiger Unternehmensstrategie sind wir langfristig erfolgreich.

Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden

ZIELSETZUNG

Obwohl wir ein recht kleines Team sind und daher auf die einzelnen Menschen gut und individuell eingehen können, ist es uns wichtig, das Mitarbeiterwohlbefinden systematisch zu fördern und sukzessive weiter zu verbessern. Denn der Erfolg unseres Unternehmens wird direkt von der Leistung, Einstellung und Motivation unserer Kolleginnen und Kollegen beeinflusst. Wir planen, für jeden Mitarbeitenden einen speziell zugeschnittenen Weiterbildungsplan aufzusetzen und regelmäßige Mitarbeitergespräche zu etablieren, um Wünsche und mögliche Probleme zu klären und gemeinsam Leistung und Entwicklungen zu beurteilen und voranzutreiben.

Im Jahr 2023 haben wir die Nullmessung zur Mitarbeiterzufriedenheit in Form einer Mitarbeiterumfrage durchgeführt.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben einen persönlichen Weiterbildungsplan für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter etabliert,
- regelmäßige Mitarbeitergespräche geführt, um Wünsche und Probleme zu klären und gemeinsam Leistung und Entwicklungen zu beurteilen,
- unsere Wabenstruktur mit zwei bis drei Personen pro Kundenteam vervollständigt und stabilisiert,
- und die erste Umfrage zum Mitarbeiterwohlbefinden durchgeführt und ausgewertet. Nun werden die ersten Handlungsmöglichkeiten geschlussfolgert und Quick Wins umgesetzt. Im Anschluss werden wir die Umfrage alle sechs bis zwölf Monate wiederholen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen der Zertifizierung für die WIN-Charta haben wir im Winter 2022 das erste Mal unsere Umfrage zum Mitarbeiterwohl durchgeführt. Damit soll die Mitarbeiterzufriedenheit als „Nullmessung“ erfasst und sollen mögliche Verbesserungshandlungen identifiziert werden.

Mit insgesamt 26 Fragen und einer durchschnittlichen Beantwortung von 4,52 von 6 möglichen Punkten ist diese erste Stimmungsanfrage recht positiv.

Höchste Punktzahl: 5,2/6 – Fühlst du dich wohl und wertgeschätzt im Team?

Niedrigste Punktzahl: 2,7/6 – Wie intensiv schätzt du die Zusammenarbeit in der trurnit-Gruppe?

Im nächsten Schritt haben wir Verbesserungsmöglichkeiten identifiziert, die wir jetzt nach und nach konsequent angehen. Einige Maßnahmen konnten wir bereits umsetzen: Eine der ersten Aktionen nach unserer Umfrage war es, unseren Kolleginnen und Kollegen das Jobrad anzubieten. Die dementsprechende Frage stammt zwar aus dem Fragebogen Unternehmerische Nachhaltigkeit (siehe Seite 8f.), die daraus folgende Aktion jedoch zählt nicht nur auf die Nachhaltigkeit ein, sondern gilt auch als weiterer Benefit für unsere Mitarbeitenden.

Bereits eingeführt haben wir auch einen Teamtag für die Betriebliche Gesundheitsförderung nach § 20 Sozialgesetzbuch V zur Verhinderung und Verminderung von Krankheitsrisiken und zur Förderung der Gesundheit in Betrieben. Die Präventionsmaßnahme soll ab sofort jährlich stattfinden. Den Auftakt machte der zertifizierte Kurs „RückenFit am Arbeitsplatz“. Zudem optimieren wir weiter unsere Büroausstattung für ein angenehmeres Arbeiten. Wir haben beispielsweise für unser Stuttgarter Büro in diesem Jahr begrünte Akustikelemente angeschafft und Bildschirmerrhöhungen für den Laptop.

