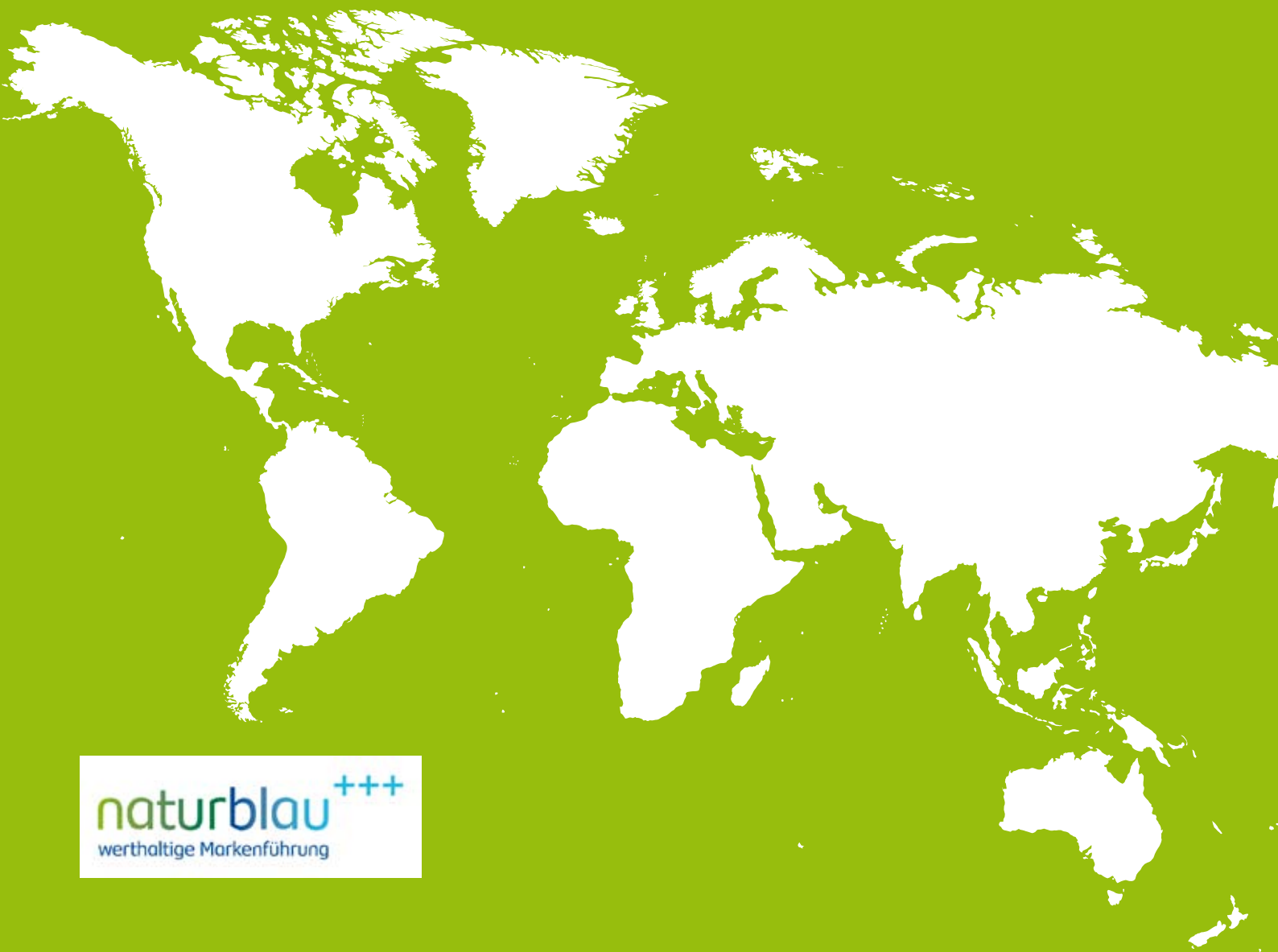




FORTSCHRITTSBERICHT 2014



WIE DIESER BERICHT ZU LESEN IST



2013 haben wir das Changemaker Manifest unterzeichnet. Seitdem ist ein Jahr vergangen, in dem wir große Anstrengungen unternommen haben, um unsere selbst gesteckten Ziele zu erreichen und unser Kerngeschäft konsequent nachhaltiger auszurichten.

