

Wir. Unternehmen. Verantwortung.

CSR-Report für den Zeitraum 2013 bis 2020, Stand Oktober 2020



Von CSR zum USP: Unser Weg zu einem nachhaltig ausgerichteten Werbeunternehmen

Was heißt eigentlich „**Corporate Social Responsibility**“ (CSR)? Wortwörtlich übersetzt bedeutet es „Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung“ und umschreibt laut Wikipedia „... den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt), über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen (Stakeholdern).“

Warum CSR?

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung muss aus unserer Sicht bei jedem selbst beginnen, ist aber auch immer eine gemeinsame Aufgabe. Wir als Unternehmen setzen daher besonders auf Teamwork und auf partnerschaftliche, öffentliche Initiativen. Dies ist aber für uns nicht erschöpfend. Wir möchten uns weiterentwickeln, unser nachhaltiges Handeln professionalisieren und unsere Initiativen weiter ausbauen. Dies ist für uns eine Grundvoraussetzung, um jetzt und in Zukunft mit konkreten Nachhaltigkeitskonzepten sinnvolle Maßnahmen zu

initiiieren. Unsere CSR-Ideale und unser CSR-Engagement sollen nicht nur strategisch in unserem Leitbild verankert werden, sondern auch gleichzeitig für unsere Kunden nachhaltige Vorteile sichern (**Unique Selling Proposition: USP**).

Unser CSR-Engagement

Mit unserer Teilnahme an der Workshopreihe des CSR-Kompetenzzentrums Münsterland wollten wir dem Vorbild einiger örtlich ansässiger Unternehmen folgen und unser Handeln im Hinblick auf betriebliche Wirkungsaspekte der wesentlichen CSR-Handlungsfelder sensibilisieren. Weiterhin konnten wir uns in diesem Format regelmäßig mit gleichgesinnten Unternehmen austauschen und mit Hilfe einer externen Mitarbeiterin unser bisheriges CSR-Engagement beurteilen.

Die Ergebnisse dieser Selbstbewertung, die bisher eher intuitiv entstandenen Maßnahmen und die im Rahmen der Workshopreihe entwickelten Schritte, möchten wir Ihnen in diesem Bericht zusammenfassen und vorstellen. Der

vorliegende Bericht enthält die in den vergangenen Monaten gewonnenen Informationen und soll vor allem unternehmerische Handlungsansätze und Lösungsbeispiele (Good Practice) aufzeigen.

Wer wir sind

Die deutz produktionsstudios GmbH hat als Full-Service-Werbeagentur in Bocholt alle Kerndisziplinen der professionellen On- und Offline-Werbung unter einem Dach. Für unsere B2B-Kunden schmieden wir stimmige Vermarktungskonzepte, übernehmen die professionelle Kommunikation sowie die operative Umsetzung.

Strategisch, gestalterisch, ausdrucksstark – mit Marketingexpertise, kreativen Designs und Beschriftungen sowie einzigartigen Foto- und Videoaufnahmen.