INDIKATOREN

Indikator 1: Bewertungsdurchschnitt der Umfrage

- Aktuelles Ergebnis, erste Umfrage: 4,52/6
- Bis Mai 2024 sind unsere Umfragewerte so stabil und ist jeder einzelne Mitarbeiter so zufrieden, dass es keine Ausreißer mehr mit Einzelbewertungen von nur einem Punkt mehr gibt.

Indikator 2: Deutliche Verbesserung durch Quick Wins

- Verbesserung der Umfragewerte in den jeweiligen Fragen durch Umsetzen erster Handlungen.
Jobrad und Gesundheitsförderung: Verbesserung der Umfragewerte bei den entsprechenden Fragen.

AUSBLICK

Die Umfrage wird nun ein- bis zweimal jährlich wiederholt, um eine repräsentative Basis zu schaffen. Sind die Verbesserungspotenziale, die wir aus der ersten Auswertung geschlossen haben, gehoben, werden wir tiefer in die Materie gehen. Durch die künftigen Ergebnisse der Mitarbeiterumfragen bekommen wir ein vertieftes Verständnis der Wünsche und Erwartungen des Teams, so dass wir kontinuierlich gezielt steuern können.

Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

Nur eine transparente und langfristig orientierte Strategie führt zum Unternehmenserfolg. Dafür stellen wir Kontinuität und Stabilität in der Unternehmensentwicklung sicher und gehen verantwortungsvoll mit all unseren Ressourcen um (was Menschen, Rohstoffe und Kapital inkludiert). Ebenfalls unerlässlich sind für uns eine glaubhafte und berechenbare Führung und Strukturen, die die Motivation aller Mitarbeitenden fördern. Unsere Ziele sind:

- unser Team in der aktuellen Größe stabil halten, Kolleginnen und Kollegen möglichst lange halten,
- ein stabiles Konzept zur Nachfolgeregelung erstellen, um die Weichen für die Zukunft zu stellen. Eine unserer beiden Geschäftsführerinnen wird Ende 2023 in Rente gehen.
- Unternehmensziele gemeinsam setzen und sie transparent machen durch den OKR-Prozess (Objectives and Key Results). Für 2022 sind konkrete Ziele gesetzt; sie sollen auch nachgehalten werden. Ein wesentliches Unternehmensziel ist die 10%-Renditeregul.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- OKR-Prozess festigen
- Beobachtung der Rendite: mindestens 10 % pro Jahr – um nachhaltig wachsen und investieren zu können
- Entwicklung der bestehenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Hierzu zählt das Binden und Fortbilden der Kolleginnen und Kollegen.
- Vorlage des Nachfolgekonzepts im Lauf des Jahres 2022

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Den OKR-Prozess haben wir im letzten Jahr weiter gefestigt, die Ziele erreicht. Wir werden jedoch den Prozess und die Zielsetzung kontinuierlich nachjustieren, um sie unternehmerisch zu optimieren.

Das Nachfolgekonzept haben wir mit detaillierter Roadmap im November 2022 vorgestellt. Der Ausstieg läuft nach Plan Schritt für Schritt. Seit Juli 2023 beispielsweise ist die vor der Pensionierung stehende Geschäftsführerin in Teilzeit gegangen; die Teamleiterstruktur ist entsprechend verändert worden.

AUSBLICK

An unserem Schwerpunktthema Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze werden wir weiter arbeiten. Dies gilt insbesondere für den OKR-Prozess, die Renditeentwicklung und die Fachkräftebindung sowie -akquise. Unsere ausgeschriebenen Stellen konnten wir erfolgreich besetzen. Daher bleiben unsere Ziele:

- Beobachtung der Rendite: mindestens 10 % pro Jahr
- Entwicklung der Kolleginnen und Kollegen sowie Erhalt und Verbesserung von deren Wohlbefinden

