



GRÜN, SMART, WOW

NACHHALTIGKEITSBERICHT
2020/2021

new

communication





INHALT

Nachrichtigkeitsbericht 2020/2021	3
01 Strategie.....	3
02 Wesentlichkeit	4
03 Ziele	5
04 Tiefe der Wertschöpfungskette.....	6
05 Verantwortung.....	6
06 Regeln und Prozesse	6
07 Kontrolle	7
08 Anreizsysteme	9
09 Beteiligung von Anspruchsgruppen	9
10 Innovations- und Produktmanagement	10
11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	11
12 Ressourcenmanagement	11
13 Klimarelevante Emissionen	17
14 Arbeitnehmerrechte	20
15 Chancengleichheit	22
16 Qualifizierung.....	23
17 Menschenrechte	24
18 Gemeinwesen.....	24
19 Politische Einflussnahme.....	25
20 Gesetzes- und Richtlinienkonformes Verhalten...26	
Kontakt.....	27

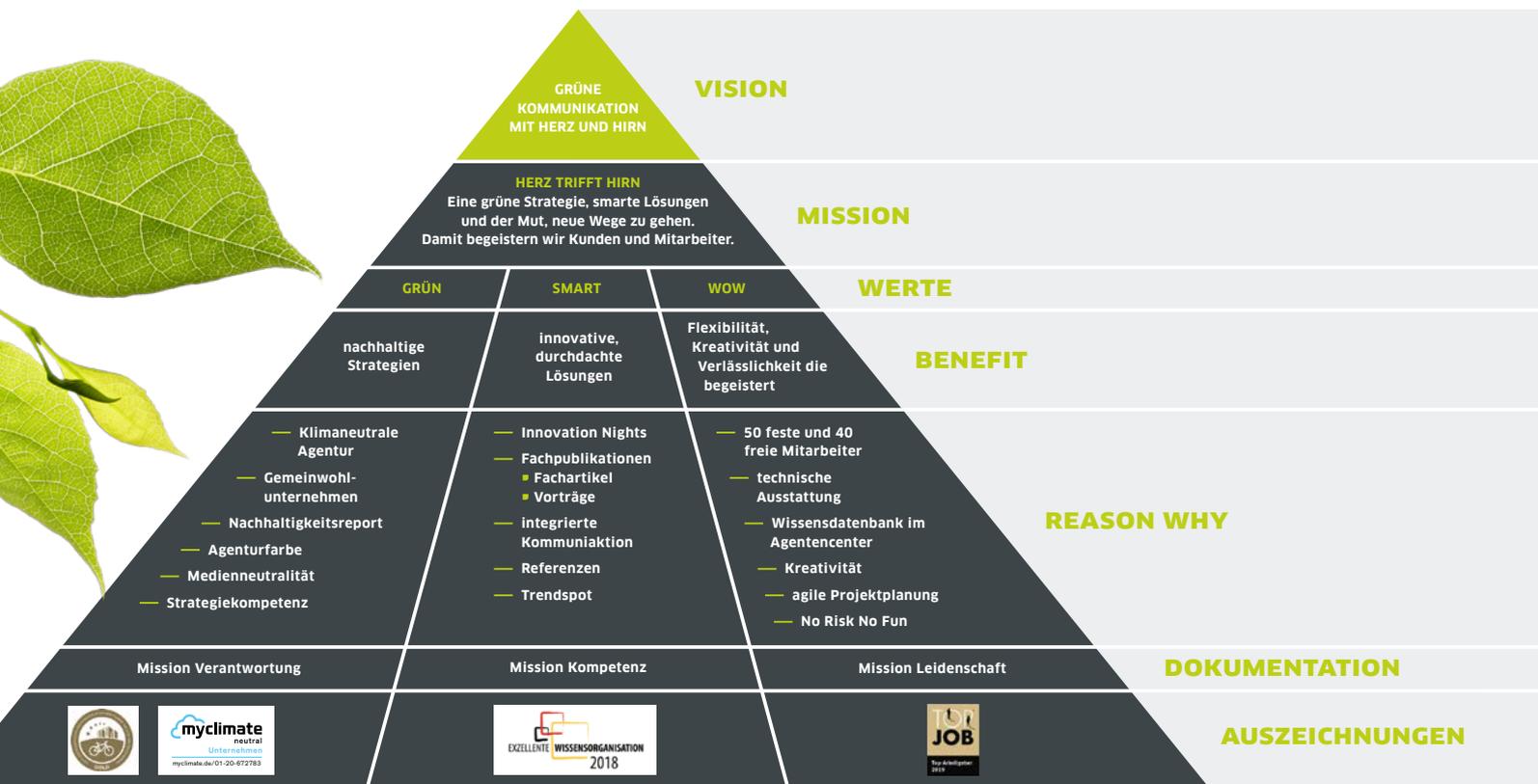
NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2020/2021

Die New Communication GmbH & Co KG (im Folgenden auch NC) besteht seit 2000 und ist eine Full-Service-Werbe- und Marketingagentur aus Kiel in Schleswig-Holstein. Als solche bieten wir unseren Kund*innen Dienstleistungen im Bereich Werbung und Marketing an. Diese Dienstleistungen umfassen Konzeption, Text, Design, Programmierung und (strategische) Beratung.

01 STRATEGIE

New Communication ist grün – von Anfang an. Symbolisierte das leuchtende Grün anfangs noch unsere Kreativität, steht es seit 2012 zunehmend auch für unser nachhaltiges Handeln. In den letzten Jahren haben wir diesen Aspekt mit vielen Maßnahmen vorangetrieben. Das agenturinterne Green Team (Corporate Responsibility Team) sowie die regelmäßigen Evolution Days der Agentur beschleunigen diese Entwicklung weiter. Das Green Team organisiert und steuert das gesellschaftliche Engagement von New Communication. Bei den Evolution Days entwickeln Mitarbeiter*innen Strategien, um interne Prozesse der Agentur zu verbessern. Seit 2020 ist nachhaltiges Handeln eine der wesentlichen Säulen der NC-Strategie 2025. Diese beschreibt das Entwicklungsziel der Agentur bis zum Jahr 2025. Mehr noch: New Communication strebt an, ein Vorreiter der Gemeinwohlökonomie zu werden.

Grundsätzlich erkennt New Communication die 17 Ziele der nachhaltigen Entwicklung an und hat diese innerhalb der eigenen Agenturstrategie integriert.



Grünes Denken und Handeln ist in der Markenpyramide von New Communication fest verankert.

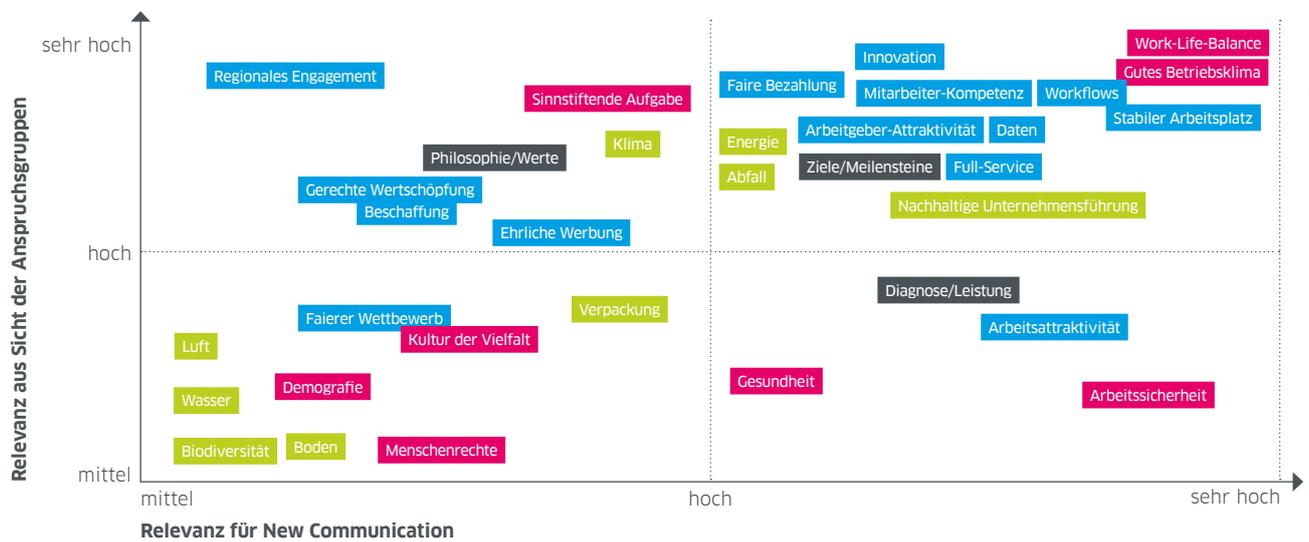
02 WESENTLICHKEIT

Im Rahmen des Strategieprozesses 2025 definierten wir unterschiedliche Handlungsfelder und Ziele. Die Perspektiven diverser Stakeholder*innen flossen mit in den Prozess ein.

Die Handlungsfelder, die sowohl für die Stakeholder*innen als auch für New Communication die größte Hebelwirkung versprechen, haben wir konsequent in die Strategie 2025 überführt.