1. Die unternehmensinterne CSR-Selbstbewertung

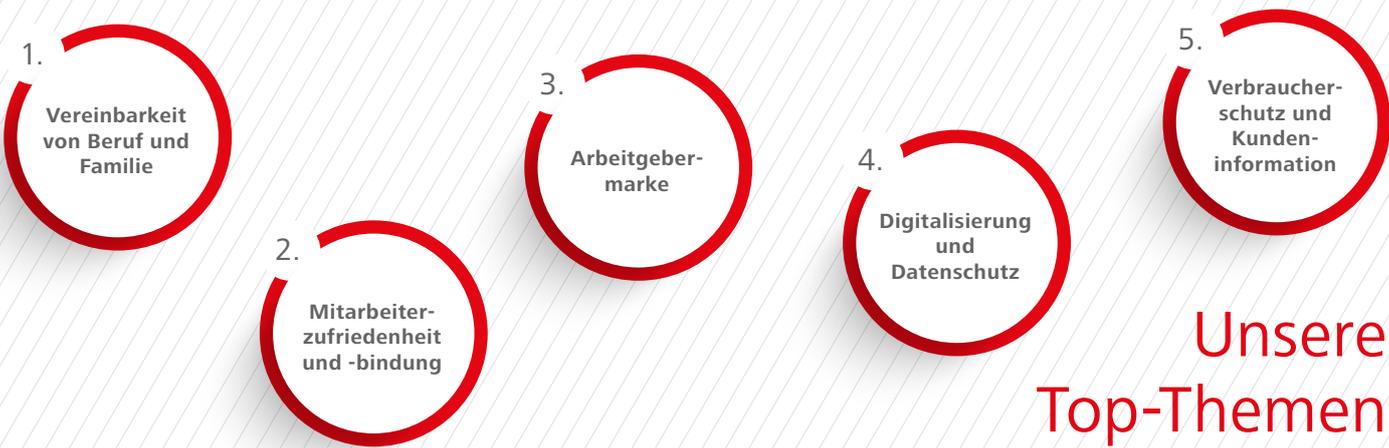
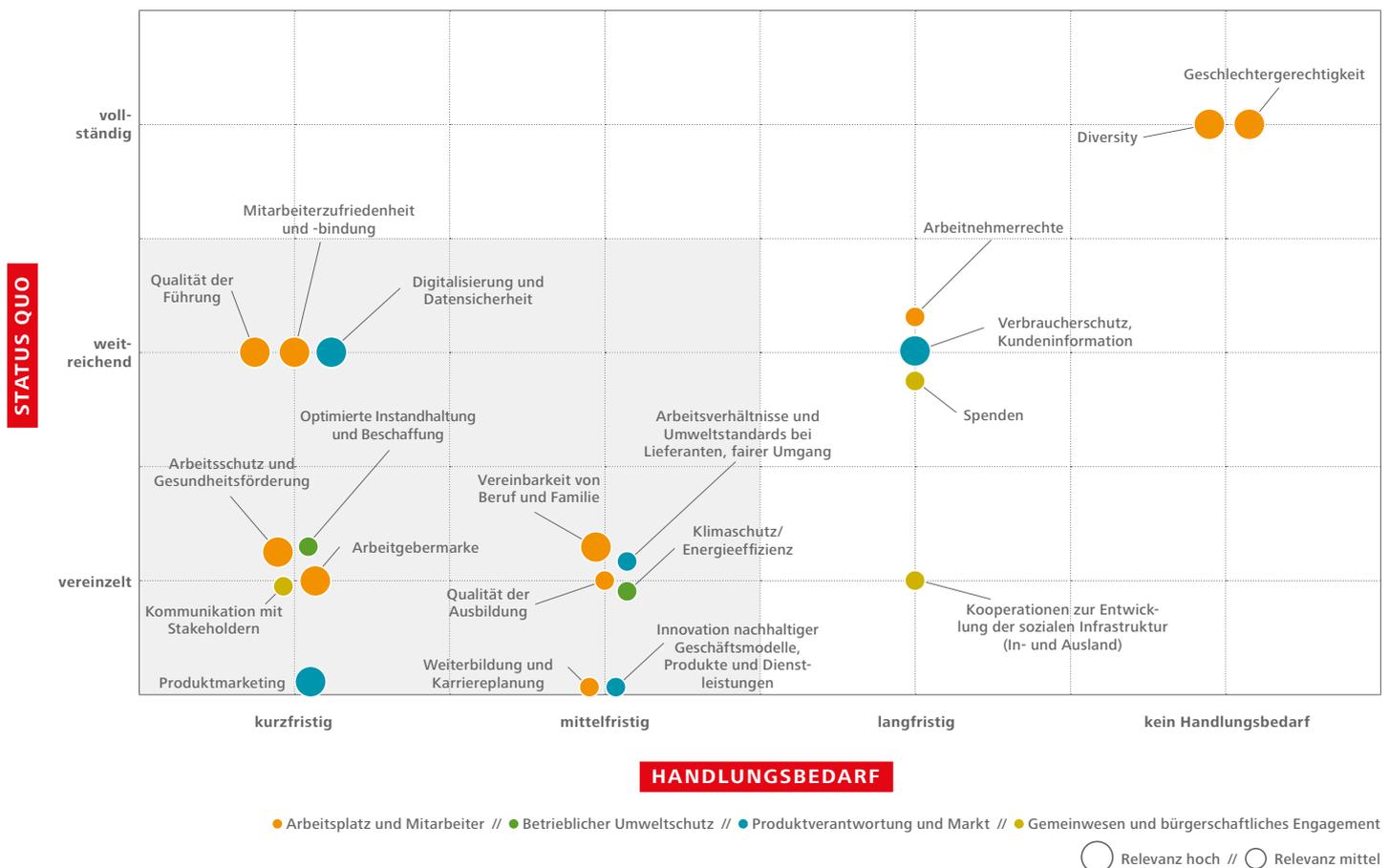
Zur Ermittlung unserer bisherigen **CSR-Aktivitäten (Status Quo)**, des künftigen Handlungsbedarfs sowie der Relevanz einzelner Themen haben wir unter Anleitung des CSR-Kompetenzzentrums Münsterland im November und Dezember 2019 eine **unternehmensinterne Selbstbewertung** durchgeführt.