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Als PR-Agentur für Energie sind wir für Nachhaltigkeit seit vielen Jahren sensibilisiert. Es ist unser Bestreben, unser eigenes Handeln beruflich wie privat Stück für Stück noch nachhaltiger zu gestalten. Damit unsere Erfolge sichtbar und evaluierbar werden, wollen wir dafür eine stabile Datenlage schaffen. Hierfür möchten wir eine Nachhaltigkeitscheckliste etablieren. Sie zählt auch vermeintliche Kleinigkeiten wie getrunkene Tassen Fairtrade-Kaffee, geradelte Kilometer zur Arbeit oder gesparte Auto-Kilometer durch Homeoffice. 2022 dient dabei als Nullmessung.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Unsere weiteren Ziele können wir dann anhand des ersten Status quo formulieren und über die Zeit steigern.
- Wir starten darüber hinaus eine Umfrage: Welche Themen sind unseren Kolleginnen und Kollegen im professionellen Umfeld und privat wichtig bei der Umsetzung von Maßnahmen für die Nachhaltigkeit?
 - o Validierung der Ergebnisse
 - o Ranking der umsetzbaren Maßnahmen
 - o Umsetzung in den nächsten Monaten

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen der Zertifizierung für die WIN-Charta haben wir im November 2022 das erste Mal unsere Umfrage zur unternehmerischen Nachhaltigkeit durchgeführt. Damit wurde erfasst, wie unsere Kolleginnen und Kollegen den aktuellen Status der Nachhaltigkeit in der Agentur einschätzen und welche Möglichkeiten zur Verbesserung sie sehen.

Mit insgesamt 18 Fragen und einer durchschnittlichen Beantwortung von 4,64/6 Punkten ist diese erste Stimmungsanfrage recht positiv.

Höchste Punktzahl: 5,2/6 – Wie wichtig ist es dir, dass wir einen CO2-sparenden Energieversorger nutzen?

Niedrigste Punktzahl: 3,3/6 – Würdest du das Jobrad nutzen?

Nun gilt es, die Optimierungspotenziale zu identifizieren und Maßnahmen für deren Realisierung zu treffen.

Von unseren Kolleginnen und Kollegen würde etwa die Hälfte das Jobrad nutzen, die andere Hälfte nicht. Das ist jedoch bei genauerem Hinsehen der Entfernung zum Arbeitsplatz geschuldet. Daher rührt die geringe Punktzahl für diese Frage. Da sich rund 50 Prozent das Jobrad wünschen, gehört es jetzt zu unseren Corporate Benefits.

In der internen Abstimmung befindet sich daneben auch das Jobticket.



Ebenfalls haben wir abgefragt, ab welcher Entfernung unsere Kolleginnen und Kollegen vom Zug auf das Flugzeug umsteigen möchten und ob Inlandsflüge weiterhin genehmigt werden sollten. Hier arbeiten wir aktuell an neuen Richtlinien.

INDIKATOREN

Indikator 1: Bewertungsdurchschnitt der Umfrage

- Aktuelles Ergebnis, erste Umfrage: 4,64/6
- Bis Mai 2024 sind unsere Umfragewerte so stabil und ist jeder Mitarbeitende mit der unternehmerischen Nachhaltigkeit so zufrieden, dass es keine Ausreißer mehr mit Einzelbewertungen von nur einem Punkt mehr gibt.

Indikator 2: Deutliche Verbesserung durch Quick Wins

- Verbesserung der Umfragewerte in den jeweiligen Fragen durch Umsetzen erster Handlungen.
Jobticket und Jobrad: Verbesserung der Umfragewerte bei den entsprechenden Fragen.

AUSBLICK

Die Umfrage wird nun ein- bis zweimal jährlich wiederholt, um eine repräsentative Basis zu schaffen. Wenn die Maßnahmen, die wir aus den ersten Ergebnissen abgeleitet haben, durchgeführt sind, werden wir tiefer in Details einsteigen und uns deren Optimierung widmen. Durch die ab jetzt kontinuierlichen Umfrageergebnisse bekommen wir ein tieferes Verständnis von der Haltung unserer Kolleginnen und Kollegen und ihren Vorstellungen. Das ermöglicht uns, entsprechend zu steuern.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir sichern und fördern Chancengleichheit bei unseren Neueinstellungen und Fortbildungsbudgets.
- Wir verhindern Diskriminierung und Ausbeutung bei unseren Neueinstellungen, durch unsere flachen Hierarchien bei berechenbarer Führung, durch die Möglichkeit der direkten Rückmeldung zur Führungsebene.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir konnten im letzten Jahr drei Mitarbeitende neu einstellen und hierbei direkt unsere Maßnahmen und Grundsätze umsetzen.

