



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2023

DIE REGIONAUTEN



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	4
Leitsatz 07 – „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“	4
Leitsatz 11 – „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“	5
5. Weitere Aktivitäten	6
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	6
Umweltbelange	7
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	8
Regionaler Mehrwert	8
6. Unsere WIN!-Projekte	9
7. Kontaktinformationen	10
Ansprechpartner	10
Impressum 2023	10

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

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

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

Die Regionauten sind die beiden Geschäftsführer Harald Kühl und Felix Pfäfflin – und seit Oktober 2023 unsere fester Mitarbeiter Valentin Rickert. Dazu arbeiten wir je nach Aufgabenstellung mit einem Team aus rund 15 freien Mitarbeitenden sowie mit unseren Partner-Agenturen.

www.die-regionauten.de

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Nachhaltigkeitsbericht 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 von WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN-CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, 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 WIN-Charta Unternehmen finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/ueber-die-win-charta>.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

WIN-Charta Unternehmen seit: 17.09.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSA NSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

NACHHALTIGKEITSA NSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN-Charta Projekt: Konstanz klimapositiv / Klimperquatschen

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima
 Ressourcen
 Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität
 Integration

Art der Förderung:

- Finanziell
 Materiell
 Personell

Umfang der Förderung: ca. 120 Stunden

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE 2023 BESONDERS WICHTIG SIND

Diese beiden Leitsätze sehen wir als kleines Unternehmen als wirksame Hebel unseres nachhaltigen Handelns. Wir haben 2023 eine neue Stelle geschaffen und unseren ersten Mitarbeiter fest angestellt. Und wir engagieren uns weiterhin intensiv und ehrenamtlich Sozial-, Kultur- und Umweltbereich und gestalten im Rahmen unserer Möglichkeiten unsere Region nachhaltig mit.

Leitsatz 07 – „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

ZIELSETZUNG

Wir suchen zur Inspiration aktiv den kollegialen Austausch mit befreundeten Agenturen, verfolgen die relevanten fachlichen Diskurse und wenden immer wieder neue Methoden, Formate und Instrumente an. Einschlägige Ausschreibungsplattformen haben wir im Blick und beteiligen uns mehrmals jährlich an größeren öffentlichen Ausschreibungen.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unser Mitarbeiter bleibt mindestens mittelfristig im Unternehmen und wir bieten ihm fachliche und finanzielle Entwicklungsperspektiven.
- Durch den neuen Mitarbeiter haben die Geschäftsführer 2024 mehr Kapazitäten für Akquisemaßnahmen. Aktuell sind wir an mehreren Ausschreibungen beteiligt.
- 2024 nimmt unser neuer Mitarbeiter an einer Fortbildungsreihe zu Text und Lektorat teil. Ein Geschäftsführer nimmt an mehreren Branchen- und Vernetzungstreffen und Tagungen teil.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Quartalsweise Personalgespräche
- Zielvereinbarungen und Fortbildungspläne

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Unser Mitarbeiter und wir haben den Vertrag nach der Probezeit verlängert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Wir ermöglichen dem Mitarbeiter auf eigenen Wunsch eine 60-Prozent-Stelle.
- Zielvereinbarungen und Fortbildungspläne

INDIKATOREN

Zentrale Indikatoren sind die Mitarbeiterzufriedenheit (wird im Personalgespräch abgefragt) und der Unternehmensumsatz.

AUSBLICK

Wir setzen die skizzierten Maßnahmen systematisch fort.

Leitsatz 11 – „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

ZIELSETZUNG

Konstanz zeichnet sich durch ein hohes Maß an ehrenamtlichem Engagement und gesellschaftlicher Innovationskraft aus. Die Akteurinnen und Akteure sind jedoch vielen Menschen nicht bekannt. In unserer Talkshowreihe „Klimperquatschen“ stellen wir jeweils zwei Engagierte vor, die unsere Region aktiv mitgestalten (siehe dazu auch unser Win!-Projekt 2023).

