

**ÖkoMedia GmbH**

**Umwelterklärung 2015**

## **Nachhaltiges Handeln**

ÖkoMedia hat den Anspruch, eine der nachhaltigsten Kommunikationsagenturen Deutschlands zu sein. Seit über 25 Jahren besteht unsere Kompetenz darin, mit innovativen und kreativen Kommunikationsleistungen Menschen zu einem umweltgerechten und nachhaltigen Verhalten zu motivieren. Wir konnten in den letzten zweieinhalb Jahrzehnten viel bewegen und bewirken. Zahlreiche erfolgreiche Kampagnen, Medien und Aktionen belegen dieses. Deshalb sehen wir es als eine Verpflichtung an, dass unsere Agentur selbst in Sachen Umwelt voran geht und ein Umweltmanagementsystem hat. Einen vom Umweltministerium Baden-Württemberg geförderten EMAS-Konvoi brachten wir 2011 erfolgreich zum Abschluss und wurden erstmals validiert. Da unsere Umweltbelastungen vergleichsweise gering sind, lag der Fokus bei unserer Umwelterklärung vor allem bei den indirekten Umweltauswirkungen. Daran hat sich nichts geändert. Auch in der aktuellen Umwelterklärung wird sichtbar, wie wir den Umweltschutz ganzheitlich im Blick haben.

Jürgen Meissner  
Geschäftsführender Gesellschafter  
ÖkoMedia GmbH

# 1 – Unternehmensprofil

**ÖkoMedia GmbH** zählt zu den Pionieren der Nachhaltigkeitskommunikation. Seit 1990 entwickeln wir ganzheitliche Konzepte und Kommunikationsstrategien. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen vor allem in den Themen Energie, Klimaschutz, Mobilität, Stadtentwicklung, Bildung sowie nachhaltige Entwicklung. Zu den Auftraggebern zählen Ministerien, Verbände, Landkreise, Städte, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen. ÖkoMedia ist eine inhabergeführte Agentur.

Unser Team umfasst derzeit sieben feste und eine Vielzahl freier Mitarbeiter. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein wird bei ÖkoMedia gelebt. Die Agentur ist Mitglied beim Modell Hohenlohe – Netzwerk betrieblicher Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften e.V. und der Geschäftsführer von ÖkoMedia ist unter anderem Gesellschafter der gemeinnützigen Gesellschaft „Fairventures Worldwide – generationengerechtes Wirtschaften“. Projektbezogen arbeitet ÖkoMedia u. a. mit Forschungs- und Beratungsunternehmen, Markt- und Meinungsforschern, Regisseuren, Moderatoren, Künstlern, Wissenschaftlern, Filmemacher, Fotografen sowie Kongress- und Messeveranstaltern zusammen – auch international.

## 1.1 Kommunikationsagentur mit klarem Profil

ÖkoMedia ist eine Fullservice-Agentur mit klarer inhaltlicher Ausrichtung. Das Leistungsspektrum erstreckt sich von der strategischen Beratung, über die Entwicklung und Durchführung von Kommunikationskampagnen bis hin zu Bildungsprojekten in Schulen. Die Nachhaltigkeit ist zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Mit dem Eintritt in die Agentur verpflichten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachhaltigem Handeln in allen Arbeitsprozessen Rechnung zu tragen. Das ÖkoMedia-Team will die Bewusstseinsbildung für mehr Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit und bei ausgewählten Zielgruppen aktiv unterstützen. Im Kontakt mit Lieferanten, Partner und Kunden setzen wir konsequent auf nachhaltige Lösungen. Wir wollen dazu beitragen, dass die Wertschöpfungskette in unserem Tätigkeitsbereich von verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln geprägt ist und dass die Diffusion der Nachhaltigkeit durch unser Wirken weitere Impulse bekommt.

## 1.2. Portfolio

- Ausstellungen
- Beratung
- Bildung
- Design
- Edutainment
- Events
- Filme
- Hörfunkspots
- Internet
- Kampagnen
- Konzepte
- Marketing
- Pressearbeit
- Printmedien
- Public Relations
- Strategie
- Text
- Umweltpädagogik

### 1.3 Wir setzen Zeichen – seit 25 Jahren

1990

Informationskampagne zum Thema Abfall. Kunde: Stadt Ulm

1991

Ausstellung mit Verpackungen aus Abfällen. Kunde: Stadt Neu-Ulm

1992

250 qm große Wanderausstellung zum Thema Sonderabfall, u. a. mit begehbaren Riesenfässern.  
Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg

Faltblatt zum Thema Ozon – ausgezeichnet beim Internationalen Druckschriftenwettbewerb 93.  
Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg

1993

200 qm große Wanderausstellung „(Ver)bauen wir unsere Zukunft“. Kunde: Umweltministeriums  
Baden-Württemberg

1994

Schulgartenbox – ausgezeichnet mit dem Sonderpreis beim 6. Internationalen Wettbewerbs für  
„Ökologie und Kommunikation“ 1993/94. Kunde: Genossenschaftsverband Baden-Württemberg

1995

„Natürlich Mobil“. Programm und Plakat zum Aktionstag. Kunde: Verkehrsministerium Baden-  
Württemberg

1996

Informations- und Aufklärungskampagne „Mehrweg – Der Spaß geht weiter“. Kunde: GOA –  
Gesellschaft im Ostalbkreis für Abfallbewirtschaftung mbH

1997

Freizeitführer „Rail & Relax“. Kunde: NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH.

1998

Filmbeitrag über ÖkoMedia und sein Engagement im Modell Hohenlohe – weltweite Ausstrahlung  
durch die Deutsche Welle

Bodenschutzkampagne mit div. Kommunikationsbausteinen und Kinospot. Kunde: Umweltministerium  
Baden-Württemberg

1999

Start der ÖPNV-Kampagne „3-Löwen-Takt“. Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg /  
Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

2000

Kompendium „Lebenslauf von Textilien“. Nachschlagewerk zum Thema Umwelt und Textilien. Kunde:  
Gesamttextil (heute: Gesamtverband Textil + Mode)

2001

Streckenmarketing und Tourentipps. Kunde: Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

2002

„Futurepark“ – Mehrtägige Edutainment-Veranstaltung mit Workshops zum Thema Klima, Mobilität,  
Textil/Mode für Schulklassen im Rahmen des Landesjubiläums „50 Jahre Baden-Württemberg“:  
Kunde: Landesstiftung Baden-Württemberg

Kinospot „Sprit sparend fahren“. Kunde: Umwelt- und Verkehrsministerium Baden-Württemberg