Mittels eines digitalen Fragebogens wurden alle Mitarbeitenden befragt, um ein Stimmungsbild zu den CSR-

Handlungsfeldern zu erhalten. Mit einem eigens gebildeten **CSR-Team** für die Selbstbewertung sind wir in die Detailbetrachtung gegangen. In dieses Team waren drei Mitarbeitende aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen und die Geschäftsleitung eingebunden. Eine Studierende der FH Münster vervollständigte unser CSR-Team und stand uns mit ihrer Expertise beratend und moderierend zur Seite. Über die intensive Auseinandersetzung mit den

einzelnen Handlungsfeldern und dazugehörigen Themen konnten gemeinsam zahlreiche Ansätze entwickelt werden.

Die nachstehende Grafik ordnet die mit einer hohen und mittleren Relevanz bewerteten Themen ihren jeweiligen Handlungsfeldern zu und weist ihren Status Quo sowie den zeitlich priorisierten Handlungsbedarf aus. Daraus haben wir fünf Top-Themen abgeleitet, die wir künftig fokussieren wollen (Abb. unten).



Unsere Top-Themen

Diese fünf Top-Themen haben wir auf Basis der CSR-Selbstbewertung, unseres Geschäftsmodells und weiterer interner Evaluierungen priorisiert.

2. Das Ergebnis unserer CSR-Selbstbewertung

Über den Evaluierungsprozess erhielten wir einen sehr guten Überblick, in welchen Handlungsfeldern unser Unternehmen bereits gut aufgestellt ist, in welchen es noch Verbesserungsbedarf gibt und welche Themen in Zukunft besondere Berücksichtigung finden sollten.

Der Erfolg unserer Agentur basiert im Wesentlichen auf Dienstleistungen und damit auf dem Engagement unserer Mitarbeitenden. Daher wurden die meisten relevanten Themen in den Handlungsfeldern **„Arbeitsplatz und Mitarbeiter“** sowie **„Produktverantwortung und Markt“** identifiziert. Das Handlungs-

feld **„Betrieblicher Umweltschutz“** wird aufgrund unserer Dienstleistungsorientierung nur als bedingt relevant eingestuft. Nichtsdestotrotz werden auch hier schon einige Maßnahmen zur Ressourcenschonung und zur CO₂-Kompensation und -Reduktion umgesetzt und auch zukünftig fest eingeplant.