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Konzeption 2016
- Zwei jährliche Ausgaben seit 2016
- Begleitende Medienarbeit

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Der Bedarf an unterhaltsamen Infotainment-Formaten in Konstanz ist groß. Die Veranstaltung ist mit rund 120 Besucherinnen und Besuchern immer ausgebucht bzw. voll besetzt. Die Veranstaltung findet Resonanz in den lokalen Medien und ist bei vielen zentralen Akteurinnen und Akteuren bekannt.

INDIKATOREN

Besucherinnen und Besucher, Medienresonanz

AUSBLICK

Wir setzen die Talk-Reihe in den kommenden Jahren fort.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

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

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

Ziele und geplante Aktivitäten

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

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

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

Ziele und geplante Aktivitäten

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

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

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

Ziele und geplante Aktivitäten

- Wir wollen die Zielgruppen unserer Kommunikationsarbeit noch stärker in die Entwicklung der Maßnahmen einbeziehen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Als Kommunikationsagentur entwickeln wir mit unseren Kunden Werbemittel. Immer seltener sind dies noch Printprodukte. Bei der Produktion beraten wir unsere Kunden bzgl. der Nachhaltigkeit in der Produktion, setzen auf ökologisch zertifizierte oder ökologisch ausgerichtete und wann immer möglich auf regionale Lieferanten. Wir analysieren mit unseren Kunden verstärkt, welche Werbemittel überhaupt produziert werden müssen. Mit jedem Verzicht verringern wir die Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen.

Ziele und geplante Aktivitäten

- Fortlaufende Auflistung der produzierten Werbemittel seit 2018
- Anfrage nach den produktionsbedingten CO₂-Emissionen der Produkte bei Lieferanten
- Erfassung der produktionsbedingten CO₂-Emissionen soweit ermittelbar
- Unsere Kunden verringern ihren CO₂-Fußabdruck durch weniger Produktionen. Unsere Lieferanten werden sensibilisiert hinsichtlich des ökologischen Fußabdrucks ihrer Produkte, sie bekommen einen Anreiz, die CO₂-Emissionen transparent zu machen.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

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

Ziele und geplante Aktivitäten:

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

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Langfristig wollen wir als Betrieb klimaneutral werden, Die Teilnahme an einem studentischen Projekt der HTWG Konstanz 2020/21 unter Leitung von Prof. Sippel zur Erfassung der CO₂-Emissionen hat uns dafür wichtige Grundlagen geliefert.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Weiterhin Ansätze zur Reduktion und Kompensation auf Grundlage des HTWG-Berichts
- Weiterhin Wärmebedarf durch Heizen: In der kalten Jahreszeit (November bis März) verzichten wir komplett auf die Nutzung unseres Besprechungsraums
- Weiterhin Dienstfahrten: Für nahezu alle Dienstfahrten nutzen wir die Bahn. Von Konstanz aus sind einige Ziele jedoch mit dem ÖPNV nur unter großem Zeitverlust zu erreichen. Für diese Fahrten nutzen wir private E-PKW.

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Schwerpunktthema 2023

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

In den vergangenen Jahren sind Umsatz und Gewinn kontinuierlich gewachsen. Wir planen solide, mittel- bis langfristig und bilden stets Rücklagen. Wir handeln wirtschaftlich nachhaltig, unsere Gehälter sind moderat, wir legen seit je her Rücklagen an. So ist unsere Agentur mittelfristig finanziell gesichert. Bereits 2020 sind wir zur nachhaltigen GLS-Bank gewechselt, weil FAIRänderung jeden Euro braucht.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

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

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Schwerpunktthema 2023

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Wir wollen alle Anspruchsgruppen unserer Agentur für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren. Die Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit thematisieren wir verstärkt beim kollegialen Austausch mit anderen Agenturen. Dies soll uns und unseren Gesprächspartnern helfen, neue Perspektiven einzunehmen und neue Aspekte und Ansatzpunkte zu erkennen.