2003

Kampagne „25 Jahre S-Bahn Stuttgart“ mit div. Kommunikationsbausteinen. Der Imagefilm wurde beim WorldMedia Festival Hamburg 2004 mit dem „intermedia-globe GOLD“ ausgezeichnet. Kunde: Deutsche Bahn AG

Umweltbildung (CD-ROM) für Bribri-Indianer in Costa Rica. Kunde: Swisscontact, in Zusammenarbeit mit dem Umweltministerium von Costa Rica

2004

Informations- und Imagekampagne zur Einführung der Kulturbahn. Kunde: Deutsche Bahn AG

Start der Informations-Kampagne „Flächen gewinnen“. Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg und Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg

2005

Betreuung des Rückfahrservice bei „Tour de Ländle“ in Baden-Württemberg. Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH, seit 2011 der Südwestrundfunk (SWR)

2006

SommerferienExpress. Nachhaltige Erlebnispädagogik mit dem „Lernort Zug“. Kunde: Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

„Busdriver-Training“ – Projektidee und kommunikative Begleitung im Rahmen des EU-Programms URB-AL, mit Workshop-Teilnehmern aus Lateinamerika und Europa. Kunde: Verband Region Stuttgart

2007

Umweltexpress – im Rahmen von „25 Jahre Umweltministerium Baden-Württemberg“. Zweitägige Info-Tour mit Schülermentoren, Wissenschaftlern und Politikern. Abschlussveranstaltung im Plenarsaal des Landtags von Baden-Württemberg. Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg

Umweltschonender Freizeitverkehr mit der S-Bahn München. Imagekampagne. Kunde: Deutsche Bahn AG

2008

Klimaforum mit Workshops im Landtag von Baden-Württemberg. Kunde: Umweltministerium Baden-Württemberg in Zusammenarbeit mit der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg

2009

EDe, der Energie-Detektiv – Mitmach-Aktionsprogramm in Grundschule bei dem bis 2015 über 30.000 Schülerinnen und Schüler zu Junior-Energie-Detektive ausgebildet. Kunde: Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg / Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

Broschüre und Ausstellung „Klimawandel im Süden Deutschlands“. Kunde: Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz, Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit, Umweltministerium Baden-Württemberg, Deutscher Wetterdienst

2010

Bundesweiter Wettbewerb zum Thema „Tag ohne Strom“. Kunde: Leuchtpol – gemeinnützige Gesellschaft zur Förderung von Umweltbildung im Elementarbereich mbH

Broschüre „Klimawandelbroschüre in Baden-Württemberg“. Kunde: Ministerium für Umwelt, Klima und Naturschutz in Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg

2011

Konzeption und Organisation der ersten klimaneutralen Stallwächterparty in Berlin. Kunde: Landesvertretung Baden-Württemberg in Berlin

2012

Entwicklung eines Kommunikationskonzepts mit neuem Logo und Erscheinungsbild für die Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Baden-Württemberg.

2013

Informationskampagne für die S-Bahn-Stuttgart zur Einführung neuer S-Bahn-Fahrzeuge. Kunde: Verband Region Stuttgart und Deutsche Bahn

2014

Entwicklung und Start der WIN-Charta mit 38 unterzeichnenden nachhaltigen Unternehmen aus Baden-Württemberg. Kunde: Nachhaltigkeitsstrategie bzw. Land Baden-Württemberg

2015

Organisation der landesweiten Nachhaltigkeitstage mit mehr als 870 Aktionen im Rahmen der Europäischen Nachhaltigkeitswoche, bei der 29 Staaten mit insgesamt rund 4.100 Aktionen teilgenommen haben. Kunde: Nachhaltigkeitsstrategie bzw. Land Baden-Württemberg

### 1.3 – Standort

**ÖkoMedia GmbH** befindet sich im Kulturpark Berg in Stuttgart Ost, Teckstraße 56. Das Gebäude ist Teil eines Campus für Kommunikation und Gestaltung mit mehreren Agenturen, Künstlern, Architekten und einer Hochschule für Kommunikationsdesign. Das Umweltmanagementsystem bezieht sich auf diesen Standort.

Das Areal entstand 1904. Die Backsteingebäude wurden zunächst als Garnisonslazarett genutzt. Heute stehen sie unter Denkmalschutz.

Von 1990 bis 1993 waren unsere Agenturräume im 2. Obergeschoss des Gebäudes 56. Aufgrund zunehmenden Platzbedarfs entschlossen wir uns, den leer stehenden Dachstuhl in diesem Gebäude komplett auszubauen. Dieser wurde von uns unter ökologischen Gesichtspunkten und mit den Anforderungen des Denkmalschutzes zur Bürofläche umgestaltet.

Heute verfügen wir hier über moderne und großzügige Computerarbeitsplätze, Besprechungsecken, Abstellflächen sowie eine kleine Teeküche.

Zwar befindet sich das Areal in einer Außenzone eines Mineralwasserschutzgebietes. Doch als Dienstleistungsunternehmen sind wir unabhängig von Auflagen und Anforderungen, die z. B. an einen produzierenden Betrieb gestellt werden.

[Der Agenturstandort ist gut an den öffentlichen Verkehr angebunden. Sowohl vom Hauptbahnhof Stuttgart (Stadtbahnlinie U 9) als auch vom Rathaus (Stadtbahnlinie U 4) sind wir in wenigen Minuten umsteigefrei erreichbar. Von der Haltestelle zur Agentur sind es ebenfalls nur wenige Gehminuten.]

## 2 – Umweltpolitik

### **Wir wollen etwas bewegen...**

Umweltschutz beginnt im Kopf. Wir haben den Anspruch mit unserem täglichen Tun und Handeln ein wachsendes Umweltbewusstsein bei allen relevanten Kontakt- und Zielgruppen zu bewirken und Impulse für eine nachhaltige Entwicklung zu geben.

### **...für eine nachhaltige Zukunft**

Die Umweltpolitik ist Teil unserer Philosophie. Die Leitlinien wurden von der Geschäftsführung festgelegt und sind allgemeinverbindlich für alle Mitarbeiter/innen.

### **Wir tragen Verantwortung**

ÖkoMedia GmbH will ein ökologisches Bewusstsein bei allen relevanten Kontakt- und Zielgruppen bewirken und durch unsere Arbeit zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

### **Wir machen alle mit**

Mit dem Eintritt in unsere Agentur verpflichten sich unsere Mitarbeiter/innen der Zielsetzung eines umweltgerechten Verhaltens Rechnung zu tragen und an der ganzheitlichen Konzeption zur Schaffung eines öffentlichen Bewusstseins mitzuwirken. Mit regelmäßigen Informationen und Schulungen fördern wir das Wissen und Verantwortungsbewusstsein unserer Mitarbeiter/innen und binden sie aktiv in die Umweltprozesse ein.

