

**sympra...**

Agentur für Public Relations



# WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2021

SYMPRA GMBH (GPRA)



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen .....</b>	<b>5</b>
Leitsatz 04: Ressourcen.....	5
Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert.....	6
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken.....	7
<b>5. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>9</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden .....	9
Umweltbelange.....	10
Ökonomischer Mehrwert.....	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	11
Regionaler Mehrwert.....	12
<b>6. Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>13</b>
<b>7. Kontaktinformationen .....</b>	<b>14</b>
Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner.....	14
Impressum .....	14

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Sympra ist eine Agentur für Public Relations mit Sitz in Stuttgart und Büros in München und Berlin. Für unsere Kunden sind wir konzeptions- und umsetzungsstarke 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 sind wir Strategiefinder, Kreativitäts- und Kapazitätsverstärker, Sparringspartner oder Ideengeber für die Öffentlichkeitsarbeit.

Die Sympra GmbH (GPRA) ist eine inhabergeführte Agentur und wurde 1992 gegründet. Zurzeit zählt das Sympra-Team rund 20 Mitarbeiter, Geschäftsführer sind 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.

## 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. 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 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 Aktivitäten und 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 unserer Arbeit 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.“*

# DIE WIN-CHARTA

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“*

## ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig](http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig).

## 3. Unsere Schwerpunktt Themen

### KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- 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. Dennoch versuchen wir, uns weiter kontinuierlich zu verbessern und unser Handeln immer wieder zu hinterfragen. Darum möchten wir dem Leitsatz 04: „Ressourcen“ in unserem Zielkonzept besondere Aufmerksamkeit schenken, um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess anzustoßen, der langfristig zu einer immer umweltfreundlicheren Unternehmenskultur führt.

Seit mittlerweile fast 30 Jahren haben wir unseren Firmensitz in Stuttgart. 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.

## 4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

### Leitsatz 04: Ressourcen

#### WO STEHEN WIR?

Ressourcenschonung ist uns schon lange ein Anliegen. Vor allem der effiziente Umgang damit und das Heben von Sparpotenzialen hat in unserer täglichen Arbeit einen hohen Stellenwert. Aktuell treibt uns vor allem das Thema Plastikvermeidung um. Deshalb haben wir Anfang 2020 einen Wasserspender angeschafft und engagieren eine Köchin, die frisch, vegetarisch, möglichst regional und umweltfreundlich für uns kocht, um Abfall durch Lieferungen beim Mittagessen zu vermeiden. Wir nutzen ausschließlich ökologisch abbaubare Reinigungsmittel und sparen Papier, wo es geht. Außerdem haben wir eine Sammelbox für Druckerpatronen, um diese umweltgerecht zu entsorgen. Unseren Fuhrpark haben wir auf Hybrid-Fahrzeuge umgestellt und eine Wallbox an unserer Agentur installiert. Wir beziehen 100 % Ökostrom.

#### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Auch, wenn wir schon viel tun, können wir uns beim Thema Ressourcenschonung noch verbessern. Wir wollen Büromaterialien noch strenger auf das Notwendige reduzieren und die Umweltfreundlichkeit der benötigten Materialien steigern. Auch unseren Abfall wollen wir weiter reduzieren und unsere Kollegen und Kolleginnen für eine Abfalltrennung sensibilisieren, die ausnahmslos passgenau ist. Wichtig ist auch die Verbesserung der Abfalleffizienz – das Motto „reduce, reuse, recycle“ ist in Zukunft handlungsleitend. Die Digitalisierung der Arbeitsabläufe hat uns dafür sensibilisiert, dass wir unseren Papierverbrauch weiter senken können.

#### DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Entwicklung eines Konzepts zur konsequenteren Abfalltrennung bis Mitte des Jahres 2021.
- Wir werden den Ist-Zustand der Menge unseres Plastikabfalls pro Monat erfassen. Bis zur Berichterstattung wollen wir diese Menge um mindestens 20 Prozent reduzieren.
- Außerdem werden wir den Ist-Zustand unseres Papierverbrauchs pro Woche erfassen. Auch hier haben wir das Ziel, den Verbrauch um mindestens 20 Prozent zu senken.
- IT-Geräte wie PCs und Laptops wollen wir zukünftig möglichst „refurbished“ kaufen.
- Bis zur Berichterstattung wollen wir im Rahmen unseres WIN-Projekts (s. u.) und anlässlich unseres Firmenjubiläums insgesamt 30 Bäume in der Region pflanzen.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

## Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert

### WO STEHEN WIR?

Mit unserer Kommunikationsarbeit machen wir die Innovationskraft regionaler Unternehmen sichtbar und verständlich. Wir engagieren uns ehrenamtlich in unterschiedlichen Verbänden, Gremien und Vereinen und unterstützen auch unsere Mitarbeiter im Ehrenamt. So helfen wir beispielsweise seit vielen Jahren dem Förderkreis krebskranke Kinder e.V. Stuttgart durch Kommunikationsarbeit. Außerdem bieten wir Künstlerinnen und Künstlern unsere Agenturräume als Bühne an. Bei Vernissagen, Ausstellungsführungen und auf unseren Social-Media-Kanälen machen wir ihre Kunstwerke noch sichtbarer. Außerdem engagieren wir uns für die Nachwuchsförderung in der Region und setzen uns für die ökologische Nachhaltigkeit der Region ein, indem wir unseren städtischen Agenturgarten umweltfreundlich gestalten – mit Bienenwiese und Insektenhotels.

2020 haben das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Diakonie und Caritas unser soziales Engagement zum vierten Mal in Folge gewürdigt.

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir achten bei der Beschaffung von Materialien stets auf Regionalität. Ein wichtiger Schritt im Veränderungsprozess ist die Einstellung einer Köchin, die regional für uns kocht. Dadurch schaffen wir, neben dem Mehrwert für unsere Ernährung, einen Mehrwert für die lokale Wirtschaft, sparen Verpackungsabfälle und generieren außerdem einen zusätzlichen Arbeitsplatz.

Unser Know-how und unsere Erfahrungen geben wir gerne an junge Menschen weiter – ob an die Praktikant\*innen und Trainees, die wir regelmäßig ausbilden, oder an Studierende, die wir in Form von Lehraufträgen, Vorlesungen und Seminaren an verschiedenen Hochschulen Einblicke in die Welt der PR geben. Deshalb fördern wir u.a. die Studierendeninitiative PRIHO e.V. der Universität Hohenheim und werden unser Engagement für die Nachwuchsförderung auf hohem Niveau beibehalten.

### DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Engagement einer Köchin, die frisch, vegetarisch und regional für uns in der Mittagspause kocht. Dadurch schaffen wir einen Arbeitsplatz in der Region und fördern die lokale Wirtschaft.
- Wir übernehmen einen Lehrauftrag, sind Sponsoren einer Absolventenfeier und wollen eine weitere universitäre Veranstaltung unterstützen.



## Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### WO STEHEN WIR

Wir versuchen, intern und extern Anreize zum Umdenken zu setzen. Unsere Kolleginnen und Kollegen regen wir dazu an, die Impulse zum nachhaltigen Handeln in allen drei Dimensionen auch in ihrem privaten Umfeld umzusetzen. Andersherum wollen wir sie ermutigen, Ideen aus dem privaten Umfeld mit in die Agentur zu bringen. Unser Kollegium wird kontinuierlich über unseren Nachhaltigkeitsprozess informiert und in die Weiterentwicklung einbezogen.

Auf unserem Blog sowie über unsere Social-Media-Kanäle geben wir anderen Unternehmen und Agenturen Anreize zum Umdenken, indem wir das Thema Nachhaltigkeit platzieren.

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei Sympra das Umdenken im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu erleichtern und dieses langfristig in der Agentur zu verankern, begleiten zwei Nachwuchskolleginnen den Prozess mit narrativen Methoden: Hierbei werden Geschichten eingesetzt, um es den Beteiligten zu ermöglichen, den Veränderungsprozess zu erkennen, ihn ggf. in einer neuen Perspektive zu sehen und ihm positiv zu begegnen. Im Zentrum steht, über Narrative eine Anschlussfähigkeit an die Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen herzustellen und das Vorstellungsvermögen anzusprechen.