Die bisher definierten Ziele und Maßnahmen sind detailliert einsehbar in unserem Changemaker Manifest unter www.utopia.de.

In diesem Fortschrittsbericht dokumentieren wir, was wir bisher erreicht haben und woran wir weiter arbeiten.

   Ziel erreicht

   Wir sind auf dem Weg

   Ziel noch nicht erreicht

Für jedes Commitment legen wir neue Ziele fest. Außerdem stellen wir Ihnen ein Projekt vor, bei dem wir einen besonders großen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten konnten.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und freuen uns über Ihre Fragen, Anregungen und auch konstruktive Kritik auf www.utopia.de!

Ralph J. Schiel, Geschäftsleitung

1.1. SCHLÜSSELBEREICH ENERGIEEFFIZIENZ

1/ WO WIR STEHEN

Ziel #1: Im Vergleich zu 2013 ist unser Energieverbrauch leicht angestiegen. Grund dafür ist, dass in unseren Räumlichkeiten 2014 mehr Freelancer gearbeitet haben, die früher von zu Hause aus tätig waren.

Energieverbrauchsdaten 2013 und 2014

| Monat | 2013 Stromverbrauch in kWh | 2014 Stromverbrauch in kWh |
|------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Januar | 267 | 283 |
| Februar | 239 | 281 |
| März | 278 | 235 |
| April | 261 | 240 |
| Mai | 230 | 248 |
| Juni | 262 | 215 |
| Juli | 215 | 333 |
| August | 229 | 289 |
| September | 205 | 303 |
| Oktober | 283 | 304 |
| November | 297 | 278 |
| Dezember | 240 (geschätzt) | 233 |
| Insgesamt | 3006 kWh | 3242 kWh |

* 100% Wasserkraft von den Stadtwerken KN



Ziel #2: Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind, haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

- Austausch von bisherigen normalen Neonröhren in T5 Leuchtstoffröhren
- Wärmedämmung der Heizkörper zu den Außenwänden mit Reflexionsfolien
- Abschalten des Heißwasserdurchlauferhitzers bei Nichtgebrauch



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Unser neues Ziel ist es, eine Mini-Solaranlage für die Guerilla-Stromerzeugung in Betrieb zu nehmen.

1.2. SCHLÜSSELBEREICH MATERIALEFFIZIENZ

1/ WO WIR STEHEN

Ziel #1: Im Vergleich zu 2013 konnten wir unseren Materialverbrauch leicht reduzieren. Bei der Kundenkorrespondenz konnten wir einiges von Druck auf Digital umstellen, nachdem hierfür auch die rechtlichen Grundlagen geschaffen wurden (z.B. bei Rechnungsstellungen und durch Gültigkeit von digital signierten Dokumenten).

Verbrauchsmaterial 2013 und 2014

| Produkt | 2013 Verbrauch | 2014 Verbrauch |
|-----------------|----------------|----------------|
| Briefpapier | 600 Blatt | 500 Blatt |
| Druckerpapier | 2400 Blatt | 2200 Blatt |
| Papier | 3000 Blatt | 2700 Blatt |
| Umschläge | 700 Stück | 600 Stück |
| Jobtaschen | 95 Stück | 125 Stück |
| Adressaufkleber | 650 Stück | 500 Stück |
| Druckertinte | 12 Patronen | 7 Patronen |
| Druckertoner | 1 Kartusche | 2 Kartuschen |



Ziel #2: Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

- Wir haben unsere Papierkorrespondenz vom Umfang her nochmals nach unten reduzieren können, u.a. durch das Einführen von digitalen Rechnungsstellungen bei Kunden.
- Umschläge und Jobtaschen, die bisher neu gekauft wurden, werden nun aus den vergangenen Jahren wiederverwendet.
- Unser Upcycling-Messestand wurde um die Komponenten eine ausgedienten Ölfasses als Besprechungstisch und Visitenkartenhalterungen aus Büchern und Kassettenhüllen erweitert



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Unser neues Ziel ist es, den Materialeinsatz weiter zu reduzieren mit dem Ziel eines Paperless Office.

1.3. SCHLÜSSELBEREICH WASSER

1/ WO WIR STEHEN

Der interne Wasserverbrauch bei naturblau+++ lässt sich leider weiterhin nicht in Zahlen erfassen, da das Abrechnungssystem an unserem Standort im Technologiezentrum Konstanz eine Pauschalabrechnung stellt und es keine Einzelpostenausweisung gibt.