### **Wir sensibilisieren unsere Kunden, Lieferanten und Partner**

Wir betrachten es als eine wichtige Aufgabe im Kontakt mit unseren Kunden, Lieferanten und Partnern auf umweltverträgliche Lösungen aufmerksam zu machen, zu beraten und zu nachhaltigem Handeln und Produzieren anzuregen.

### **Wir schauen genau hin**

Bei der Auswahl unserer Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner bevorzugen wir Firmen, die nachhaltig – umweltbewusst, ressourcenschonend und sozial verträglich – handeln, produzieren und arbeiten.

### **Wir schonen die Lebensgrundlagen**

Wir ergreifen in unserer Agentur geeignete Maßnahmen, um Belastungen für die Umwelt durch unsere Geschäftstätigkeit zu vermeiden. Wo dies nicht möglich ist, versuchen wir Lösungen bzw. Alternativen zu finden, um die natürlichen Ressourcen zu schonen.

### **Wir halten die Gesetze ein**

Wir verpflichten uns zur Einhaltung relevanter Umweltgesetze und -vorschriften.

### **Wir kontrollieren und dokumentieren**

Durch jährliche interne Audits kontrollieren wir den Erfolg der Maßnahmen, die im Zusammenhang mit der Umweltpolitik getroffen worden sind.

### **Wir wollen noch besser werden**

Durch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess werden wir Umweltbelastungen so gut es geht vermeiden und reduzieren.

### **Wir geben Einblicke**

Wir informieren über unser ökologisches Engagement und über unsere nachhaltige Handlungsweise. Dies betrifft nicht nur die direkten Handlungsfelder von ÖkoMedia, sondern auch die indirekten Einflüsse auf die Kommunikation unserer Kunden.

### **Wir informieren und motivieren**

Mit der Umwelterklärung informieren wir jährlich über den Stand unserer Umweltaktivitäten. Mit geeigneten Kommunikationsmitteln wollen wir möglichst viele Interessierte erreichen und sie motivieren, ebenfalls ein Umweltmanagementsystem einzuführen.



### 3 – Umweltmanagementsystem

Das Umweltmanagementsystem (UMS) umfasst als Teil des gesamten Managementsystems die Organisationsstruktur, Planungstätigkeiten, Verantwortlichkeiten, Verhaltens- und Vorgehensweisen, Verfahren und Mittel für die Festlegung, Durchführung, Verwirklichung, Überprüfung und Fortführung der Umweltpolitik sowie das Management der Umweltaspekte. Dies dient der Reduzierung von negativen Umweltauswirkungen. Die ÖkoMedia GmbH hat ein UMS implementiert, welches der Öko-Audit-Verordnung (EMAS III) und dem internationalen Standard ISO 14001:2004 entspricht. Das Umweltmanagementhandbuch liegt in elektronischer Form auf dem Server und ist für alle Mitarbeiter/innen zugänglich. Anhand des Handbuchs kann eine Dokumentation und Bewertung der beschlossenen Maßnahmen sowie die Umsetzung der formulierten Umweltziele erfolgen.



#### 3.1 Organigramm



## 4 – Umweltleistungen

Die Umweltaspekte haben wir in direkte und indirekte unterteilt. Vor allem bei den indirekten Umweltaspekten sehen wir für ÖkoMedia ein großes Potenzial. Die nachfolgende Übersicht listet die relevanten Umweltaspekte auf und bewertet die Umweltauswirkungen unserer Tätigkeit.

### 4.1 – Direkte Umweltaspekte

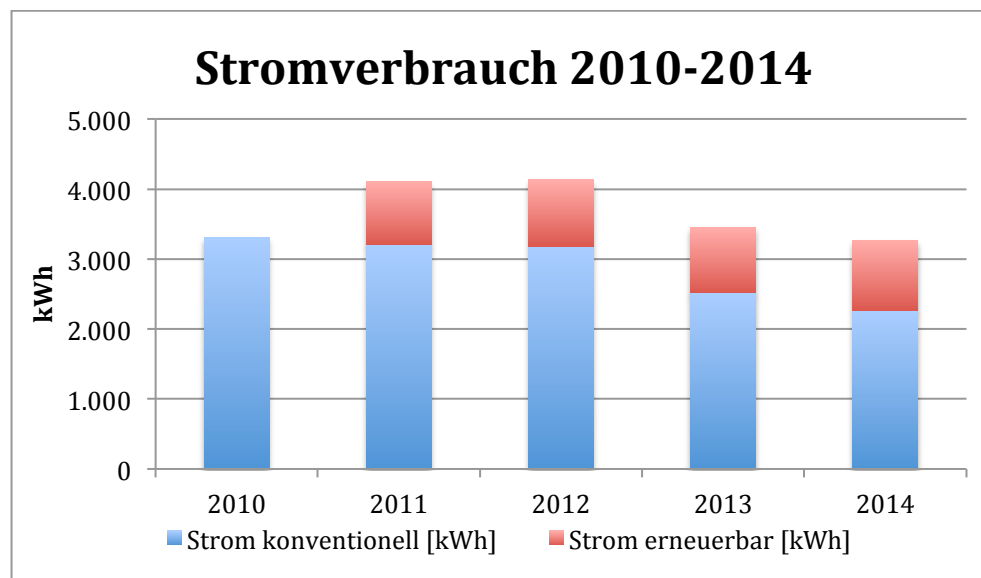
Unsere Umweltaspekte werden mit Hilfe einer Mitarbeiterbefragung und der Auswertung unsere Umweltkennzahlen ermittelt. Zur Bewertung der Umweltaspekte ziehen wir folgende Kriterien heran: Material- und Energieflüsse, rechtliche Verpflichtungen, Umweltauswirkungen, Häufigkeit der Überprüfung sowie die Einschätzung der Mitarbeiter.

#### 4.1.1 – Energie

##### 4.1.1.1 – Stromverbrauch

Die Umweltauswirkungen des Stromverbrauchs bei ÖkoMedia haben wir als mittel eingestuft. Der Stromverbrauch von ÖkoMedia liegt in etwa im Bereich eines Drei-Personen-Haushalts. Die Stromversorgung erfolgt dabei über den konventionellen Anbieter EnBW. Der Anteil an erneuerbaren Energien lag 2014 bei 30,7 %. Im Umweltprogramm 2012 wurde der Umstieg auf 100 % erneuerbare Energien angedacht. Da der Umstieg nicht erfolgt ist, soll dieser Punkt ins neue Umweltprogramm übernommen werden. Insgesamt ist seit 2012 ein leichter Rückgang des Stromverbrauchs zu registrieren. Damit haben wir das Ziel unser Umwelterklärung 2012 erreicht. ÖkoMedia hat sich als Ziel gesetzt, auch weiterhin den Stromverbrauch niedrig halten.