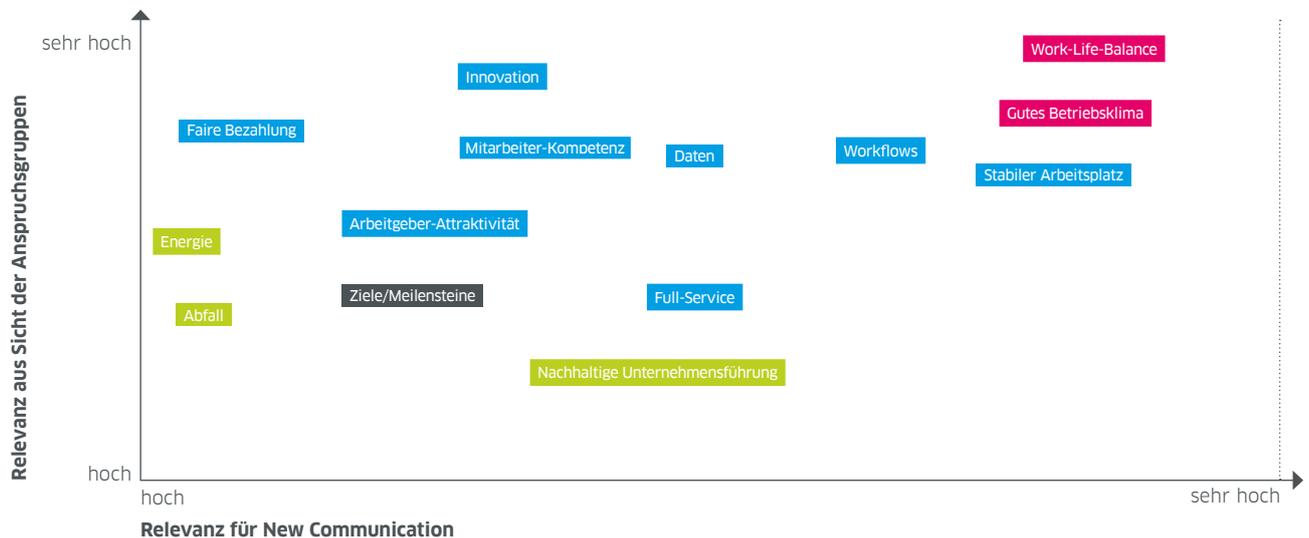
WESENTLICHKEITSMATRIX

Strategische Prioritäten Quadrant 1-4



Top-Themen

Übersicht der Top-Themen (oberer, rechter Quadrant der Wesentlichkeitsmatrix)



03 ZIELE

Die Ziele leiten sich aus dem Strategieprozess 2025 ab. Für alle priorisierten Handlungsfelder im Rahmen der Strategie haben wir Ziele formuliert. Es folgt eine Übersicht der Handlungsfelder und der übergeordneten Ziele:

Handlungsfeld Ziele und Meilensteine

New Communication ist für seine nachhaltige Unternehmensführung zertifiziert. New Communication gehört zu den anerkannten Unternehmen der Gemeinwohlökonomie und ist erfolgreicher Vorreiter der Quantenwirtschaft. Seit 2020 agiert New Communication klimaneutral.

Handlungsfeld nachhaltige Unternehmensführung

Die nachhaltige Unternehmensführung von New Communication ist etabliert, akzeptiert und motiviert alle Stakeholder*innen. New Communication ist Nachhaltigkeits-Vorbild für viele andere Unternehmen.

Handlungsfeld Energie

New Communication nutzt zu 100 % Ökostrom und heizt mit klimafreundlicher Fernwärme. Der Energieverbrauch aller Endgeräte ist vergleichsweise gering. Alle vertretbaren Energiesparreserven sind entdeckt und umgestellt.

Handlungsfeld Abfall

New Communication hat eine hohe Recyclingquote und ihren Restmüll um 20 % verringert.

Handlungsfeld Innovation

New Communication wird als innovative Agentur wahrgenommen. Die innovativen Produkte und die Strahlkraft sorgen für Neugeschäft.

Handlungsfeld Daten

Die technische Produktivitätsquote liegt durchgehend bei 99 % in den Hauptarbeitszeiten. New Communication hat keine Schäden durch Datenverlust, Datenschutzverstöße und Cyber-Attacken erlitten. New Communication hat einen pragmatisch-seriösen Umgang mit Datenschutz, der für viele Unternehmen Vorbild ist.

Handlungsfeld faire Bezahlung

New Communication hat ein transparentes Gehaltssystem, das als fair und gerecht empfunden wird sowie wirtschaftlich tragbar ist.



Handlungsfeld Arbeitgeber-Attraktivität

New Communication begeistert als attraktiver Arbeitgeber sowohl Mitarbeiter*innen als auch Bewerber*innen. New Communications prägende Attribute sind grün, smart und wow. Die NC-Mitarbeiter*innen sind modern und lässig. Dieses Image wird in allen kommunikativen Touchpoints stringent vermittelt.

Handlungsfeld stabiler Arbeitsplatz

Die Eigenkapitalquote erfüllt die Anforderungen einer guten Bankenbonität. Das Gross-Income der Agentur sorgt für wirtschaftliche Stabilität und stetige Kapitaldienstfähigkeit. New Communication hat eine breite Kundenbasis in unterschiedlichen Branchen. Die Kund*innen sind treu, begeistert und empfehlen die Agentur weiter.

Handlungsfeld Full Service

New Communication bietet in allen Dienstleistungen ein qualitativ sehr hohes Niveau. Wegen der hohen Kompetenz in den unterschiedlichen Kommunikationsbereichen, vertrauen immer mehr Kund*innen New Communication ihre Kommunikationsaufgaben an.

Handlungsfeld Workflows

Unproduktive Prozesse sind minimiert, Workflows sind bekannt und eingespielt. New Communications Agentur-Management-Software arbeitet zufriedenstellend, stiftet viele Mehrwerte und optimiert die Prozesse.

Handlungsfeld Gutes Betriebsklima

Das Betriebsklima bei New Communication ist von Vertrauen, Respekt, Spaß und Hilfsbereitschaft geprägt. Die Motivation in und Identifikation mit der Agentur sind durchgehend sehr hoch.

Handlungsfeld Work Life Balance

Nahezu alle Mitarbeiter*innen sind in der Lage, von zu Hause aus komfortabel und ohne Performanceverlust zu arbeiten.

04 TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die Dienstleistung von New Communication sind die Konzeption und Evaluation von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen sowie die Umsetzung dieser Maßnahmen über alle Mediengattungen. NCS Kund*innen sind Unternehmen, öffentliche Institutionen, Vereine, Verbände und öffentliche Verwaltungen – überwiegend in Norddeutschland. Um Maßnahmen umzusetzen, arbeiten wir mit unterschiedlichen Produzent*innen und Dienstleister*innen, Hostinganbieter*innen sowie Medienpartner*innen zusammen. Bei der Beschaffung und Dienstleister*innen-Auswahl ist es unser Ziel, eine möglichst ökonomisch und ökologisch sinnvolle Lösung für unsere Kund*innen zu finden.



Die Agent*innen von New Communication entwickeln Kommunikationsmaßnahmen in allen Mediengattungen.

05 VERANTWORTUNG

Nachhaltigkeit ist ein fester Punkt unserer Strategie. Die Verantwortung der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie trägt Geschäftsführer Sören Mohr. In der operativen Umsetzung liegt es in vielen Bereichen beim agenturinternen Green Team. Einkauf und die IT-Leitung nehmen die Beschaffung vor. Nachhaltigkeit in einzelnen Projekten liegt in den Verantwortungsbereichen der jeweiligen Kundenberater*innen von New Communication. Das Management-Team entwickelt nachhaltige Beratungs-Guidelines. Das Controlling der Nachhaltigkeitsmaßnahmen liegt im Bereich Finanzen.