Im Bereich **„Gemeinwesen und bürgerschaftliches Engagement“**, insbesondere im lokalen Umfeld, unterstützen wir bereits eine Vielzahl von Projekten, Organisationen und Vereinen oftmals nicht nur finanziell, sondern auch mit fachlicher Expertise. Dieses Engagement

wurde bisher intern und extern kaum kommuniziert. Diese Kommunikation möchten wir nun aktiv angehen.

Zudem hat die Selbstbewertung gezeigt, dass wir schon viele Maßnahmen aus den Handlungsfeldern umsetzen, diese aber bisher eher intuitiv gesteuert sind. Mit einer mittel- und langfristigen CSR-Strategie und dem daraus abgeleiteten Maßnahmenprogramm setzen wir uns konkrete Ziele in einem realistischen Zeitrahmen. Die Aufgaben und Maßnahmen sollen im Arbeitsalltag nicht untergehen, sondern sinnvoll eingebunden werden.

Gestartete Maßnahmen seit Beginn der CSR-Selbstbewertung

// Handlungsfeld	// Thema	// Maßnahmen	// Nutzen	// Termin
Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Qualität der Führung	Workshopreihe zum Aufbau eines Unternehmensleitbildes	Steigerung der Mitarbeitermotivation durch Einbindung des Teams in den gesamten Entwicklungsprozess	Juli 2020
Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Arbeitgebermarke	Ausbau der Social Media Kommunikation	Stimmige Markenkommunikation bringt das Unternehmen der Öffentlichkeit näher; Förderung der Attraktivität des Unternehmens für (potenzielle) Mitarbeitende	Juli 2020
Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung	Workshopreihe zum Bereich „Prozessoptimierung“ und „Kompetenzmanagement“	Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit durch aktive Beteiligung des Teams; Förderung der Effizienz des Unternehmens, von der auch Kunden profitieren	August 2020
Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung	Platzierung des Laserdruckers in einem separaten Raum	Reduzierung der Feinstaubbelastung für die Mitarbeitenden	August 2020
Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Qualität der Führung	Jährliches Mitarbeiterentwicklungsgespräch; Systematisierung von Mitarbeitergesprächen	Mitarbeiter können ihre Entwicklung besser einschätzen; Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit	November 2020
Betrieblicher Umweltschutz	Klimaschutz, Energieeffizienz	Einbau eines Filters für Leitungswasser	Ressourcenschonung bei der Beschaffung; Vermeidung von Plastikmüll	Dezember 2019
Betrieblicher Umweltschutz	Umweltfreundliche Gestaltung des Standortes	Anlage eines Wildblumenbeetes sowie Pflege und Wässerung der Grünstreifen vor der Agentur	In erster Linie als nach außen sichtbare Maßnahme, aber auch zur Förderung des Insektenschutzes sowie zur CO ₂ -Kompensation. Die Schattenwirkung der dort befindlichen Bäume ist zugleich natürlicher Sonnenschutz für die Büros.	Juni 2020
Produktverantwortung und Markt	Digitalisierung und Datensicherheit	Einrichtung eines gemanagten Netzwerks mit zwei RAID-basierten Netzwerkservern in getrennten brandgeschützten Räumen	Sicherung aller Kunden- und Unternehmensdaten; leistungsfähige Grundlage für Homeoffice-Tätigkeiten	Mai 2020
Gemeinwesen und bürgerschaftliches Engagement	Kooperationen zur Entwicklung der sozialen Infrastruktur	Kooperation mit ortsansässiger Berufsschule weiter intensivieren	Steigerung der Attraktivität bei potenziellen Bewerbern	Oktober 2020

3. Die Strategie für unser künftiges verantwortliches Handeln

Als modernes Dienstleistungsunternehmen leben wir von Ideen, Inspirationen und Visionen. Wir haben die Vision von einer nachhaltigeren, besseren Zukunft für unsere Kunden, unsere Gesellschaft und unser Unternehmen (s.a. Absatz unten zur Leitbildentwicklung). Da sich wirtschaftliche, ökologische und soziale Handlungen gegenseitig beeinflussen, sehen wir uns in der Verantwortung unsere eigenen Aktivitäten ständig neu zu hinterfragen. Aus den daraus entwickelten Lösungsansätzen profitieren Menschen und Umwelt gleichermaßen.