Das folgende Diagramm stellt den Stromverbrauch in den Jahren 2010-2014 dar. Für 2010 gab es dabei noch keine Angabe für den Anteil der erneuerbaren Energien.



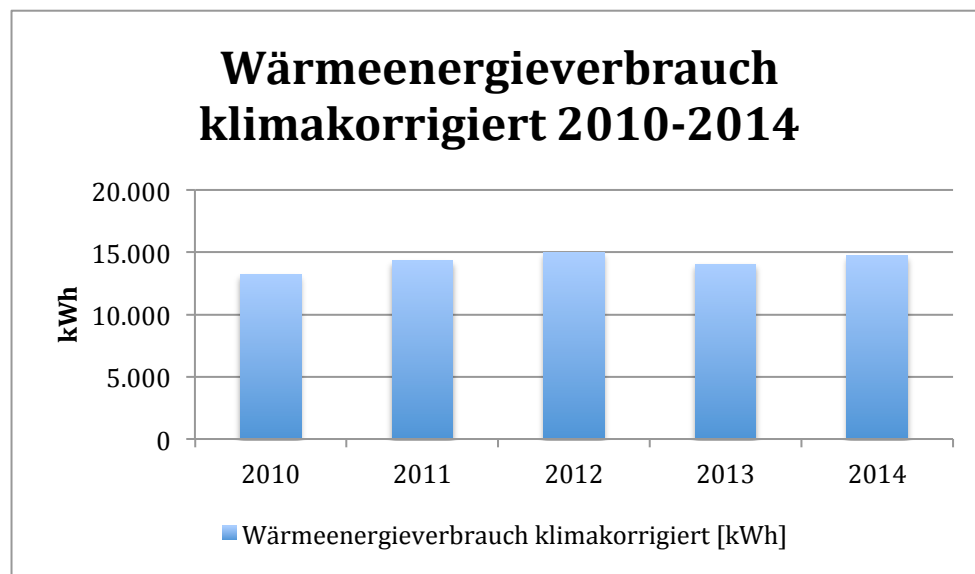
##### 4.1.1.2 – Wärmeenergieverbrauch

Die Umweltauswirkungen des Wärmeenergieverbrauchs bei ÖkoMedia haben wir als hoch eingestuft. ÖkoMedia bezieht Fernwärme über die EnBW. Insgesamt hängen elf Heizkörper mit Thermostaten im Büro, jeder ist individuell regelbar. Die Abrechnung der Heizkosten erfolgt zentral über das ganze Haus und wird mit Hilfe von Heizkostenverteilern über die Quadratmeterzahl auf die einzelnen Mieter umgelegt. Im Jahr 2011 wurden zusätzlich in die Abrechnung noch der Toilettenraum und der Kellerraum von ÖkoMedia mit hinzugenommen.

Da das Gebäude ein denkmalgeschützter Altbau ist, ist eine Renovierung zur Verbesserung der Isolierleistung nicht möglich. Auch der Standort des Büros im Dachstuhl des Hauses mit hohen Decken erfordert relativ viel Heizenergie. So beschränkt sich die Beeinflussungsmöglichkeit der verbrauchten Heizenergie auf die Nutzung durch die Mitarbeiter. Diese sind für das Thema mehrfach sensibilisiert worden und es wurde für jeden Arbeitsplatz ein Raumthermometer bereitgestellt, um die Temperatur am Arbeitsplatz zu überprüfen.

Auch in Zukunft wollen wir unseren Wärmeenergieverbrauch möglichst gering halten. Daher werden die Mitarbeiter weiterhin regelmäßig für das Thema sensibilisiert.

In der Umweltklärung 2012 haben wir die absoluten Verbrauchsgrößen gegenüber gestellt, mit dem Ziel, den Wärmeverbrauch um 5 % zu verringern. Dieses Ziel haben wir erreicht. Diese Gegenüberstellung der Verbrauchswerte wollen wir in dieser Form nicht mehr fortführen, da wir der Meinung sind, dass man den Klimaschwankungen Rechnung tragen sollte. Das folgende Diagramm stellt deshalb den Wärmeenergieverbrauch korrigiert im Verhältnis zum langjährigen klimatischen Mittel mit Hilfe von Heizgradtagen dar. Bei dieser Betrachtungsweise hätten wir unser Umweltziel nicht erreicht.



#### 4.1.2 – Ressourcen und Material

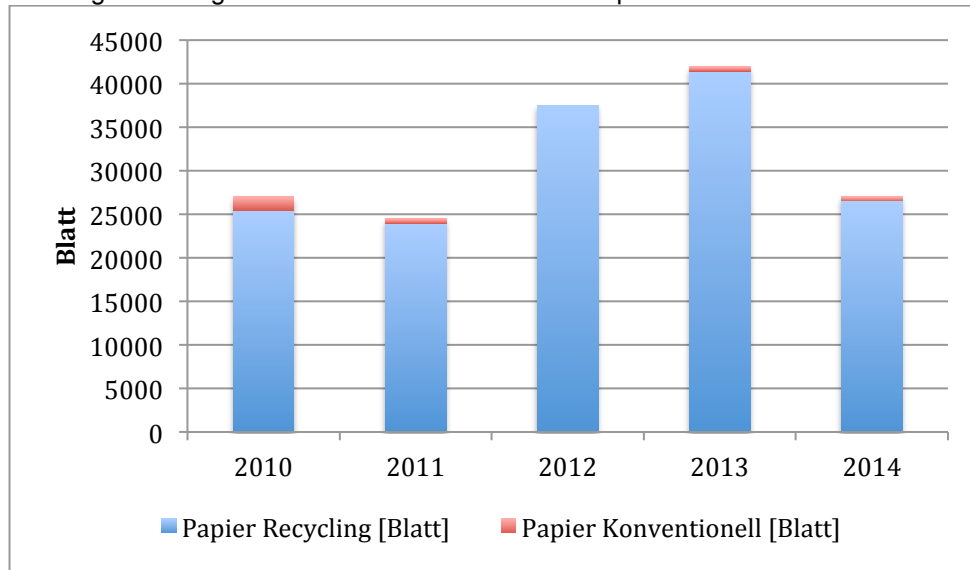
##### 4.1.2.1 – Wasserverbrauch

Die Umweltauswirkungen des Wasserverbrauchs bei ÖkoMedia haben wir als gering eingestuft. Bei ÖkoMedia wird Wasser nur in büroüblichen Mengen verbraucht. Daher ist dieser Umweltaspekt relativ unbedeutend. Wasser wird nur auf der Toilette und in der Teeküche eingesetzt. Diese geringen Mengen wollen wir auch in Zukunft halten.