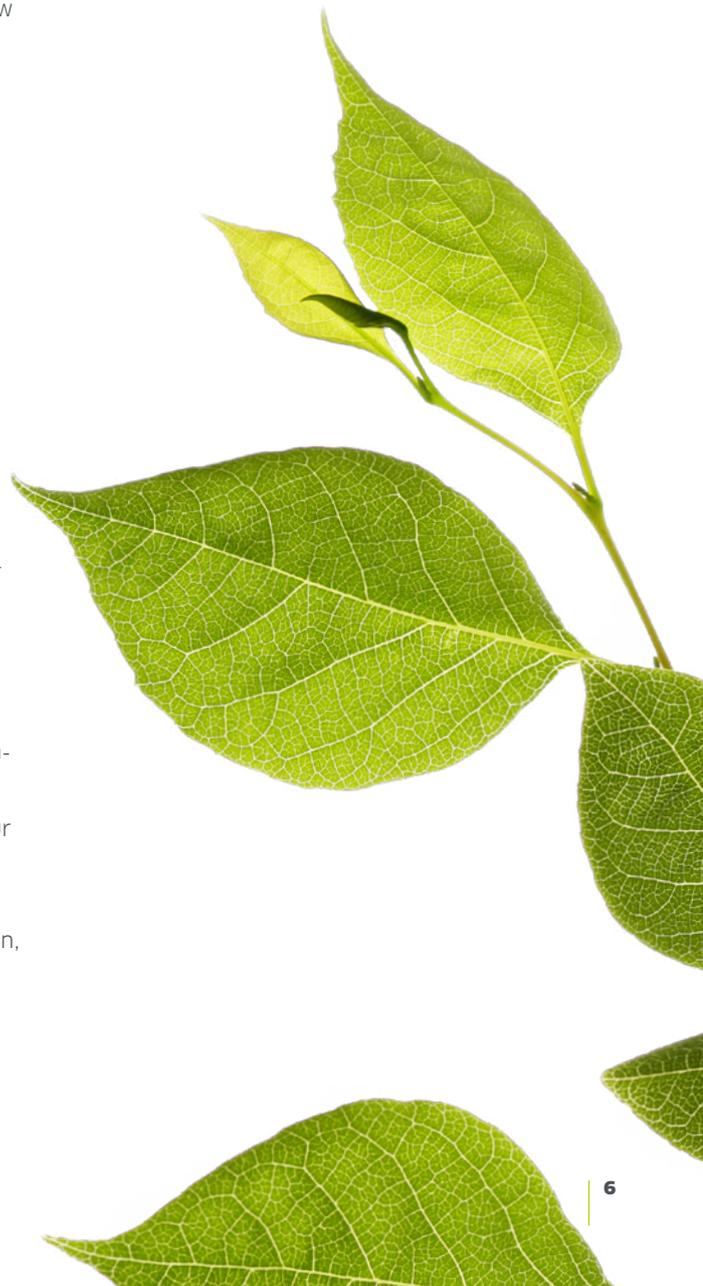
06 REGELN UND PROZESSE

Nachhaltigkeit spielt in NCS Vision 2025 eine zentrale Rolle. Zu allen priorisierten Handlungsfeldern haben wir konkrete Zielsetzungen formuliert. Jedes Ziel hat konkrete Zielterminanten. Darin sind Grad und Zeitpunkt der Zielerreichung, Maßnahmen und Zuständigkeiten festgehalten.

Diese Ziel- und Maßnahmenbeschreibung entwickelt NC regelmäßig im Management-Kreis, in agenturinternen Evolution Days und im agenturinternen Green Team weiter. Die Geschäftsführung befähigt, motiviert und überwacht die Einhaltung und Umsetzung der unterschiedlichen Ziele und Maßnahmen.

In der agenturinternen Mission Verantwortung beschreibt New Communication die Haltung der Agentur zu unterschiedlichen Themenfeldern – und welche Verhaltensformen sich daraus ableiten. Die Mission ist für alle Mitarbeiter*innen in der aktuellen Fassung zugänglich.

Die agenturinterne Philosophie beschreibt konkrete Verhaltensweisen, die als verbindendes Element die gelebte Kultur von New Communication widerspiegeln. Alle Mitarbeiter*innen kennen die Philosophie von New Communication.



07 KONTROLLE

Handlungsfeld **Ökonomie**

Ziel bis 2025: Erhöhung der Eigenkapitalquote auf 50 %

- 2019: 30,2 %
- 2020: 27,1 %

Ziel bis 2025: Anteil der stillen Gesellschafter*innen am Eigenkapital von 20 %

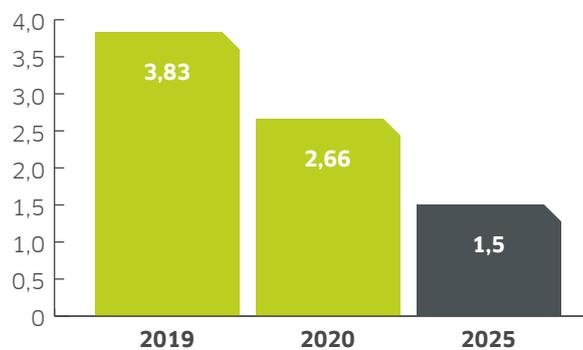
- 2019: 11,8 %
- 2020: 10,8 %



Handlungsfeld **Ökologie**

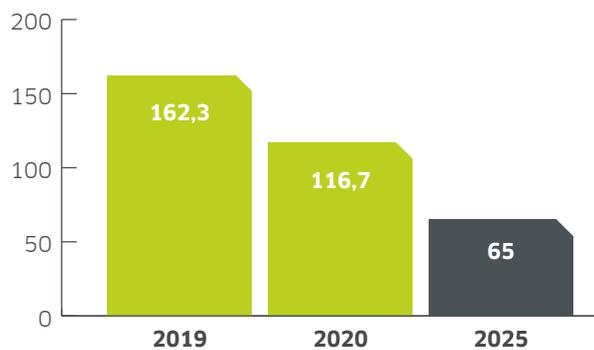
Ziel: Reduktion des CO₂e-Verbrauchs bis 2025 auf 1,5 Tonnen pro Mitarbeiter*in

t CO₂e/Mitarbeiter*in (2019-2020 Ist, 2025 Plan)



Ziel: Reduktion des CO₂e-Verbrauchs bis 2025 absolut auf 65 Tonnen CO₂e

t CO₂e absolut (2019-2020 Ist, 2025 Plan)



Jährliches Ziel: Klimaneutralität der Geschäftsaktivitäten

- 2020: erfüllt
- Verbrauch: 116,7 t CO₂e
- Kompensation: 206,3 t CO₂e



myclimate
neutral
Unternehmen

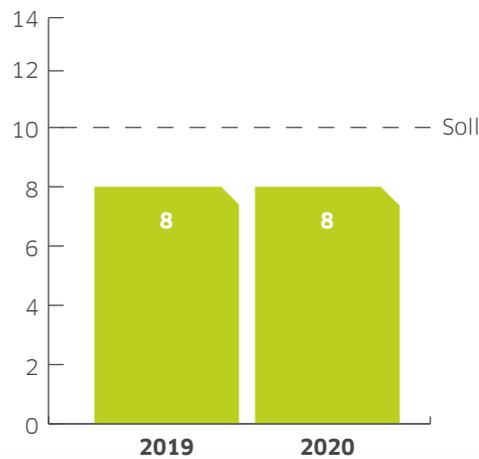
myclimate.de/01-20-672783

Handlungsfeld Soziales

Jährliches Ziel Fluktuation:

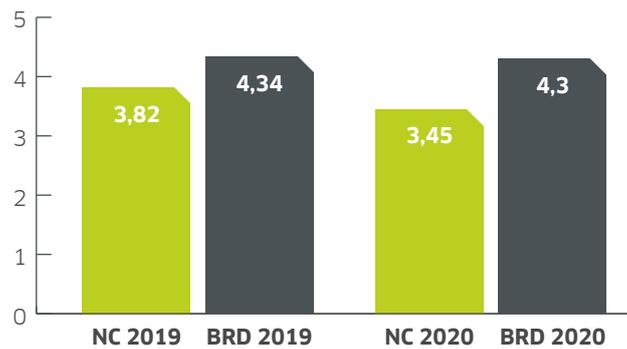
Fluktuationsquote unter 10 %

Fluktuationsquote in %



Jährliches Ziel Fehlzeiten: Fehlzeiten deutlich unter dem Bundesdurchschnitt

Fehlzeiten NC/Bundesdurchschnitt (BRD) in %

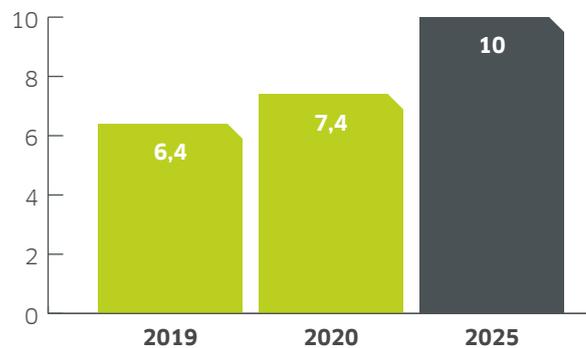


Quelle: Statista auf Basis GKV-Zahlen



Ziel: durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der NC-Mitarbeiter*innen bis 2025 liegt über 10 Jahre

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren



Jährliches Ziel: keine Betriebsunfälle oder Datenschutzverstöße

- Betriebsunfälle 2019: 0
- Datenschutzverstöße 2019: 0
- Betriebsunfälle 2020: 0
- Datenschutzverstöße 2020: 0



08 ANREIZSYSTEME

Bei New Communication gibt es keine expliziten Anreizsysteme für die Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele. Die Zielerfüllung erfolgt intrinsisch, da das Zielsystem bei New Communication Ergebnis eines gemeinsam entwickelten Strategieprozesses ist.

Die durchschnittliche Zufriedenheit der Mitarbeit mit der Vision 2025 und den damit verbundenen Nachhaltigkeitszielen ist sehr hoch (Durchschnittlich 9 von 10 Punkten – Basis Mitarbeiter*innen-Gespräche im 1. Quartal 2021). Daraus resultiert eine sehr hohe Motivation, die gesteckten Ziele auch zu erreichen.