Unsere CSR-Strategie

Wir bauen auf eine verständliche CSR-Strategie, die wir aus dem Prozess der Selbstbewertung erarbeitet haben und die nach innen und nach außen für uns alle relevanten Bereiche umfasst.

Nach innen gerichtet bedeutet für uns eine Unternehmenskultur festzuschreiben und zu erhalten, in der alle Mitarbeitenden in einem möglichst gesicherten Umfeld zusammenarbeiten können und das mit viel Raum für die persönliche Entwicklung und Entfaltung. Dafür setzen wir auf einen fairen, verständnisvollen Umgang und ein kooperatives Miteinander mit wenig Fluktuation sowie einen generationsübergreifenden Mitarbeiterstab.

Mit einem Blick nach „draußen“ wollen wir regelmäßig prüfen, welche Wirkungen unsere Unternehmenshandlungen auf Gesellschaft und Umwelt haben. Das bedeutet auch unser Leistungsangebot

und unsere Services einem regelmäßigen Nachhaltigkeitscheck zu unterziehen. Daneben möchten wir insbesondere Initiativen aktiv weiter ausbauen, die unsere Region stärken.

Mit dem niedergeschriebenen CSR-Programm (Roadmap) werden unsere Strategie, die Selbstbewertung, die aktuellen Maßnahmen sowie unsere Ideen für zukünftige Aktivitäten konkretisiert. Dabei haben wir uns insbesondere auf die für uns wesentlichen Handlungsfelder und Themen konzentriert.

Unser CSR-Programm als Roadmap für die nächsten Jahre

Um das CSR-Programm in den Unternehmensprozess zu fixieren, erhält unser CSR-Team bei uns die Zuständigkeit die laufenden Maßnahmen zu dokumentieren und zu überwachen. Darüber hinaus sollen neue Ideen für Maßnahmen festgehalten und in regelmäßigen Terminen mit der Geschäftsleitung besprochen und verabschiedet werden.

Neben dem CSR-Team, das derzeit aus vier Kolleginnen und Kollegen besteht, sollen alle Mitarbeitenden regelmäßig über den aktuellen Status der Aktivitäten informiert werden. Jeder soll die Möglichkeit haben, und sogar aufgefordert werden, sich einzubringen. Die Mitarbeitenden sind aktive Botschafter des Unternehmens und sollen mit ihrem Engagement wertgeschätzt werden. Ziel der Einbindung aller ist die Multiplikation und aktive Kommunikation nachhaltigen Handelns in alle Teile der Gesellschaft.

Somit können wir auch mit scheinbar unbedeutenden Maßnahmen wahrnehmbare Veränderungen bewirken.

Unsere Kernmaßnahmen

Um die Zufriedenheit bei unseren Mitarbeitenden zu steigern und um für potenzielle neue Bewerber attraktiver zu werden, möchten wir unser Personalmanagement weiter optimieren. Dazu zählen für uns insbesondere Überlegungen zu flexibleren Arbeitszeitmodellen, die ergonomische Arbeitsplatzgestaltung sowie fachliche und persönliche Weiterbildungsmöglichkeiten.

Im Handlungsfeld „Produktverantwortung und Markt“ bietet die weitere Digitalisierung von Unternehmensprozessen neue Ansätze für einen besseren Ressourceneinsatz. In diesem Bereich hat für uns auch insbesondere der Schutz von Kundendaten oberste Priorität. Um bei unseren Produkten und Dienstleistungen den Nachhaltigkeitsgedanken aufzunehmen, möchten wir unsere Kompetenzen erweitern, um unsere Kunden auch dahingehend bei ihren Entscheidungen noch besser beraten zu können (Wahl von Recyclingmaterialien o.ä.).

Die Vereinsarbeit in unserer Region ist für uns eine Herzensangelegenheit. Hier möchten wir unser gesellschaftliches Engagement fortsetzen und noch weiter ausbauen.