Ausblick:

- Auch für unsere zukünftigen Onboardings und die Zusammenarbeit mit unseren Kolleginnen und Kollegen möchten wir weiterhin Wert auf flache Hierarchien, eine zugängliche Führung und das Arbeiten auf Augenhöhe legen.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Anspruchsgruppen teilen sich auf in Kunden, Dienstleister, Mitarbeitende und deren Angehörige. Flache Hierarchien und unsere agile Wabenstruktur sorgen dafür, dass Entscheidungen unter Berücksichtigung aller Interessen getroffen werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Wabenstruktur (agiles Arbeiten) und feste Teams für die Kundenbetreuung konnten wir im letzten Jahr festigen.

Ausblick:

- Durch Teamtage für jede Wabe möchten wir die Zusammenarbeit weiter optimieren.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ressourcen: Wir kaufen nur umweltschonendes Büromaterial, achten auf recyceltes Druckerpapier und nachhaltige Druckereiprodukte (mit Klimalabel).
- Durch eine für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter öffentliche und einheitliche Ordnerstruktur auf unseren Servern ermöglichen und erleichtern wir allen den Zugang zu allen Dokumenten und Projekten und vermeiden damit unnötige Ausdrücke.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mittlerweile konnten wir alle unsere Einkäufe auf klimaneutrale Alternativen umstellen, so kleben wir unsere Post-its aus Recyclingpapier, haben umweltfreundliche Notizblöcke und achten darauf, auch Kaffee und Kekse in großen Verpackungen und mit dem Siegel Fairtrade zu kaufen.
- Nicht mehr funktionstüchtige Hardware wird fachgerecht entsorgt, um Wertstoffe zu recyceln.

Ausblick:

- Wir werden Dienstreisen weiter reduzieren und noch mehr Kilometer mit der Bahn oder dem Rad reisen.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Büros werden mit Ökostrom versorgt, unsere Server sind klimaneutral gestellt.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unsere Produkte sind Kommunikationsdienstleistungen – insbesondere Strategien und textlicher sowie bildlicher Content vor allem zu Nachhaltigkeitsthemen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unsere Aufgabe ist es, Energiewende- und Klimaschutzengagements sowie nachhaltige Innovationen bei der Energieversorgung, Mobilität und anderen Themen der Daseinsvorsorge unserer Kundschaft bekannt zu machen. Es gilt, unsere Kunden mit ihren gesellschaftlich wie wirtschaftlich für Deutschland relevanten Themen zu positionieren und einen Großteil der Menschen dazu zu motivieren, selbst nachhaltiger zu handeln und sorgsam mit Energie und Wasser umzugehen. Das ist der Kern unseres Geschäfts und fest in unseren Prozessen verankert. Unsere Kunden sind Vorreiter bei der Energie- und Mobilitätswende. Firmen wie die Technische Werke Schussental GmbH & Co. KG (TWS), die Stadtwerke Bad Nauheim, die Stadtwerke Völklingen und der Entsorgungs- und Wirtschaftsbetrieb Landau vertrauen uns.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Stadtwerke Völklingen stellen den Busverkehr zu 100 % auf elektrisch um. Ihr Konzept ist ausgezeichnet. Wir haben sie begleitet.
- Die TWS in Ravensburg wurde für ihr innovatives Mobilitätskonzept und für ihr Konzept zum Ausbau erneuerbarer Energien ausgezeichnet. Zum Beispiel verbleiben 50 % der Gewinne im Unternehmen und werden thesauriert in erneuerbare Energien. Zudem gibt das Unternehmen Genussrechte am Gesamtunternehmen aus. Das eingeworbene Kapital wird für den Ausbau erneuerbarer Energien genutzt. Wir machen seit vielen Jahren die PR-Arbeit für das Unternehmen. Der Entsorgungs- und Wirtschaftsbetrieb Landau zählt zu den innovativen Entsorgern in Form einer Anstalt öffentlichen Rechts. Er ist wegweisend für die Branche in seinem Nachhaltigkeitsengagement und seiner Öffentlichkeitsarbeit. Wir sind dankbar dafür und stolz darauf, diese seit vielen Jahren für das Unternehmen konzipieren und umsetzen zu dürfen.