09 BETEILIGUNG VON ANSPRUCHSGRUPPEN

Im Strategieprozess 2020 sind folgende Anspruchsgruppen mit einbezogen worden:

1.**Kund*innen**
2. **Mitarbeiter*innen**
3. **Eigentümer*innen/Gesellschafter*innen**
4.**Dienstleister*innen/freie Mitarbeiter*innen**
5.**Potenzielle Mitarbeiter*innen**
6. **Banken**
7.**Lieferant*innen**
8.**Medien/Multiplikator*innen**

Die Reihenfolge der Anspruchsgruppen gibt deren Bedeutung für die Priorisierung der Handlungsfelder und Maßnahmen wieder.

Die Wünsche und Bedürfnisse unseren Kund*innen holen wir im Rahmen der täglichen Betreuung, in Form von Jahres- und Quartalsgesprächen als auch durch qualitative Befragungen ein.

Die Wünsche der Mitarbeiter*innen werden strukturiert durch jährlich stattfindende 360-Grad-Feedbackgespräche ermittelt. In Evolution Days entwickeln wir die Strategie 2025 und die Maßnahmen regelmäßig gemeinsam weiter.

Die Eigentümer*innen und Gesellschafter*innen legen ihre Wünsche und Zielsetzungen auf der jährlich stattfindenden Gesellschafterversammlung fest.

Auch mit den wichtigsten Dienstleister*innen und freien Mitarbeiter*innen gibt es einen regelmäßigen Dialog über deren Ziele und Wünsche.

Potenzielle Mitarbeiter*innen werden auf Jobmessen und im Einstellungsprozess befragt. Darüber hinaus ziehen wir Wünsche und Erwartungen aus aktuellen Arbeitnehmer*innen-Studien.

Mit den Banken führen wir ebenfalls Jahresgespräche.

Mit Lieferant*innen, Medien und Multiplikator*innen findet ein anlassbezogener Austausch statt.

10 INNOVATIONS- UND PRODUKTMANAGEMENT

Das Innovations- und Produktmanagement ist darauf ausgelegt, für die Zukunft nachhaltigere Kommunikationslösungen zu entwickeln. Nachhaltigkeit bedeutet für unsere Kommunikationsprodukte und Dienstleistungen, dass diese

- **effizient (ökonomisch nachhaltig),**
- **ressourcenschonend (ökologisch nachhaltig) und**
- **zielgruppengerecht, aufmerksamkeitsstark, klar, bedienungsfreundlich, barrierearm und verständlich (sozial nachhaltig) sind.**

Unsere Produkte und Dienstleistungen nehmen vornehmlich Energie (digitale Produkte) und Ressourcen in Form von Papier in Anspruch. Da wir Printprodukte nicht selbst produzieren, achten wir darauf, dass Erzeugnisse für New Communication klimaneutral und auf recyceltem Papier produziert werden. Hinsichtlich der Printprodukte für unsere Kund*innen beraten wir sie dahingehend und reduzieren – wo es möglich ist – die Auflage von Printprodukten. Digitale Produkte programmieren wir – sofern es die Wünsche der Kund*innen zu lassen – ressourcensparend und so, dass bei der Nutzung der Produkte möglichst wenig Energie nötig ist. New Communication empfiehlt seinen Kund*innen grüne Hoster für ihre digitalen Produkte.

In unsere Beratung fließen konsequent Nachhaltigkeitsüberlegungen mit ein. Je nach Kund*in, Zielgruppe und Projekt, werden unterschiedliche Aspekte optimiert.

Unser Ziel ist es, dass unsere Kommunikation klar und verständlich ist. Wir achten daher auf verständliche Sprache sowie ein durchdachtes Design, das eine gute Nutzer*innen-Erfahrung ermöglicht. Wir beraten und optimieren bei Bedarf die Kommunikationskanäle in punkto Gendergerechtigkeit, Barrierefreiheit und Datenschutzkonformität.

Wir suchen neue smarte Kommunikationslösungen, die kommunikative Prozesse beschleunigen und einen effizienten Einsatz der Werbemedien ermöglichen. Wir verzichten auf stark CO₂-belastende Werbeformen wie Flugzeuggbanner-Werbung oder Guerilla-Werbeaktivitäten, die wir als in hohem Maße umweltschädlich einstufen. Die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen nehmen einen zunehmend stärkeren Fokus der Agenturarbeit ein.

Unser Trendradar hält permanent Ausschau nach nachhaltigen Kommunikationslösungen. Diese bereiten wir auf und stellen sie in unserem jährlich stattfindenden Trendspot Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Geschäftspartner*innen vor.

Kritische Nachhaltigkeitsbetrachtung unserer Dienstleistung

Im Marketing geht es immer auch um die Vermarktung anderer Produkte und Dienstleistungen. Somit ist eine negative Auswirkung unserer Arbeit, dass sie den Konsum von Produkten und Dienstleistungen steigern oder anregen soll.

Das kann jedoch auch positive Auswirkungen haben. Zum Beispiel werden so Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten. Grundsätzlich ist New Communication bestrebt, den Konsum dauerhaft zu verschieben, sodass er bewusster und nachhaltiger wird.

Als Werbe- und Marketingagentur hat New Communication mit nahezu allen bekannten Branchen Kontakt und Kund*innen aus Industrie, Wirtschaft, Verwal-

tungen und Institutionen, Tourismus, Logistik, Handwerk, Immobilien, Finanzen und Energie. Durch diese Kontakte und die Art unserer Dienstleistungen hat New Communication auch Einfluss auf Kommunikation und Strategie diverser Kund*innen. Diese Rollen nehmen wir sehr ernst.

Wir sehen uns als Wandlungskatalysator, der andere Unternehmen nicht nur allgemein, sondern auch in teils sehr konkreten Projekten besonders zu nachhaltigen Maßnahmen berät. Wir haben das Ziel, dass nicht nur wir als Agentur grün und smart sind, sondern auch unsere Kund*innen durch uns grüner und smarter werden.

11 INANSPRUCHNAHME NATÜRLICHER RESSOURCEN

Unsere Agentur nimmt Strom- und Heizenergie in Anspruch. Darüber hinaus nutzen wir Ressourcen wie Büroartikel und Papier, technische Geräte wie Laptops, mobile Endgeräte, Kameras und technische Peripherie wie Drucksysteme, Foto- und Tonstudio. Auch die Mobilität zu unseren Kund*innen und zurück sowie die Pendelfahrten der Mitarbeiter*innen zum Headquarter von New Communication und zurück haben einen Einfluss auf das Klima.

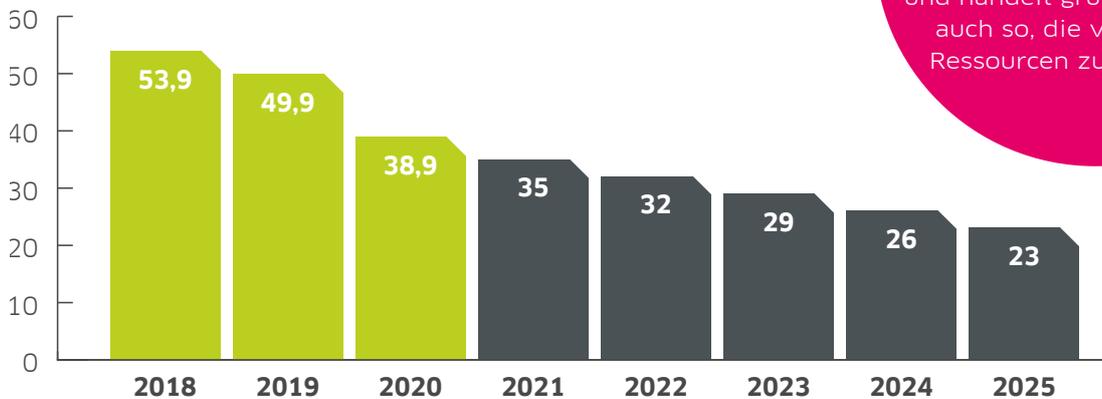
12 RESSOURCENMANAGEMENT

Mobilitätswende

2018 haben wir durch unsere Mobilität noch 53,9 Tonnen CO₂e verbraucht. Bis 2025 sollen es nur noch 23 Tonnen CO₂e sein.



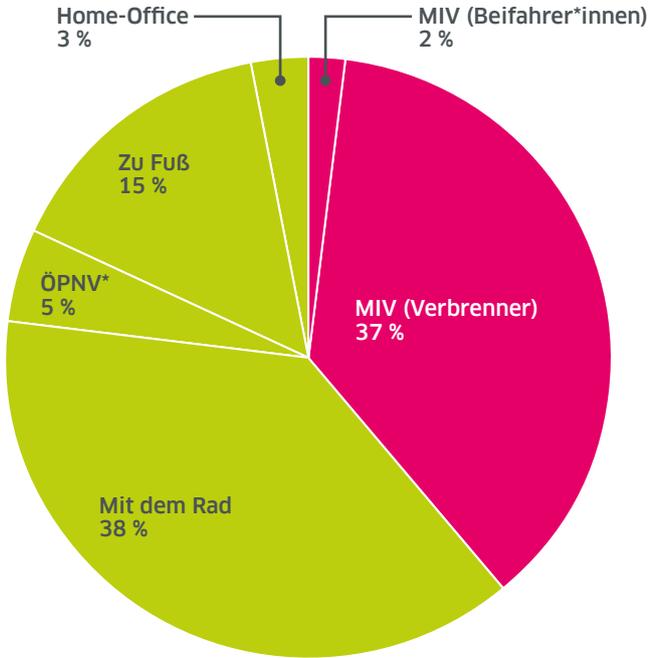
13 MASSNAHMEN ZUM
KLIMASCHUTZ



New Communication denkt und handelt grün und versucht auch so, die verbrauchten Ressourcen zu minimieren.