In einem revolvierenden Prozess werden wir sukzessiv weitere Maßnahmen umsetzen.

Erarbeitung eines Unternehmensleitbildes als zentraler Ausgangspunkt

Mit der Definition unseres Leitbildes bringen wir zum Ausdruck, was unser Unternehmen ausmacht. Dieses Leitbild soll die Werte und Grundprinzipien unseres Unternehmens widerspiegeln, mit denen sich alle Mitarbeitenden identifizieren können.

Um den Leitbildentwicklungsprozess anzustoßen, haben wir eine Workshop-

reihe mit Anja Schröer von Schöer Consulting gestartet. Alle Mitarbeitenden wirken am Leitbildprozess mit und sind für die Dauer der Workshops von der Arbeit freigestellt.

Die gemeinsame Zusammenarbeit wurde von allen Kolleginnen und Kollegen bisher sehr positiv bewertet. Da die Workshopreihe noch nicht abgeschlos-

sen ist, befindet sich das Leitbild noch im Aufbaustadium. Es wird erst dann an Kunden und Öffentlichkeit kommuniziert, wenn alle Mitarbeitenden die Kernpunkte verabschiedet haben. Es ist geplant, einen formellen Vertrag zu schließen, mit dem sich jeder Einzelne verpflichtet, die verabschiedeten Werte und Leitlinien einzuhalten und danach zu handeln.



UNSERE NACHHALTIGKEITS-ROADMAP // Was wir schon geschafft haben und was wir in den nächsten Jahren erreichen wollen

seit

2013

- // Ausbildungsbetrieb
- // Regelmäßige, gemeinsame teaminterne Aktivitäten (Sommerfeste, Weihnachtsfeste etc.)
- // Regelmäßige Aufnahme von Praktikanten (Schüler*innen und Studierende)
- // Mitwirkung bei der Integration schwer vermittelbarer Gruppen in Form von Praktika zur Berufsorientierung
- // Einführung eines Programms zur Betrieblichen Altersvorsorge

seit

2017

- // Mitglied in der Bürgerstiftung Bocholt zum Erhalt und zur Wiederbelebung des örtlichen Schützenhauses
- // Kulturförderung für den Bühne Pepperoni e.V., ein Kulturverein für Kabarettveranstaltungen im ländlichen Raum
- // Beschaffung von Strom aus Wasserkraft
- // Beginn der schrittweisen Umstellung der Arbeitsplatzbeleuchtung durch LED-Leuchtmittel

seit

2018

- // Reduzierung des Papierverbrauchs durch zunehmende Digitalisierung
- // Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen (Teilzeit, Homeoffice etc.)
- // Übernahme von Sachspenden u.a. in Form von Bildern, Fotos, Flyern, Plakaten sowie Gestaltung der Internetpräsenz für verschiedene Projekte und örtliche Vereine
- // Neuanschaffung eines Latexdrucksystems zur lösemittelfreien Verarbeitung von Werbefolien

seit

2019

- // Spenden von Restbeständen (z.B. Folien) an öffentliche Einrichtungen (z.B. an die Biemenhorster Schule Bocholt)
- // Unentgeltliche Marketingberatung für den Verein Omega, der sich mit Sterbebegleitung beschäftigt und in Bocholt ein Sterbehospiz errichtet
- // Abfalltrennung und Recycling
- // Nutzung der DHL-GoGreen-Services