6. Unsere WIN!-Projekte

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

DIESE PROJEKTE UNTERSTÜTZEN WIR

Die Regionauten laden zweimal im Jahr zum Klimperquatschen. Die Idee hinter unserem Talk-Show-Format in der Bar Klimperkasten: Zwei Menschen kommen ins Gespräch, die auf ihre Weise das Zusammenleben in unserer Stadt prägen. Bei der Premiere 2016 waren der damalige Polizeipräsident Ekkehard Falk und die Puppenschauspielerin Magdalene Schäfer zu Gast. Es folgten Daniel Eblen (ehemaliger Trainer der Handballmannschaft) und Elke Großkreutz (Gemeinschaftsschulleiterin), Eric Thiel (Geschäftsführer Stadtmarketing) und Vera Hemm (Autorin, Ex-Gemeinderätin), Katharina Müller und Martina Vogl (Unternehmerinnen), Ulrich Rüdiger (Ex-Uni-Rektor) und Beat Fehlmann (Ex-Philharmonie-Intendant), Claudia Zähringer (Fasnachterin) und Yasin Amin (Rapper), Ruth Bader (Geschäftsführerin Bodenseeforum) und Armin Nagel (Pfarrer Bodanrückgemeinden), Kerstin Kriegelstein (damalige Uni-Rektorin) und Insa Pijanka (damalige Philharmonie-Intendantin), Hakan Sanli (Café Mondial) und Julian Kratzer (Fridays for Future), Be Ignacio (Umweltaktivistin und Musikerin) und Georg Herrenknecht (Lehrer und Musikant), Patrick Romer (Landwirt, Bauer sucht Frau) und Nadin Weltin (Caritas Konstanz), Michael Lünstroth (Journalist) und Petra Rietzler (Politikerin), Petra Hinderer (Gründerin des Konstanzer Hospiz) und Dagmar Ender (Auktionatorin und Organsiatorin von Benefizevents), Claudius Marx (damaliger IHK-Geschäftsführer) und Karin Becker (Theaterintendantin).
<https://www.die-regionauten.de/Referenzen/Kultur/Klimperquatschen/>

Daneben sind wir weiterhin aktiv für **Konstanz klimapositiv** (s.u., <https://konstanz-klimapositiv.de/>).

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

14. Ausgaben zu regional relevanten Themen und Menschen, 28 Talk-Gäste, insgesamt rund 2.000 Besucherinnen und Besucher

AUSBLICK

Das **Klimperquatschen** wird weiterhin zweimal jährlich stattfinden.

Und: Wie in den Jahren zuvor werden wir auch 2023 aktiv für **Konstanz klimapositiv** sein (<https://konstanz-klimapositiv.de/>). Die Stadt Konstanz soll bis 2030 klimapositiv werden, also der Umwelt mehr Treibhausgase entziehen, als wir verursachen. Auf dem Weg dahin wollen wir Politik, Verwaltung und Stadtgesellschaft mit Druck, Knowhow und Ideen begleiten – und das mit einer breiten Unterstützung der Konstanzer*innen. Wir streiten dabei nicht um Jahreszahlen. Keiner weiß, ob es uns gelingt, bis 2030 klimapositiv zu werden. Aber wir wissen: Je später wir damit anfangen, desto schwieriger wird es. Die Aufgaben der ehrenamtlichen Gruppe erfordern einerseits Fachkenntnis und andererseits Öffentlichkeitsarbeit. Wir bringen uns v.a. mit unserer Fachkenntnis aus diversen Projekten im Bereich Klima- und Umweltschutz sowie mit unserer Kompetenz im Bereich Nonprofit-Kommunikation ein.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

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



Impressum 2023

Die Regionauten
Telefon: +49 (0)7531/3698943
mail@die-regionauten.de
www.die-regionauten.de