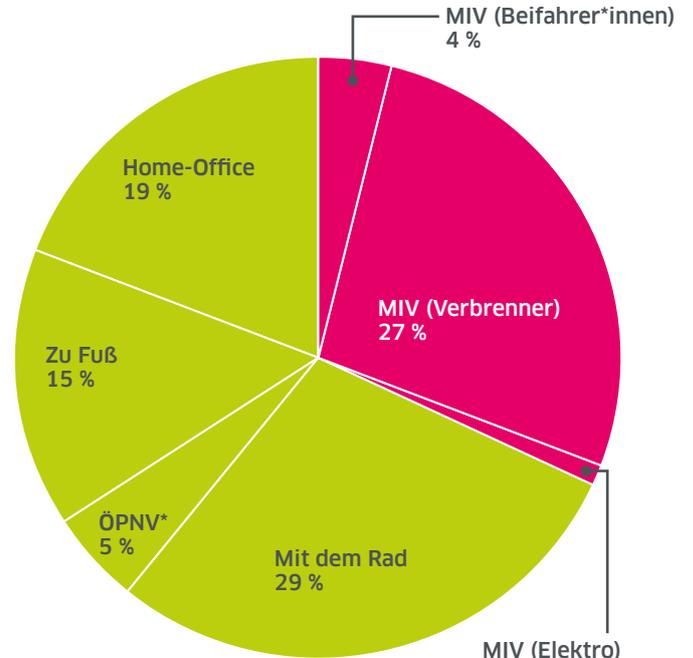
Wir erreichen unser Ziel, indem wir Fahrten vermeiden und auf andere Verkehrsformen ausweichen. Unser Modal-Split zeigt, mit welchen Verkehrsformen die Mitarbeiter*innen ins Headquarter kommen:

Modal Split NC 2019



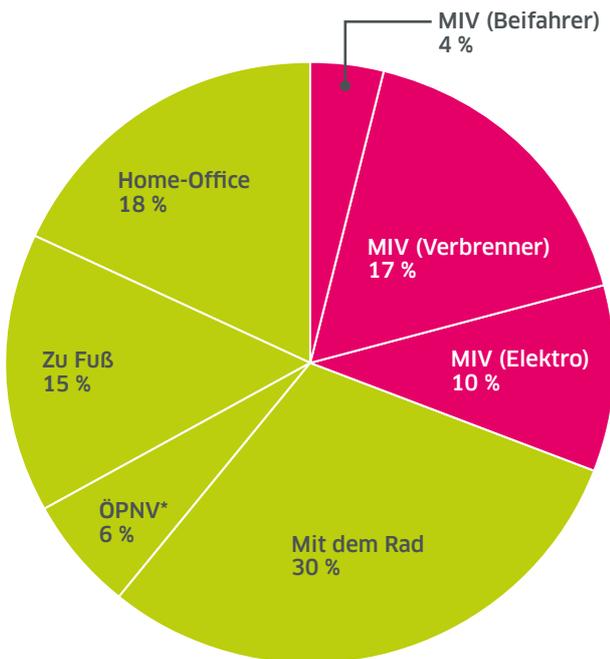
*Bus, Zug, etc.

Modal Split NC 2020



*Bus, Zug, etc.

Ziel-Modal-Split NC 2022



*Bus, Zug, etc.





Mit folgenden Maßnahmen erreichen wir dieses Ziel:

Fahrradfreundlichkeit

Fahrradfahren ist eine klimaneutrale Fortbewegungsform. New Communication bietet Mitarbeiter*innen eine sehr fahrradfreundliche Umgebung. Dazu gehören

- abschließbare Fahrradstellplätze
- Fahrradreparaturstation in der Agentur
- Jobrad-Angebot
- Dusch- und Umkleieraum
- Fahrradaktivierungs-Aktionen.



eMobilität-Offensive

New Communication setzt auf Elektro-Mobilität und stellt den Fuhrpark um. Mit Unterstützung der Stadtwerke Kiel wurden im Rahmen eines Förderprojektes E-Ladesäulen mit insgesamt vier Ladepunkten errichtet. Hier werden die Fahrzeugflotte von New Communication, aber auch PKW von Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen aufgeladen. Natürlich mit Ökostrom und eigener Solarenergie.



Micromobilität

Für kurze Distanzen greifen wir auf unseren Scuddy oder das Agentur-eBike von MyBoo zurück.



Flugverbot

Bei Entfernungen jenseits von 200 km nutzen wir vorzugsweise den ÖPNV. Seit 2021 haben wir uns für ein internes Flugverbot für Reisen zu Kunden, Fachmessen und Weiterbildungsveranstaltungen entschieden.



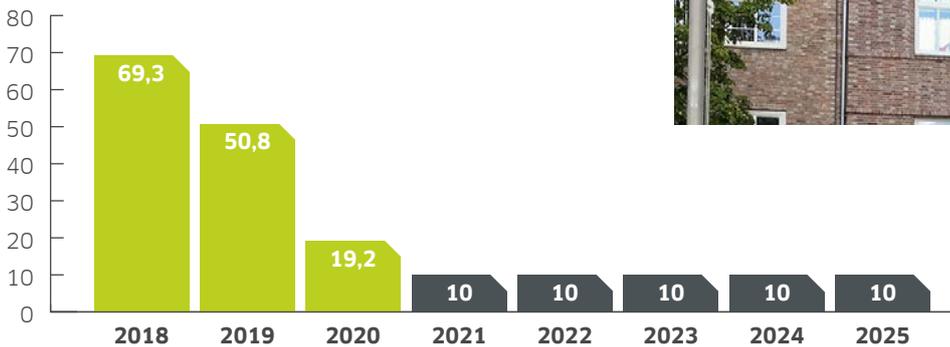


Energie

Energiewende

Die CO₂-Belastung durch unseren Energieverbrauch betrug 2018 noch 69,3 Tonnen CO₂e. Ziel ist es, die CO₂-Belastung auf 10 Tonnen CO₂e pro Jahr zu senken.

Verbrauch durch Energie und Wärme in t CO₂e (2018-2020 ist, 2021-2025 Plan)



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



Grüne Energie – Strom

Die CO₂-Belastung durch unseren Energieverbrauch betrug 2018 noch 69,3 Tonnen CO₂e. Ziel ist es, die CO₂-Belastung auf 10 Tonnen CO₂e pro Jahr zu senken.



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



Küstenkraftwärme

Im Kieler Küstenkraftwerk entsteht bei der Energieproduktion Wärme. Diese nutzen wir seit 2020, um unser Headquarter über Fernwärme zu heizen.



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



Energiesparmodus

Bei der Neuanschaffung von Leuchtmitteln und technischen Geräten sind Energieverbrauch und Langlebigkeit zentrale Kriterien. So versuchen wir trotz zunehmender Digitalisierung unsere Ressourcenverbräuche zu verringern.



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE





Gesundheit

Gesund leben

Zugegeben: Wir sitzen täglich viel am Monitor. Trinken vergleichsweise viel Kaffee, essen viel Kuchen und nach Feierabend schmeißen wir auch gerne mal unseren Grill an und trinken einen Kleinen Feigling oder ein Lille-Bier. Diese kleinen Sünden gleichen wir mit gesunden und verantwortungsvollen Maßnahmen aus.



Fairtrade Kaffee

Wir setzen zu 100 % auf fair gehandelten Kaffee.



Fit und entspannt

In unserer Brain- und Body-Box können sich Mitarbeiter*innen auf dem Massagesessel entspannen. Oder sich mit unseren Fitnessgeräten fit halten.



Wasser to go

Stilles Wasser und Selter gibt's für unsere Mitarbeiter*innen gratis. Damit wir die Logistikaufwände gering halten, gibt es bei uns frisches Leitungswasser aus einer vorgefilterten Zapfstelle.



Obst aus der Region

Damit die Vitaminzufuhr sichergestellt ist, gibt es für alle Mitarbeiter*innen regelmäßiges frisches Obst aus der Region.



Urban Gardening

Wir pflanzen Tomaten und einige Kräuter in unserem Garten selbst an. Das macht zwar noch nicht satt, schmeckt aber lecker und ist praktisch.



Fleißige Bienen

In Kooperation mit Kieler Honig produzieren unsere Bienen regelmäßig leckeren Honig. Alle Geschäftspartner*innen, die uns klimaneutral besuchen, bekommen ein Honigglas gratis.



Klimafreundliches Reisen

Bei Foto- und Filmproduktionen, Events und im Urlaub kommt regelmäßig unser Mobile Quarter von Hobby zum Einsatz.





Abfall und Recycling

Durch vielfältige Recyclingaktivitäten versuchen wir, unsere Restmüllmengen zu reduzieren.