bis

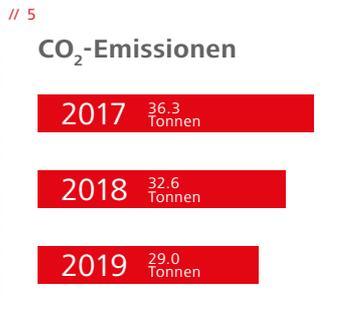
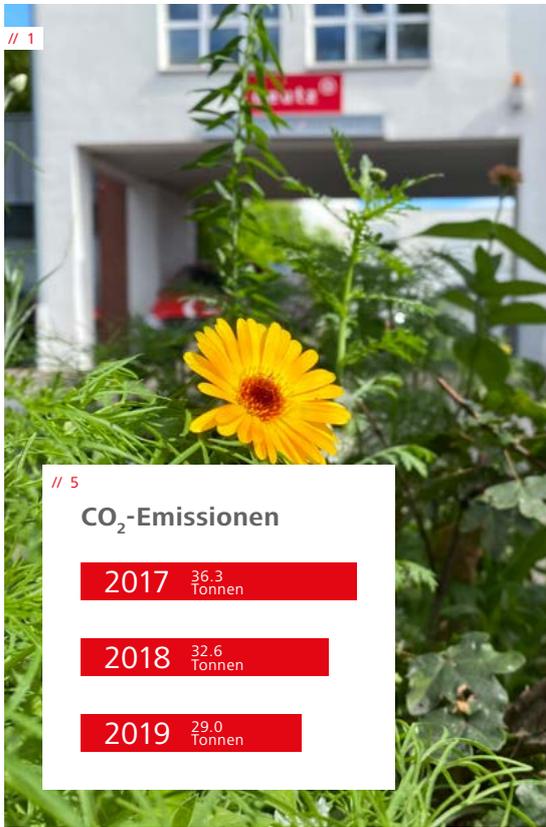
2022

- // Montage einer Photovoltaikanlage
- // Einführung von Elektromobilität
- // Kundenberatung in Hinblick auf nachhaltige Produktalternativen
- // Aufbau eines Weiterbildungsprogramms
- // Verbesserung der Ergonomie am Arbeitsplatz

2024

ff.

- // Förderung von Kooperationen über die Landesgrenzen hinaus
- // Einführung von Mitarbeiterentwicklungsprogrammen
- // Weitere Maßnahmen zur CO₂-Reduktion (Zero-Emission)



OMEGA – Mit dem Sterben leben e.V.
Wir setzen uns persönlich und unmittelbar für sterbende und trauernde Menschen ein.



// 1 Anlage eines Wildblumenbeetes zur Förderung des Insektenschutzes sowie zur CO₂-Kompensation // 2 Einbau eines Filters für Leitungswasser zur Ressourcenschonung bei der Beschaffung sowie zur Förderung einer besseren CO₂-Bilanz // 3 Unentgeltliche Marketingberatung für OMEGA – Mit dem Sterben leben e.V. // 4 Spende von Folienrestbeständen an die Biemenhorster Schule Bocholt // 5 Durch kleine Maßnahmen, wie zum Beispiel die Erneuerung von Leuchtmitteln mit LED-Technik, konnte der dadurch gesenkte Stromverbrauch bereits zur CO₂-Reduzierung beitragen.

Unsere Motivation

„Verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Handeln gehört zum Selbstverständnis unseres Unternehmens. Wir verstehen unseren Betrieb als „guten Bürger“ und sind überzeugt, dass auch kleine Maßnahmen große Wirkungen zeigen können. Mit einem nachhaltigen Leistungs- und Servicekonzept, einem verantwortungsvollen Umgang mit Mitarbeitenden, Kunden und Ressourcen sowie der Verstetigung unseres regionalen Engagements, möchten wir neue Impulse setzen und gleichzeitig Vorbild für andere Unternehmen sowie Privatpersonen sein.“

Michael Deutz, Geschäftsführer

Kerndaten

- // Branche
Werbung & Marketing
- // Mitarbeiter
16
- // Gründungsjahr
2002
- // Umfirmierung zu
deutz produktionsstudios GmbH
2016

deutz [®]

full-service-agentur für werbung,
kommunikation und design

deutz produktionsstudios GmbH
Full-Service-Agentur für Werbung,
Kommunikation und Design

franzstraße 30 // d-46395 bocholt
tel. +49 28 71 - 25 19 - 0
hallo@deutz-werbung.de
deutz-werbung.de