##### 4.1.2.2 – Papiereinsatz

Die Umweltauswirkungen des Papiereinsatzes bei ÖkoMedia haben wir als mittel eingestuft. Generell hängt der Papiereinsatz bei ÖkoMedia stark von der Auftragslage ab. Wir verwenden konsequent Recycling-Papier, es sei denn es werden von Kunden Anforderungen an besondere Formate oder Grammaturen gestellt, für die es auf dem Markt kein Recyclingpapier gibt. Wir verwenden für interne Aufzeichnungen und Skizzen die Rückseiten von bedruckten Blättern und auch so achten wir permanent im Arbeitsalltag darauf, so wenig Papier wie möglich zu verbrauchen. Das wollen wir auch in Zukunft weiterhin so machen. Unser Umweltziel von 2012, den Papiereinsatz um 5 % zu reduzieren haben wir erst 2014 erreicht. Den hohen Stand beim von Recyclingpapier haben wir ebenfalls erreicht.

Das folgende Diagramm stellt die Verbräuche an Papier bei ÖkoMedia dar.

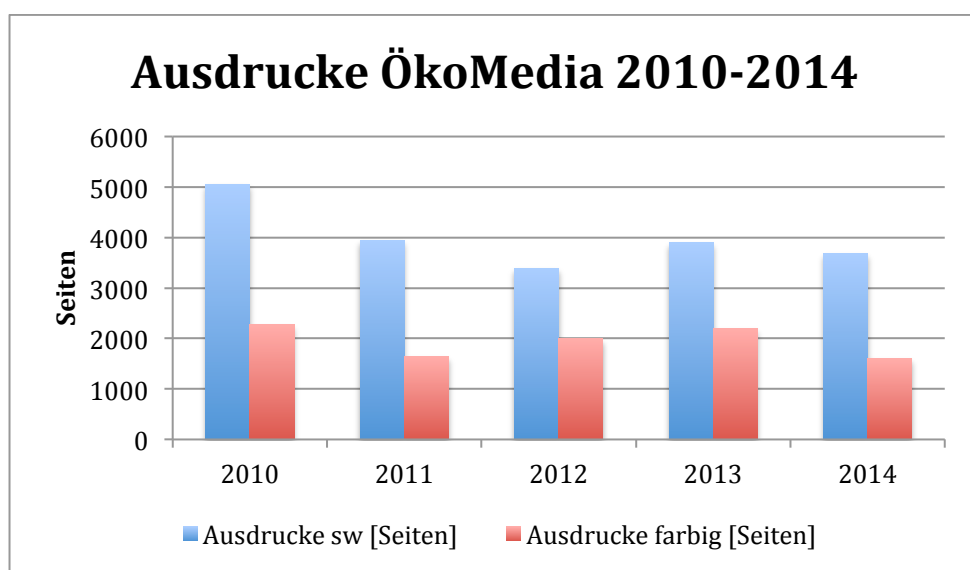


#### 4.1.2.3. – Ausdrücke

Die Umweltauswirkungen der Ausdrücke bei ÖkoMedia haben wir als mittel eingestuft.

Bei Druckprozessen in der Firma wird nicht nur Papier verbraucht. Auch Energie, Tinte/Toner und Feinstaubemissionen fallen als Umweltauswirkungen an. Um diese auch erfassen zu können wird in folgendem Schaubild als zusätzlicher Indikator die Zahl der Ausdrücke beschrieben. Diese hängen, ebenso wie der Papiereinsatz, stark von der Auftragslage ab. Alle Rechner sind in den Druckervoreinstellungen auf Schwarz-Weiß- und Duplex-Druck konfiguriert.

Unser Umweltziel von 2012, die Schwarz-Weiß-Ausdrucke als auch die Farbausdrucke um 10 % zu reduzieren, haben bei den Schwarz-Weiß-Ausdrucken nicht erreicht, jedoch bei den Farbausdrucken. In Zukunft sollen die Ausdrücke weiter reduziert werden, sofern dies durch die Auftragslage möglich ist.



#### 4.1.3 – Abfall

Die Umweltauswirkungen der bei ÖkoMedia entstehenden Abfälle haben wir als gering eingestuft. Es fallen keine gefährlichen Abfälle an. Der im Büro anfallende Abfall wird in die Fraktionen Papier, Wertstoffe und Restmüll getrennt. Dazu stehen an jedem Arbeitsplatz Papierkörbe mit Restmüll-Einsatz bereit. In der Teeküche befindet sich der Restmülleimer und ein Gelber Sack. Alle Müllbehälter werden regelmäßig geleert und der Abfall zum zentralen Sammelplatz des Geländes gebracht. Dort bringen auch alle anderen Anlieger ihre Abfälle hin, so dass eine getrennte Erfassung der Abfallmengen über die Mülltonnen nicht möglich ist. Unserem Umweltziel von 2012, Biomüll der Kompostierung zuzuführen, konnten wir nicht realisieren, da die Stadt Stuttgart bisher keine getrennte Bioabfallsammlung eingeführt hat.

Im Außeneinsatz bei Veranstaltungen werden die Abfälle ebenfalls getrennt gesammelt und entsprechend entsorgt.

Werden neue Toner und Druckerpatronen eingesetzt, so werden die alten dem Händler zur Verwertung zurückgegeben.

Unser Umweltziel von 2012, ausgediente Elektrogeräte einer sinnvollen Verwertung zuzuführen, haben wir erreicht.

Bei Lieferungen an unser Büro werden die anfallenden und noch brauchbaren Verpackungen von uns selber für den Versand wieder verwendet.

Unsere Mitarbeiter bringen ihre Verpflegung für die Mittagspausen in der Regel in Mehrwegverpackungen (Plastik-Dosen) mit.

#### 4.1.4 – Verkehr

Die Umweltauswirkungen des Verkehrsaufkommens bei ÖkoMedia haben wir als mittel eingestuft. Bei Kundenbesuchen wird darauf geachtet, dass möglichst mit ÖPNV angereist wird. Das in der Umwelterklärung 2012 beschlossene Ziel, Flugreisen durch Skype-Konferenzen zu ersetzen, wurde erfolgreich umgesetzt, so dass ab 2013 keine geschäftlichen Flüge mehr getätigt wurden. Allerdings haben wir es leider nicht erreicht, Dienstreisen zu erfassen und die Flugreisen klimaneutral durchzuführen.