Wir recyceln:

- Altpapier
- Datenmüll
- Altglas
- Pfandglas
- Kunststoffe und Plastik
- Biomüll
- Elektroschrott
- LED- und Energiesparlampen
- Batterien
- Datenträger
- Textil
- Metall
- Give-aways

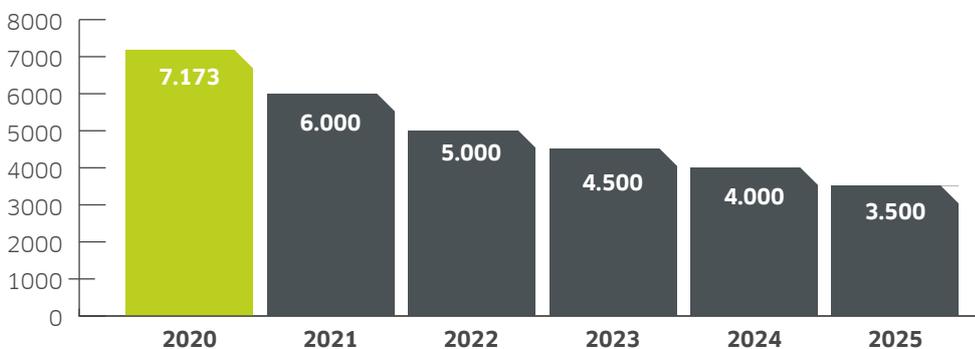
Für die unterschiedlichen Abfallarten gibt es Sammelsysteme. Unseren Batterieverbrauch verringern wir durch konsequenten Einsatz von Akkus. Seit 2020 erheben wir systematisch unsere Abfallmengen.

Abfallmengen im Jahr 2020



Daraus ergibt sich eine Abfallmenge von 7.173 kg an nicht recyclefähigen Materialien.

Entwicklung der nicht recycelten Abfallmengen in kg (2020 Ist, 2021–2025 Plan)



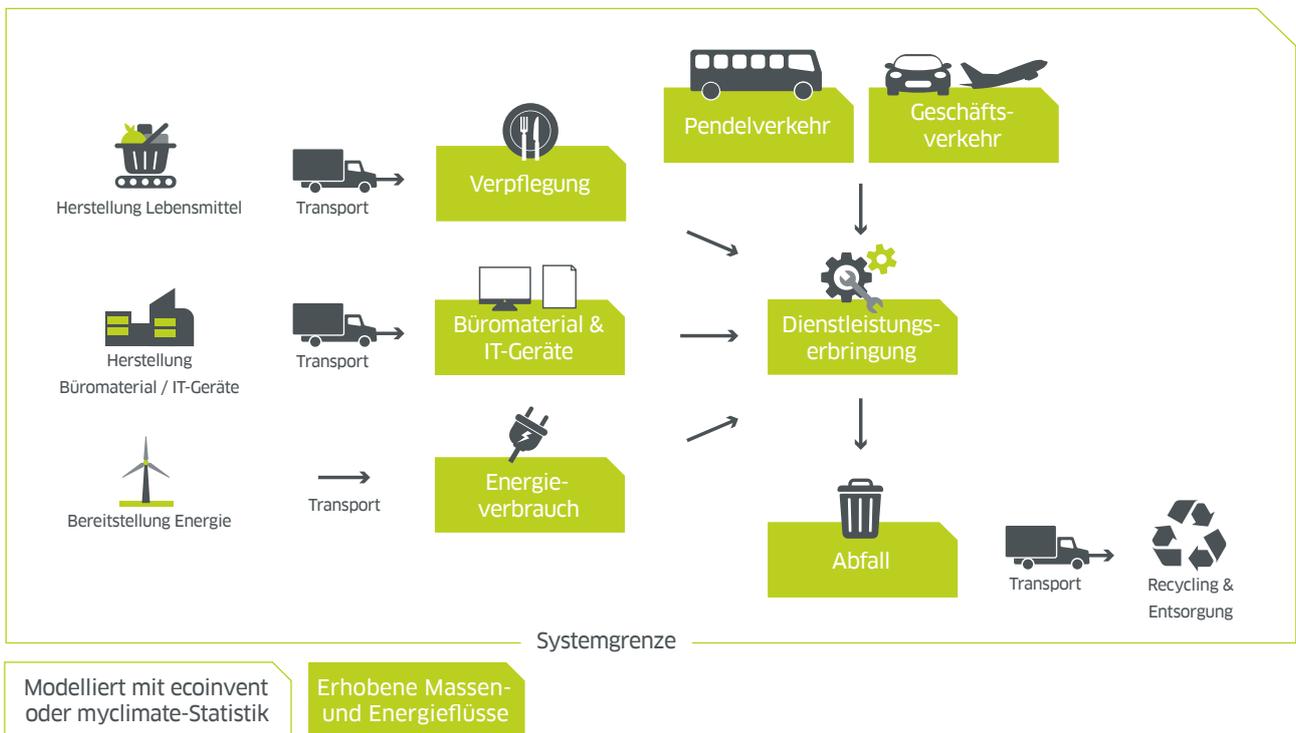
Wir verwenden recyceltes Papier für eigene Printprodukte. Diese werden klimaneutral produziert.

13 KLIMARELEVANTE EMISSIONEN

Die Ermittlung der Gesamtbilanz unserer CO₂-Emissionen erfolgt nach der Bewertungsmethode IPCC 2013 (Intergovernmental Panel on Climate Change). Dabei wird das Treibhausgaspotenzial über einen Zeitraum von 100 Jahren betrachtet. Die Klimabelastung wird generell mit der Einheit t CO₂e (Tonnen CO₂-Äquivalent) angegeben, welche die Wirkung aller relevanten Treibhausgase summiert.

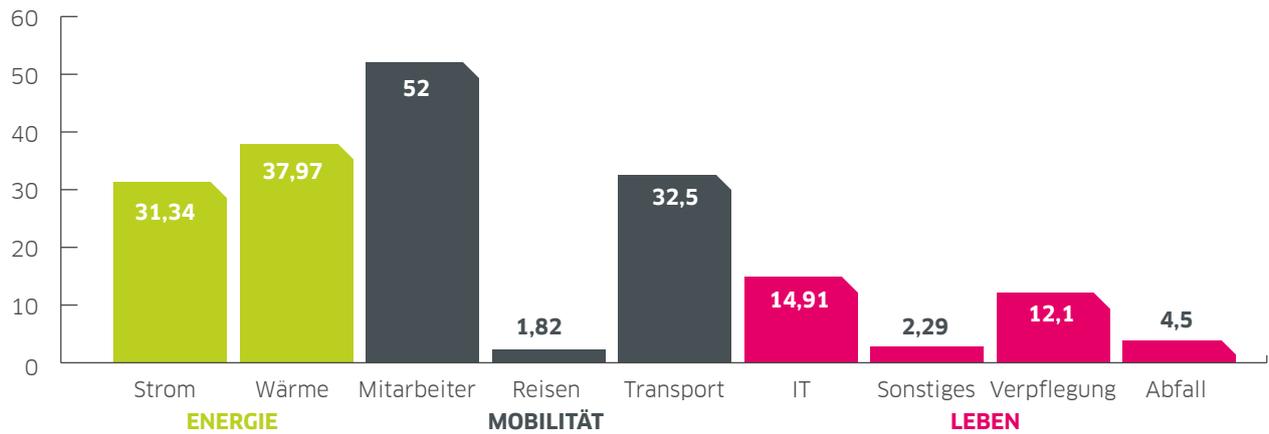
Treibhausgasbilanz

Grafik von myclimate



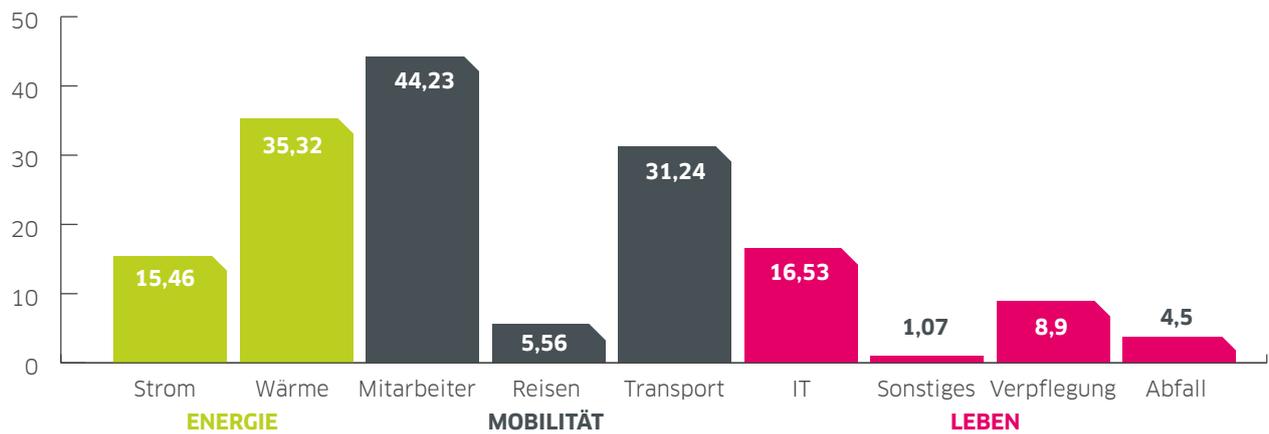
t CO₂e-Verbrauch 2018

(Gesamt: 189,6 to CO₂e)