Ausblick:

- Auch weiterhin möchten wir unseren Kunden durch unsere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit ihren relevanten Themen zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen und mehr Menschen dafür gewinnen, selbst nachhaltiger zu leben und Energiewendeprojekte zu akzeptieren.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unternehmensgewinne reinvestieren wir ins Unternehmen. Oberstes Ziel ist immer die nachhaltige und gesunde Profitabilität der Agentur.



Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir investieren Unternehmensgewinne direkt wieder in unsere Kolleginnen und Kollegen. Neben ergonomischen Arbeitsmöbeln finanzieren wir so auch Schulungen, Fortbildungen und Seminare.
- Wir bezahlen unseren Kolleginnen und Kollegen auch die Tickets für wichtige Messen wie die Intersolar oder das Forum Neue Energiewelt. So bleiben wir auf dem neuesten Stand, was nachhaltige und technische Innovationen angeht.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Kunden gewinnen wir in erster Linie über Weiterempfehlung von Kunden und durch Ausschreibungen, bei denen wir im Wettbewerb mit anderen Anbietern stehen. Persönliche Vorteilnahme oder Bestechung findet nicht statt.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir schaffen Arbeitsplätze in der Region, Ausbildungsplätze (z. B. im Rahmen des dualen Studiums) und fördern die Nachhaltigkeit, indem wir die Innovationen unserer Kunden bekannt machen.
- Wir beauftragen vorrangig lokale und nachhaltig agierende Dienstleister.
- Wir kaufen für Büroalltag und Arbeitsalltag lokal ein.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESE PROJEKTE UNTERSTÜTZEN WIR

Projekt 1

Geldspende an den Biotopverbund Bodensee für Prof. Peter Berthold

Im Biotopverbund Bodensee ist 2003 das Projekt „Jeder Gemeinde ein Biotop“ gestartet, das seither über 100 Biotope realisiert hat. Mittlerweile läuft das Projekt in fast jedem Bundesland sehr erfolgreich, in Bayern etwa finanziert mit 3 Mio. €.

Unseren Ansprechpartner Prof. Dr. Peter Berthold kennen wir persönlich, er hat den Biotopverbund Bodensee mit der Heinz Sielmann Stiftung ins Leben gerufen und sagt zum Projekt:

„Dieses Projekt ist das Einzige seiner Art und für unsere Vogelwelt und darüber hinaus für die Stabilisierung der gesamten Biodiversität mit Abstand das Beste, was derzeit in Deutschland getan wird.

Von unseren Maßnahmen wie dem „Heinz-Sielmann-Weiher“ mit angrenzendem Biotopmosaik profitieren jährlich bis zu 25.000 Vogelindividuen von über 70 verschiedenen Arten.

Würde das Fernziel „Jeder Gemeinde ein Biotop“ erreicht, würde in den über 10.000 „Oasen aus Menschenhand“ mehr als die Hälfte der bei uns verbliebenen rund 120 Mio. Vogelindividuen profitieren.