Eine erfolgreiche Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts beruht maßgeblich auf der Identifikation des Sympra-Teams mit der Strategie und den dazugehörigen Maßnahmen. Hier eignet sich die narrative Gesprächs- bzw. Interviewführung als Analysetool, um mögliche Identifikationspotenziale ebenso wie mögliche Widerstände im Team frühzeitig zu erkennen. Es lassen sich Projektionsangebote schaffen, indem die Bedürfnisse und Gedanken des Teams erfasst und in den Prozess miteinbezogen werden. Die Geschichten sollen die konkreten Maßnahmen so an die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen kommunizieren, dass diese an eigene Erfahrungen anknüpfen können. Idealerweise entsteht so der Anschluss an individuelle Erfahrungen und Verständnisse, sodass die Bindung zu den Botschaften des Unternehmens wächst und ein gemeinsamer Bezugsrahmen für die Strategie entsteht. Die Entwicklung von Erfolgsnarrativen zeigt auf, welche Meilensteine bereits erreicht werden konnten. Die methodische Begleitung erfolgt über dafür entwickelte Workshop-Formate.

Wir wollen Nachhaltigkeit in der Branche weiterhin präsent machen und ihre Umsetzung in Agenturen fördern, z. B. durch die Teilnahme am WIN-Charta-Prozess und Beiträge zu Nachhaltigkeitsthemen in unseren Kommunikationskanälen.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Intern:
  - Methodische Begleitung des Veränderungsprozesses
    - Umsetzung der narrativen Gesprächs- bzw. Interviewführung als Analysetool durch zwei Nachwuchskolleginnen
    - Entwicklung und Umsetzung von Workshop-Formaten
- Extern:
  - Mindestens fünf Beiträge zum Thema Nachhaltigkeit in unternehmenseigenen Kanälen oder Branchenmedien
  - Information der Öffentlichkeit über unser Engagement durch WIN-Charta-Berichterstattung

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

#### LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Jegliche Diskriminierung wird bei uns verhindert. Unser Ziel ist die Erhaltung dieses Zustandes und die Förderung unserer Diversität.
- Wir stellen weiterhin über alle hierarchischen Ebenen sicher, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die betrieblichen Entscheidungsprozesse eingebunden sind und ihre Ideen angemessen berücksichtigt werden.
- Es herrscht das Prinzip der offenen Tür.
- Wir ermöglichen weiterhin Arbeitszeitmodelle für bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine ausgewogene Work-Life-Balance.

#### LEITSATZ 02 –WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir ermöglichen weiterhin flexible Arbeitszeiten, Gleitzeit sowie unterschiedliche Teilzeitmöglichkeiten.
- Wir bieten unseren Mitarbeitenden drei Mal in der Woche eine von unserer Köchin frisch zubereitete Mahlzeit an.
- Wir wollen unsere Fluktuationsrate auf dem bestehenden niedrigen Niveau halten.
- Wir wollen weiterhin die Nutzung der vielfältigen Weiterbildungsangebote fördern.

#### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir haben 1) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 2) Kundinnen und Kunden sowie 3) Dienstleisterinnen und Dienstleister als unsere wesentlichen Anspruchsgruppen identifiziert.
- Unser Ziel ist weiterhin die verbindliche Einhaltung der im Qualitätshandbuch festgelegten Qualitätsstandards – im Hinblick auf präzise recherchierten und zielgruppengerecht erstellten Content oder hinsichtlich des Umgangs mit Partner\*innen, Journalist\*innen und Dienstleister\*innen.
- Unser Ziel ist es, unseren Kunden und Kundinnen die maximale Unterstützung zu geben und eine reibungslose Integration unserer Dienstleistung in ihre Abläufe zu ermöglichen.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN → SCHWERPUNKTTHEMA

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Um unseren Stromverbrauch im Gesamtbetrieb zu reduzieren, achten wir besonders auf die Nutzung des Standby-Modus (z. B. während Pausen).
- Wir werden weiterhin 100 % Ökostrom nutzen.
- Unser Ziel ist, unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu berechnen und zu kompensieren.
- Autofahrten wollen wir weiterhin auf das notwendige Minimum reduzieren, E-Mobilität und ÖPNV sollen wo möglich genutzt werden.