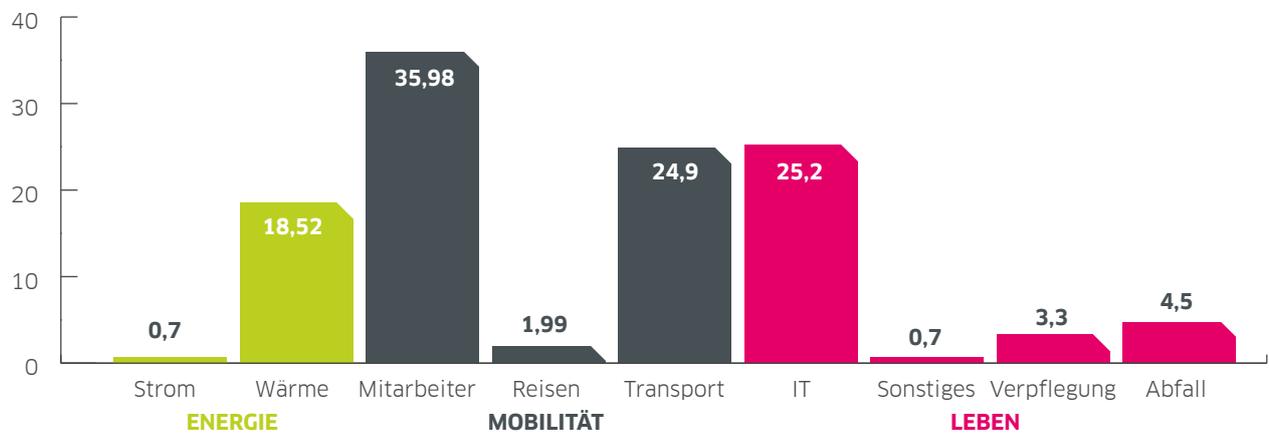
t CO₂e-Verbrauch 2019

(Gesamt: 162,3 to CO₂e)

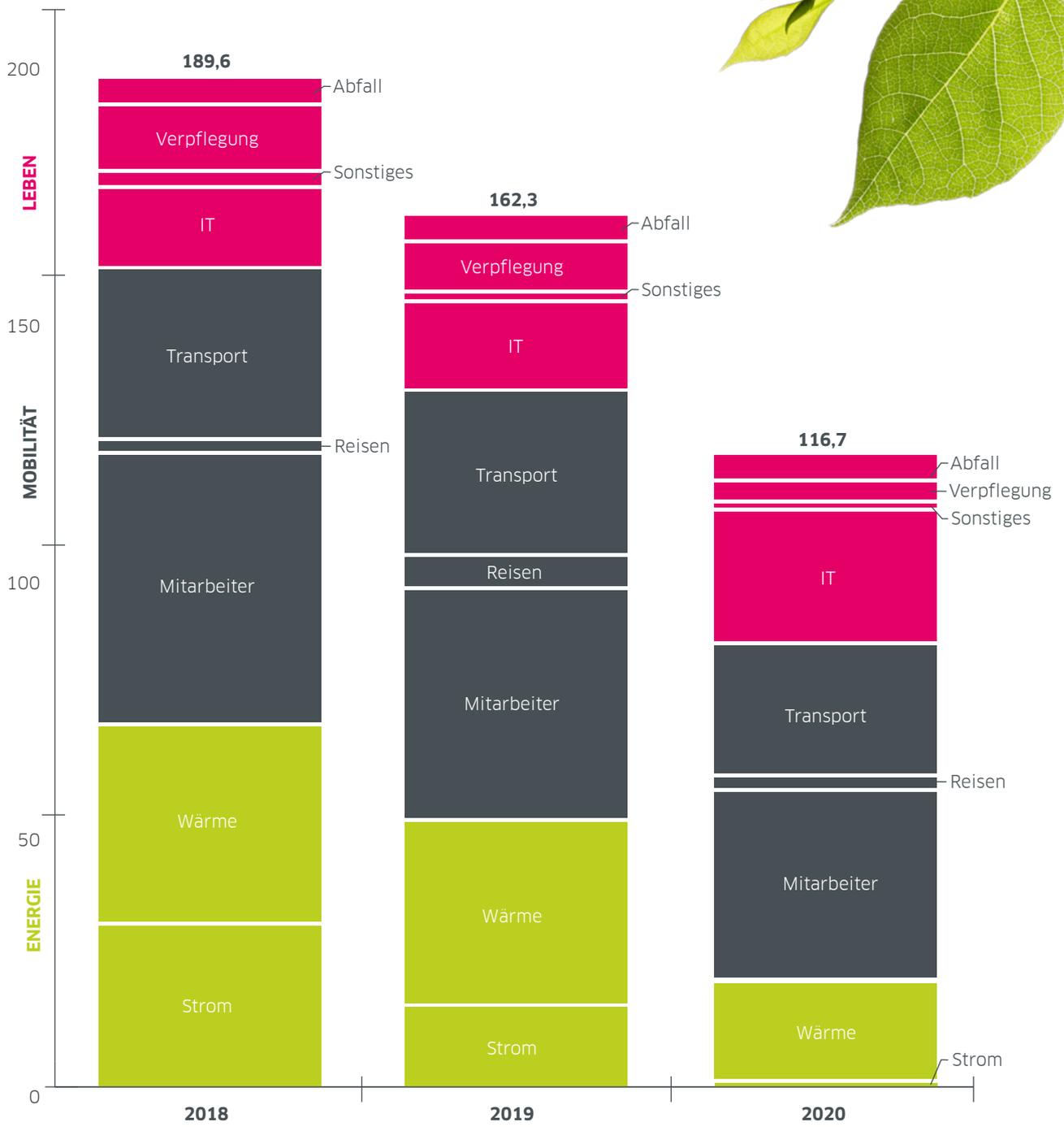


t CO₂e-Verbrauch 2020

(Gesamt: 116,7 to CO₂e)



Gesamtübersicht t CO₂e-Verbrauch 2018-2020



14 ARBEITNEHMERRECHTE

New Communication ist nichts ohne motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter*innen. Nur wenn wir ein exzellenter Arbeitgeber sind, sind wir auch für exzellente Mitarbeiter*innen attraktiv. Mit Teambuilding- und Feel-Good-Maßnahmen sorgen wir für gute Stimmung. In unseren Evolution-Treffen überlegen wir regelmäßig gemeinsam, wie wir das Arbeiten in der Agentur noch smarter gestalten können.

Das Maß der Mitbestimmungsmöglichkeiten der Mitarbeiter*innen ist enorm hoch. New Communication hat intern ein Rollenorganisationsmodell etabliert. Hier kann jede*r, wenn er*sie möchte, ein Stück Agenturverantwortung übernehmen – aber auch wieder abgeben.

Der Grad der Mitarbeiter*innen-Zufriedenheit wird in jährlich stattfindenden Personalgesprächen (360-Grad-Feedbackgespräche) ermittelt. Bei Unzufriedenheiten werden direkt Lösungsansätze besprochen und in einer jährlichen Zielvereinbarung festgehalten. Dort werden auch persönliche Weiterentwicklungsziele der Mitarbeiter*innen festgehalten.

Jährliches Ziel: Jede*r Mitarbeiter*in erhält mindestens ein ausführliches Personalgespräch im Jahr

- Personalgesprächsquote 2019: 100 %
- Personalgesprächsquote 2020: 100 %

In regelmäßigen Abständen finden darüber hinaus durch die Universität St. Gallen im Rahmen des Top-Job-Wettbewerbes anonyme Zufriedenheitsuntersuchungen statt.

New Communication unterliegt keiner tariflichen Bindung. Die Arbeitszeiten werden individuell geregelt. Die Arbeitszeiten können nach Absprachen flexibel genommen werden. Auch mobiles Arbeiten ist nahezu für alle Mitarbeiter*innen möglich. Das Gehaltssystem ist transparent und leistungsorientiert.



Ergebnisübersicht des Top-Job-Wettbewerbes 2019

TOP JOB-Gesamtergebnis



Führung & Vision



Motivation & Dynamik



Kultur & Kommunikation



Mitarbeitendenentwicklung & Perspektive



Familienorientierung & Demografie



Internes Unternehmertum



- Durchschnitt der TOPJOB-Unternehmen
- Spektrum der TOPJOB-Unternehmen
- New Communication

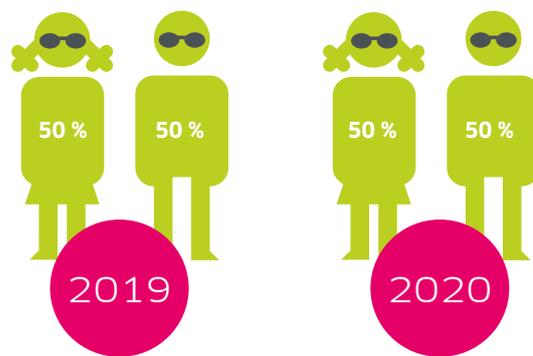


Preisverleihung Top-Job-Arbeitgeber 2019

15 CHANGENGLEICHHEIT

Für New Communication gilt uneingeschränkte Chancengleichheit. Diese ist in der agenturinternen Mission Verantwortung festgeschrieben. Alle Mitarbeiter*innen sind gleichgestellt, unabhängig von Geschlecht, Herkunft, religiöser oder sexueller Orientierung und gesundheitlichen Handicaps.