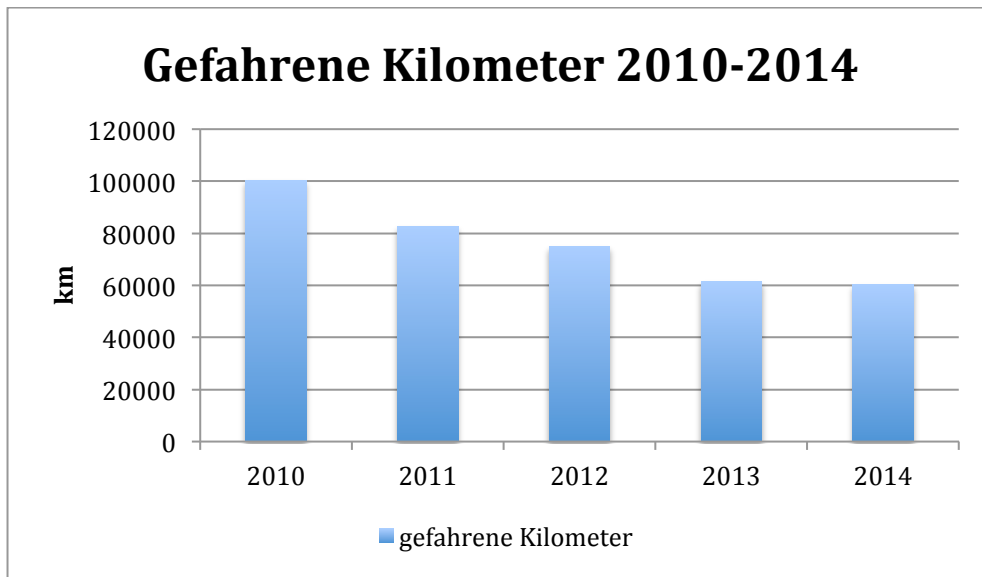
Was die Anreise ins Büro angeht, so kommen seit dem Jahr 2010 ein Mitarbeiter mit dem Auto, zwei Mitarbeiter per Fahrgemeinschaft und alle anderen Mitarbeiter per ÖPNV, Fahrrad oder zu Fuß ins Büro. Das in der Umwelterklärung 2012 formulierte Ziel, Mitarbeiteranreiz für den ÖPNV auszubauen war nicht nötig.

Zu Veranstaltungen reisen meistens drei der Mitarbeiter zusammen mit dem Materialtransporter und der Rest der Mitarbeiter per ÖPNV an.

Die freien Mitarbeiter, die für uns als Energie-Detektive EDe im Einsatz sind, bekommen ihre Termine in der Nähe ihres Wohnorts zugeteilt und soweit es möglich ist, werden Vor- und Nachmittagstermine auf einen Tag gelegt, um zusätzliche Wege zu vermeiden.

Auch in Zukunft wollen wir weiterhin daran arbeiten, die Fahrtwege zu optimieren.

Die folgende Übersicht zeigt die gefahrenen Kilometer bei ÖkoMedia.

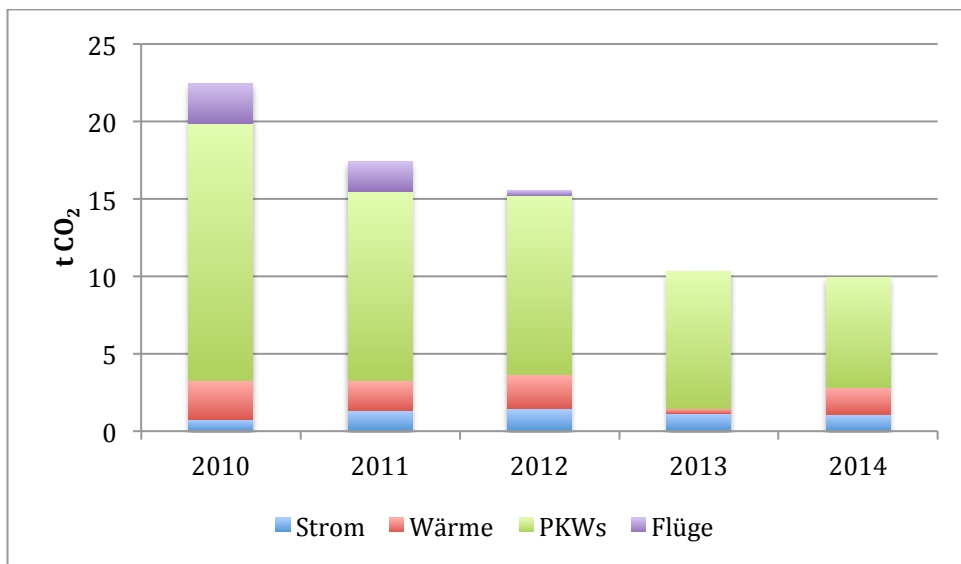


#### 4.1.5 – Emissionen

Als relevante Emission wird bei ÖkoMedia nur CO<sub>2</sub> betrachtet.

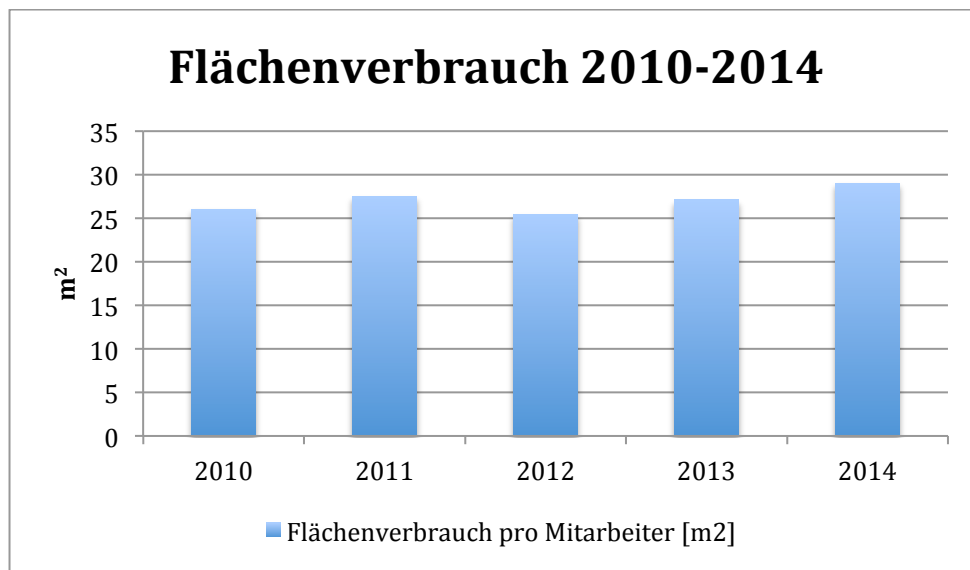
Aufgrund unserer EMAS-Erstvalidierung im Jahr 2011 hat sich ÖkoMedia 2013 ein neues Fahrzeug mit besseren Emissions- und Verbrauchswerten zugelegt. Dadurch konnte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringert werden. Auch das Vermeiden von unnötigen Fahrten hat zu einer Verringerung von Emissionen geführt. Außerdem wurden seit 2012 Geschäftsflüge durch Skype-Konferenzen ersetzt.