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Den sehr offenen und auch von unseren Kund\*innen geschätzten Dialog wollen wir weiterhin pflegen und verbessern.
- 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 wollen wir aufrechterhalten.
- Wir erfüllen alle unsere Aufgaben mit einem Höchstmaß an Qualität. Als eine der ersten Agenturen in Deutschland haben wir uns 2020 nach dem internationalen Consultancy Management Standard (CMS III) zertifizieren lassen. Diesen hohen Standard behalten wir bei.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir verfolgen weiterhin auf allen Ebenen langfristige Strategien, die uns ein gutes Wirtschaften ermöglichen und unser Geschäftsmodell auf Dauer funktionstüchtig machen.
- Wir reinvestieren alle Gewinne ins Unternehmen.
- Wir wollen alle vakanten Stellen unter Berücksichtigung der Diversität besetzen.

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

# WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir machen mit unserer Kommunikation die nachhaltigen und innovativen Produkte unserer Kund\*innen sichtbar.
- Wir teilen nachhaltige Innovationen unserer Kunden auch über unsere eigenen Kanäle, um sie noch präsenter zu machen.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Alle Betriebsinvestitionen werden in Hinblick auf ökologische Kriterien (Umweltfreundlichkeit) überprüft. Umweltfreundliche Alternativen werden bevorzugt.
- Mindestens einmal im Jahr werden die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres durch die Geschäftsleitung den Mitarbeitenden transparent dargestellt.
- Größere Investitionsentscheidungen werden vorab durch die Geschäftsleitung vorgestellt, dem Feedback der Mitarbeitenden wird hierbei eine hohe Gewichtung beigemessen.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Alle wichtigen strategischen Entscheidungen werden entlang unserer ethischen Prinzipien getroffen.
- Wir pflegen einen offenen Dialog mit Mitarbeitenden, Kund\*innen und allen anderen Partner\*innen.
- Wir orientieren unser Handeln an Branchenkodizes wie dem Kommunikationskodex und engagieren uns im Deutschen Rat für Public Relations (DRPR), um Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation von Organisationen mit Öffentlichkeiten zu benennen und gegebenenfalls zu rügen.
- 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.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## **Regionaler Mehrwert**

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT → SCHWERPUNKTTHEMA

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN → SCHWERPUNKTTHEMA

## 6. Unser WIN!-Projekt

### DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Mit 38,4 Prozent der Landesfläche ist Baden-Württemberg nach Bayern die walddreichste Region Deutschlands. Unsere Wälder haben jedoch mit Dürre, Hitze, Stürmen und dem hartnäckigen Borkenkäfer zu kämpfen. Laut Waldzustandsbericht 2020 werden 46 Prozent der Fläche als deutlich geschädigt eingestuft wird. Forstminister Peter Hauk sagte bei der Vorstellung des Berichts, dass ein noch nie dagewesenes Schadniveau seit Beginn der Waldzustandserhebung erreicht wurde. Jeder fünfte Baum unseres Waldbestands gilt heute als geschädigt.

Im Jahr 2022 feiert Sympra das 30-jährige Firmenjubiläum. Dies wollen wir uns zum Anlass nehmen, um bis zum Ende des Jubiläumsjahres insgesamt 30 Bäume in der Region zu pflanzen. Die Bäume möchten wir an verschiedenen Orten verteilen – in unserem Agenturpark, in Gärten von Kolleginnen und Kollegen, bei städtischen Bauprojekten sowie bei Aufforstungsaktionen. Dabei handelt es sich um größere Gehölze, nicht um Setzlinge.

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Ein Teil der Umsetzung des Projekts erfolgt durch die Mithilfe des Kollegiums – zum Beispiel, wenn wir gemeinsam einen Baum in unserem Agenturpark pflanzen, oder sie jeweils einen in ihrem Garten. Der andere Teil der Umsetzung erfolgt durch Spenden für Bäume im öffentlichen Raum.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner**

Veronika Höber

[veronika.hoeber@sympra.de](mailto:veronika.hoeber@sympra.de)

0711/947670

Veit Mathauer

[veit.mathauer@sympra.de](mailto:veit.mathauer@sympra.de)

0711/947670

Lisa Curdes

[lisa.curdes@sympra.de](mailto:lisa.curdes@sympra.de)

0711/947670

### **Impressum**

Herausgegeben am 21.06.2021 von

Sympra GmbH (GPRA)

Stafflenbergstraße 32, 70184 Stuttgart

Telefon: 0711/947670

E-Mail: [pr@sympra.de](mailto:pr@sympra.de)

Internet: [www.sympra.de](http://www.sympra.de)

**sympra...**

**Agentur für Public Relations**