Jährliches Ziel: Anteil Frauen und Männer im Management-Team von je mindestens 33 %



Jährliches Ziel: faire und transparente Bezahlung

- Lohnkostenunterschied Männer/Frauen 2019: 0 %
- Lohnkostenunterschied Männer/Frauen 2020: 0 %



Unsere Geschäftspartner*innen und Wettbewerber*innen werden von uns respektiert und wertgeschätzt. Verlässlichkeit und Transparenz sind neben Kompetenz, Kreativität und Flexibilität unsere wichtigsten Tugenden. Wir sind offen für Kooperationen.

Jährliches Ziel: keine juristische Auseinandersetzung mit Geschäftspartnern

- Juristische Auseinandersetzung 2019: 1 (mit Versatel – Einigung durch Vergleich)
- Juristische Auseinandersetzung 2020: 0



16 QUALIFIZIERUNG

New Communication bildet aus. Jährlich werden Kaufleute für Marketingkommunikation und Mediengestalter*innen in unterschiedlichen Fachrichtungen ausgebildet. Darüber hinaus bieten wir Studierenden die Chance eines Praktikums sowie die Möglichkeit, Projektarbeiten oder eine Thesis mit oder bei uns zu schreiben.

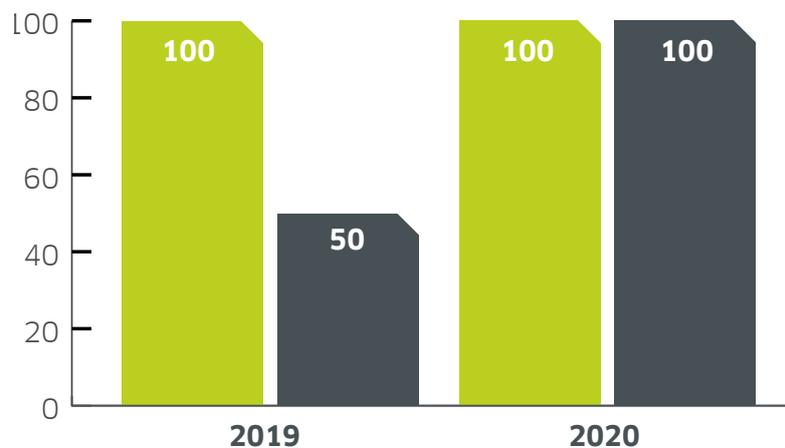
■ **2019:** Beste Ausbildung für die Besten. 2019 stellten wir sowohl die landesbeste Kauffrau für Marketingkommunikation als auch die landesbeste Mediengestalterin.

Im Onboarding gibt es einen persönlichen Einarbeitungsplan und die Begleitung eines*r Mentor*in. Für die Mitarbeiter*innen gibt es wöchentlich interne Schulungen und externe Fortbildungsangebote durch Mitgliedschaften der Agentur im Marketing Club Schleswig-Holstein, im PR Club Hamburg und bei DiWISH (Digitale Wirtschaft Schleswig-Holstein). Darüber hinaus werden individuelle Fortbildungsangebote von Geschäftspartner*innen und Expert*innen genutzt. New Communication verfügt über ein ausgezeichnetes Wissensmanagementsystem.



Jährliches Ziel:
100 % der Auszubildenden und Trainees sollen nach der Ausbildung einen Job erhalten.

Jobquote/Übernahmequote in %



17 MENSCHENRECHTE

Als national agierende Agentur ist die Frage der Menschenrechte nur indirekt relevant für uns. Durch europäische Vorschriften und deutsche Gesetze sind diese umfassend geschützt.

Innerhalb der Lieferkette wenden wir zunehmend Nachhaltigkeitskriterien an. Derzeit liegt uns noch kein umfangreiches Bild der Nachhaltigkeitsbemühungen unserer Geschäftspartner*innen vor.

Ziel:
Tiefergehenden Einblick in die Wertschöpfungsketten gewinnen und bei Bedarf positive Änderungen herbeiführen.

18 GEMEINWESEN

New Communication engagiert sich



- für die Region
- für sozialen Ausgleich
- für Umweltschutz
- für Wissenszuwachs und Kooperation.

Für die Durchführung von Corporate-Responsibility-Aktivitäten steht allen Mitarbeiter*innen ein Corporate Volunteering Day im Jahr als bezahlte Arbeitszeit zur Verfügung. In Einzelfällen wird dieses Kontingent aufgestockt. Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter*innen wird bestmöglich gefördert.



Das Gemeinwohl-Herz von New Communication ist groß und vielfältig.

Hier eine Übersicht unserer Aktivitäten:

Regionales, kulturelles Engagement

- Mitglied im Verein zur Förderung der Kieler Woche
- Remmi-Demmi-Partner beim Kiel Triathlon

Umweltengagement

- CO₂-Ausgleich über MoorFutures – Bewässerung heimischer Moore
- Fördermitgliedschaft bei Ozeankind
- Plastikmüllkompensation über Plastic-Bank
- Bienen-Patenschaft beim Kieler Honig
- Aufforstung in Schleswig-Holstein über ReForest

Soziales Engagement

- Unterstützung der Freiwilligen Feuerwehren bei der Nachwuchsgewinnung
- Unterstützung von Hempels
- Unterstützung des THW-Handballcamps

Wissens- und Kooperationsengagement

- Mitgliedschaft und Vorstandstätigkeit durch Sören Mohr im Marketing Club Schleswig-Holstein e.V.
- Mitgliedschaft und Vorstandstätigkeit durch Sören Mohr im Digitale Wirtschaft Schleswig-Holstein e.V.
- Mitgliedschaft und Vorstandstätigkeit durch Anja Scharfenberg bei den Wirtschaftsjunioren Kiel
- Mitwirkung durch Lutz Lungershausen beim Kieler Kreativ-Stammtisch
- Sponsor der Kieler Barcamps
- Mitgliedschaft im Kieler Presse Club
- Mitgliedschaft PR-Club Hamburg
- Mitgliedschaft im Bund der Steuerzahler
- Sponsoring des Vereins für Digitale Ethik
- Beiratsmitglied durch Sören Mohr im Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel
- Sponsor der Nacht der Wissenschaft in der KielRegion
- Kostenlose Bereitstellung von Calliope-Klassensätzen für erste Programmiererfolge in der Grundschule



Finanzielles Engagement

Wir sind Mitglied bei der GLS Bank und tätigen darüber unser finanzielles Investment in Nachhaltigkeitsfonds:

- 500 Stück Fair World Fonds
- 619 Stück GLS Bank Klimafonds

Auch unsere anderen langjährigen Hausbanken Förde Sparkasse und HypoVereinsbank streben eine hohe Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsorientierung an.

Wir wollen die Dimension unserer Gemeinwohlorientierung stetig verbessern. Dennoch können wir nicht alle Sponsoringanfragen positiv bescheinigen.



Erste Programmiererfolge in Grundschulen: mit kostenlosen Calliope-Klassensätzen von New Communication

19 POLITISCHE EINFLUSSNAHME

New Communication finanziert weder direkt noch indirekt politische Parteien oder politische Mandatsträger*innen. Auch Werbung für Parteien ist für New Communication tabu.

Durch unsere Mitgliedschaft in der Digitalen Wirtschaft Schleswig-Holstein und in der Gemeinwohl-Ökonomie streben wir eine verbesserte und ethisch verantwortungsvolle Digitalisierung der Gesellschaft an sowie eine Gemeinwohl-Orientierung aller wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Akteure.



Toleranz, Gleichberechtigung und Anti-Diskriminierung ist klare Haltung von NC



20 GESETZES- UND RICHTLINIEN-KONFORMES VERHALTEN

Die Sustainable Development Goals sind zentrale Richtschnur unseres Handelns.

Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten ist für New Communication bindend. Urheberrechte und Datenschutz sind für uns wertvolle Güter. Wir sind konsequente Befürworter*innen von Transparenz. Verbote und überladende Bürokratie finden bei uns keinen Applaus. Bei der Durchführung von Guerilla-Marketingmaßnahmen interpretieren wir manchmal die Vorgaben des Ordnungsamtes etwas freier. Leider ereilt uns auch der ein oder andere Strafzettel für zu schnelles Fahren oder Falschparken. Diese werden dann aber von den jeweiligen Verursacher*innen selbst getragen.

Durch interne Schulungen, Checklisten und Vier-Augen-Prinzipien weisen wir auf relevante Gesetze und Richtlinien hin und überprüfen deren Einhaltung.

Jährliches Ziel:

keine schwerwiegende Gesetzes- oder Richtlinien-Verstöße von New Communication und den Mitarbeiter*innen

- 2019: keine
- 2020: keine



ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Sustainable Development Goals in der Übersicht





Kontakt

New Communication GmbH & Co. KG
Jägersberg 23
24103 Kiel

Fon: 0431 90 60 70
Fax: 0431 90 60 7-77
hello@new-communication.de
www.new-communication.de

 **myclimate**
neutral
Unternehmen
myclimate.de/01-20-672783



new
communication