Wenn der Biotopverbund richtig in Gang kommt, könnte er einen wichtigen Beitrag für den Erhalt der Biodiversität in unserem Land leisten und verhindern, dass wir wirklich eines Tages einen „stummen Frühling“ erleben werden.“

Mehr Informationen unter:

<https://www.mpg.de/biotopverbund-deutschland>

Projekt 2

Geplant war: Geldspende und Zeitspende an den Imkerverein Glottertal e. V. zur Förderung des Projektes Jungbrunnenhonig

Alternative: Geldspende und Zeitspende an den Imkerverein Glottertal e. V. zur Förderung des Biodiversitätsgartens im Glottertal

Das neue Pflegeheim Glottertal der Caritas eröffnete im März 2022 mit 70 Plätzen. Wir wollten mit dem Imkerverein Glottertal e. V. zwei Bienenvölker in deren Garten stellen, um sie mit den Bewohnern gemeinsam zu bewirtschaften. Der Honig würde dem Frühstücksbuffet zur Verfügung gestellt, Überschuss unter dem Namen Jungbrunnenhonig vermarktet und der Erlös gespendet.



Leider musste das Pflegeheim im Winter 2022 wegen Personalmangels schließen. Noch immer ist nicht absehbar, wann das Pflegeheim wieder öffnen kann. Daher haben wir uns entschieden, eine Alternative zu unterstützen, bevor die Bienenvölker ein leeres Haus flankieren.

Der Imkerverein betreut einen großen Lehrgarten für Biodiversität, welcher für Veranstaltungen Schulen und Kindergärten sowie Passanten offensteht. Einige Instandsetzungsaktionen stehen an, genauso wie die Organisation von Lehrveranstaltungen und das Herstellen neuer Schilder. Hierfür möchten wir unsere Geld- und Zeitspende aufbringen.

Sollte das Pflegeheim wieder öffnen, so realisieren wir unser ursprüngliches Vorhaben als WIN-Projekt des kommenden Jahres.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Projekt 1

Geldspende an Sielmanns Biotopverbund Bodensee

Budget: 1.000 € gemeinsam mit Solar Consulting

Projekt 2

Geldspende und Zeitspende an Imkerverein zur Förderung des Projektes Jungbrunnenhonig

Budget: 1.000 € gemeinsam mit Solar Consulting

Zeitlicher Aufwand unserer Mitarbeiterin: 80 Stunden pro Jahr

- Unkrautjäten, Gießen, Gartenarbeiten
- Veranstaltungen, Lehrbesuche Kindergärten und Schulen
- Didaktisches Konzept weiterbearbeiten

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Durch unsere Spenden an Sielmanns Biotopverbund Bodensee und an den Imkerverein Glottertal fördern wir direkt die Biodiversität im Land Baden-Württemberg und die Sensibilisierung der Menschen, die hier leben. Beide Einrichtungen bieten Führungen an, machen Öffentlichkeitsarbeit für die Sache und fördern so den Fokus auf nachhaltiges Leben.

Die Veranstaltungen, die Öffentlichkeitsarbeit und die Kultivierung von Biotopen und von Biodiversität zahlen direkt in das WIN-Schwerpunktthema nachhaltige Entwicklung ein.

AUSBLICK

In unserem zweiten Jahr mit der WIN-Charta planen wir, von unseren Kolleginnen und Kollegen Vorschläge anzunehmen und so ein lokales Projekt zu fördern, das uns auch privat am Herzen liegt. Wünschenswert wäre es darüber hinaus, dass das Glottertaler Pflegeheim öffnen kann und unsere turnit-Pressewerk-Bienen tatsächlich fliegen. Sollte dem nicht so sein, wäre die weitere Unterstützung des Biodiversitätsgartens natürlich weiterhin eine Option.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin

Nicola Torres Alberich

Telefon: +49 71 29 93 826-11

E-Mail: torres-alberich@pressewerk.com

Impressum

Herausgegeben am 01.09.2023 von

turnit Pressewerk GmbH

Kohlstetter Straße 9

72829 Engstingen

Telefon: +49 7129 93826-0

E-Mail: info@pressewerk.de

Internet: www.pressewerk.com



turnit Pressewerk