Wir wollen auch in Zukunft weiterhin effektiv so viele Emissionen wie möglich vermeiden. Darüber hinaus wollen wir die anfallenden Emissionen aus Strom, Wärme, PKW-Nutzung und Flügen kompensieren lassen.



#### 4.1.6 – Biodiversität

ÖkoMedia hat seine Gesamtfläche 2011 durch die Anmietung größerer Kellerräume erweitert. Der Flächenverbrauch pro Mitarbeiter lag in den Jahren 2010-2014 zwischen 25-30 m<sup>2</sup>. Die Mitarbeiter verfügen über großzügige Arbeitsplätze.



#### 4.1.7 – Beschaffung

Die EMAS-Zertifizierung unterstreicht eindeutig und authentisch unsere Affinität zu umweltrelevanten Themen. Im täglichen Austausch mit Lieferanten und Kunden thematisieren wir immer wieder Aspekte der Nachhaltigkeit. Wir wirken unter anderem darauf hin, dass bei Veranstaltungen, die wir im Auftrag unserer Kunden organisieren, Bio-Catering mit regionalen, saisonalen, fair gehandelten Produkten umgesetzt wird. Bei Druckaufträgen und der Beschaffung von Materialien, Give aways, Ausstellungelementen, Kleidung usw. setzen wir konsequent auf nachhaltige Produktion. Die Anzahl von CO<sub>2</sub>-neutral produzierten Printprodukten konnten wir seit 2012 fast verdoppeln, dennoch haben unser Umweltziel aus 2012 knapp verpasst.

Unser Ziel aus 2012, unser Lieferantenmanagement zu dokumentieren haben wir nicht vollständig erreicht. In Zusammenhang mit einer neuen Agentursoftware nehmen wir dieses Ziel erneut auf.

#### 4.2 – Indirekte Umweltaspekte

Wesentlich bedeutender als die direkten Umweltaspekte sind bei ÖkoMedia GmbH die indirekten Umweltaspekte. Unser Kerngeschäft ist die Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation. Hier können wir viel bewegen und erreichen – ob in der Zusammenarbeit mit Kunden, Kooperationspartnern, Lieferanten, mit speziellen Zielgruppen oder der allgemeinen Öffentlichkeit. Viele erfolgreiche Kampagnen und Aktionen haben wir aus eigenem Antrieb angestoßen und entwickelt.

Ein leuchtendes Beispiel ist das Schulprojekt EDe, der Energie-Detektiv. Diese Mitmach-Aktion an Grundschulen in Baden-Württemberg hat seit ihrem Start im Jahr 2009 über 30.000 Viertklässler zu Junior-Energie-Detektiven ausgebildet. Im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung wollen wir dieses Projekt weiter entwickeln. Ziel ist, dass bis Ende 2017 weitere 10.000 Junior-Energie-Detektive ausgebildet werden und darüber hinaus LehrerInnen befähigt werden, Inhalte des Programms selbst mit den Kindern durchzuführen.

Seit 2012 unterstützt und berät ÖkoMedia gemeinsam Prognos AG das Land Baden-Württemberg bei seiner Nachhaltigkeitsstrategie. Ein Schwerpunkt der Arbeit ist die Konzeption und Organisation von Nachhaltigkeitstagen. Bei den zweitägigen Nachhaltigkeitstagen 2014 konnte ÖkoMedia dazu beitragen, dass 480 Nachhaltigkeitsprojekte von Initiativen, Vereinen, Unternehmen, Verbänden, Schulen oder Privatpersonen der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Bei den Nachhaltigkeitstagen 2015 waren es bereits 875 Projekte. Damit fanden im Rahmen der Europäischen Nachhaltigkeitswoche, bei der 29 Staaten mit rund 4100 Aktionen beteiligt waren, mehr als jede 5. nachhaltige Aktion in Baden-Württemberg statt. ÖkoMedia hat sich als Ziel gesetzt, für die Nachhaltigkeitstage 2016 mehr als 1.000 Nachhaltigkeitsprojekte zu generieren.

Gemeinsam mit der Geschäftsstelle der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg, dem Initiativkreis der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit und Prognos AG hat ÖkoMedia die WIN-Charta entwickelt. Sie ist ein Instrument für nachhaltigkeitsaktive Unternehmen, das auf Selbstverpflichtung, Eigeninitiative und Außenkommunikation basiert. Bei der Auftaktveranstaltung im Mai 2014 haben 38 Unternehmerinnen und Unternehmer aus Baden-Württemberg die WIN-Charta unterzeichnet. ÖkoMedia will dazu beitragen, dass bis Ende 2016 über 150 Unternehmen aus dem Land die WIN-Charta unterzeichnet haben.

Unter dem Namen „Kleine Helden“ hat ÖkoMedia 2013 ein neues Projekt im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung für die Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg konzipiert und realisiert. Mit einem Wettbewerb und Fortbildungsprogramm wird hier speziell Kindergärten und Kindertagesstätten angesprochen. An diesem Wettbewerb haben bisher rund 150 Einrichtungen teilgenommen. Mit diesem Projekt haben wir unser Umweltziel aus 2012, ein neues, nachhaltiges Bildungsprojekt zu realisieren, erreicht.

Im Zuge der Neugestaltung unserer Homepage wollen wir unsere Kunden, Partner und die interessierte Öffentlichkeit in einem Newsletter über unsere Projekte und Ziele informieren.

#### **4.3 – Zusammenfassung der Kernindikatoren**

Schlüsselbereich	Kernindikator	2010	2011	2012	2013	2014
Energieeffizienz Strom	kWh / Mitarbeiter	472	587	517	461	467
Energieeffizienz Wärme	kWh / Mitarbeiter	1.888	2.045	1.876	1.873	2.111
Materialeffizienz Papier	Blatt Recyclingpapier / Mitarbeiter	3.643	3.429	4.688	5.529	3.791
Materialeffizienz Ausdrücke	Ausdrücke sw / Mitarbeiter	5.053	3.949	3.393	3.901	3.680
Materialeffizienz Ausdrücke	Ausdrücke farbig / Mitarbeiter	2.778	1.647	1.997	2.197	1.613
Emissionen	t CO <sub>2</sub> / Mitarbeiter	3,206	2,448	1,946	1,644	1,415



## 5 – Umweltprogramm

Als Kommunikationsagentur entstehen bei uns keine großen Energie- und Stoffströme. Trotzdem haben wir bereits unseren Energie- und Ressourcenverbrauch auf hohem Niveau optimiert, so dass nur noch marginale Verbesserungen möglich sind. Um dieses hohe Niveau ist zu halten, werden im Rahmen des Umweltmanagementsystems Maßnahmen ergriffen.

Neben der für uns selbstverständlichen Überwachung unserer direkten Umweltaspekte liegt unsere Kernkompetenz vor allem im Bereich der indirekten Umweltaspekte. Hier sehen wir noch großes Potential, viel bewirken zu können.

Auch intern wollen wir unsere Prozesse im nächsten Jahr weiter verbessern. Dazu wollen wir von der manuellen Berechnung unserer Emissionen auf ein Software-Tool umsteigen – auch um Hinweise auf zusätzliche Optimierungsmöglichkeiten bei uns in der Firma zu bekommen.

Die Agentur-Software soll auch helfen, interne Prozesse zu optimieren, in der zukünftig auch die anstehenden Termine des Umweltmanagements automatisiert werden.

Damit unser Umweltmanagementhandbuch in der Praxis besser handhabbar ist, wollen wir es in Bezug auf Struktur und Layout umgestalten.

ÖkoMedia ist eine von Nachhaltigkeit durchdrungene Agentur. Um auf unser Engagement nach außen hin aufmerksam zu machen, wollen wir im nächsten Jahr an den europäischen EMAS-Awards teilnehmen. Der Prozess der Bewerbung soll uns dabei auch intern als Motivation zur weiteren Verbesserung unserer Umweltleistung dienen.

Nachfolgend eine tabellarische Übersicht über die konkret geplanten Maßnahmen unseres Umweltprogramms.

Direkte Umweltaspekte	Ziel	Maßnahme	Priorität	Frist
Abfall	Reduzierung des Papierverbrauchs	Zeitweise Messung der anfallenden Altpapiermenge für Hochrechnung auf Jahresmenge.	B	1/16
Energie	Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit	Kauf eines energieeffizienten Kühlschranks.	A	8/15
Energie	Verringerung CO2-Emissionen	Umstellen von konventionellem Strommix auf Ökostrom durch Anbieterwechsel. Das heißt, der Anteil erneuerbarer Energie – derzeit 30,7 % – soll sich auf 100 % erhöhen.	A	8/15
Wasser	Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit + Schonung von Ressourcen	Prüfung des Leitungswassers im Büro um Mitarbeitern bedenkenlos nachhaltige Trinkwasserversorgung garantieren zu können.	B	12/15
Ressourcen	Schonung von Ressourcen	Ein Fahrrad/Pedelec für Kundenbesuche in Stuttgart anschaffen.	B	12/15

Indirekte Umweltaspekte	Ziel	Maßnahme	Priorität	Frist
Umweltleistung und Umweltverhalten Dritter	Sicherstellung der Verwendung umweltverträglicher Produkte und Dienstleistungen + Sensibilisierung von Lieferanten für Umweltschutz	Lieferantenabfrage entwickeln, die Lieferanten auf Umweltbelange und Zertifikate prüft. Automatisierung dieser mit Hilfe von Agentursoftware.	B	6/16
Umweltleistung und Umweltverhalten Dritter	Über EMAS informieren	Informieren externer interessierter Kreise und Hinweisen auf EMAS durch Erstellen einer neuen Homepage.	B	10/16
Umweltleistung und Umweltverhalten Dritter	Sensibilisierung externer Kreise für Umweltschutz	Signaturtext mit nachhaltiger Information aktualisieren + für jede/n Mitarbeiter/in übernehmen.	C	6/16
Energie	CO2-Emissionen reduzieren	Beim Hoster prüfen, mit welchem Strom unsere Website betrieben wird + eventuell Ökostrom bestellen.	C	6/16
Energie	CO2-Emissionen reduzieren	Über "ökologische Suchmaschinen" wie "ecosia" informieren + für jede/n Mitarbeiter/in übernehmen.	C	6/16
Energie	CO2-Emissionen kompensieren	Die trotz Reduzierungsmaßnahmen für Ökomeia entstehenden Emissionen kompensieren lassen.	C	6/16
Arbeitssicherheit	Notfallvorsorge verbessern	Ersthelferausbildung für mindesten 1 Mitarbeiter durchführen.	A	6/16
Arbeitssicherheit	Hilfeleistungen im Alltag sicherstellen	Erste-Hilfe-Kurs in der Agentur veranstalten. Durchführung durch Rotes Kreuz oder Andere.	B	6/16

## 6 – Erklärung des Umweltgutachters zu den Begutachtungs- und Revalidierungstätigkeiten

---

Der Unterzeichner, Raphael Artischewski, EMAS-Umweltgutachter mit der Registrierungsnummer DE-V-0005, akkreditiert oder zugelassen für den Bereich (NACE-Code 2.0) 70.2 – Public Relations – bestätigt, begutachtet zu haben, dass der Standort bzw. die gesamte Organisation,

ÖkoMedia GmbH,  
Teckstr. 56, 70190 Stuttgart

wie in der konsolidierten Umwelterklärung mit der Registrierungsnummer Nr. DE-175-00171 angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllt.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften ergeben haben,
- die Daten und Angaben der aktualisierten Umwelterklärung des Standorts ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation/des Standorts innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Die nächste konsolidierte Umwelterklärung wird zum 17/07/2017 erstellt. Jährlich wird eine aktualisierte Umwelterklärung herausgegeben. Da die Organisation alle Kriterien der KMU-Regelung erfüllt, findet zum 17/07/2019 eine Überwachung statt, in deren Rahmen auch die entsprechende aktualisierte Umwelterklärung validiert wird.

Stuttgart, den 17. Juli 2015

Dipl.-Ing. Raphael Artischewski  
DE-V-0005  
Rosmarinweg 5  
70374 Stuttgart

---