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Unser neues Ziel ist es, einen Wassersparaufsatz für den Wasserhahn einzubauen.

1.4. SCHLÜSSELBEREICH ABFALL

1/ WO WIR STEHEN

Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

- Ausweitung unserer kreativen Re- und Upcycling Ideen (z.B. Wiederverwendung von Milchtüten zu Vogelfutterhäuschen, Sitzsessel, Teeaufgussisolierer als Kundengeschenk etc.)
- Weitere Maßnahmen zu Vermeidung von Datenmüll. Komprimierung von Bild- und Layoutdateidaten bei der Archivierung. Kontinuierliche Bereinigung von Rechnerinhalten.



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Wir planen, einen Kleingarten auf dem Firmengelände anzulegen und die Küchenabfälle zu kompostieren.

1.5. SCHLÜSSELBEREICH EMISSIONEN

1/ WO WIR STEHEN

Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind, haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

- Ausschließliches Nutzen von klimaneutralen Versandanbietern.



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Unser neues Ziel ist es, durch die Erstellung einer Gesamt-CO₂-Bilanz die genauen Faktoren für Emissionen zu eruieren. Im ersten Schritt wollen wir die CO₂-Emissionen für unser Unternehmen reduzieren und in den Bereichen, in denen keine Reduktion möglich ist, die CO₂-Emissionen entsprechend kompensieren. Unser langfristiges Ziel ist es, eine klimaneutrale Agentur zu werden.

1.6. SCHLÜSSELBEREICH MOBILITÄT

1/ WO WIR STEHEN

- Fahrten mit dem PKW: 10.000 km
- Fahrten mit dem Elektroroller: 3.500 km
- Fahrten mit dem Fahrrad: 2.000 km / Jahr
- Fahrten mit dem Fernbus – 1.000 km / Jahr
- Fahrten mit der Bahn: 500 km / Jahr

Die Fahrten mit dem PKW (Diesel) wurden für das Jahr 2014 mit dem myclimate Gold Standard kompensiert (Kompensationscode: germany_15767994).



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Wir planen, zukünftig vollständig auf den Einsatz von Verbrennungsmotoren zu verzichten.

1.7. SCHLÜSSELBEREICH CANTINE / EIGENVERSORGUNG / CATERING

1/ WO WIR STEHEN

Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

- Vermittlung der Kampagne „5 am Tag“ bei Mitarbeitern (<http://www.5amtag.de/>)
- Anlegen einer veganen Kochbuch- und Rezeptsammlung



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Wir planen, einen Kleingarten auf dem Firmengelände anzulegen und Obst und Gemüse aus dem Eigenanbau zu verwenden.

1/ WO WIR STEHEN

Zusätzlich zu unseren bisherigen Maßnahmen, die im Changemaker Manifest 2014 einzusehen sind, haben wir folgende weitere Schritte unternommen:

Unsere zusätzlichen Mitgliedschaften:

- Gründung und Vorstandschaft in der Unternehmergruppe NETZWERK: ZUKUNFT:WIRTSCHAFT e.V.
- Vorstandschaft in der Gemeinwohlökonomie Regionalgruppe Konstanz
- Unterzeichnung der Charta für Nachhaltiges Design (AGD)

Unsere zusätzlichen Maßnahmen:

- Wir sind am Erstellen der 2. Gemeinwohl-Bilanz im inhaltlichen Austausch mit anderen Unternehmen für das Jahr 2013.
- Projektdurchführung der Erstellung eines interaktiven, grünen Stadtplans für Konstanz
- Ausbau der Bibliothek zu den Themen Nachhaltigkeit, Materialien, Upcycling etc. für Mitarbeiter, Kunden und Netzwerk als Inspirationsquelle der Umsetzung intern und extern.
- Mitinitiierung und Vorantreiben einer Regionalwährung (<http://bodenseetaler.eu/>)
- Teilnahme an einer Podiumsdiskussion mit Ralf Fücks
- Unterstützung des Konstanzer Bündnisses gegen TTIP, CETA, TISA

Unsere zusätzlichen Maßnahmen im Team:

- Teamveranstaltungen mit Nachhaltigkeitsfokus. Z.B. Besuch von nachhaltigen Filmvorführungen, gemeinsame Teilnahme an Anti-TTIP-Demo, Guerilla Marketing Aktion gegen Fracking am Bodensee (in bundesweiter Zusammenarbeit mit Greenpeace), Durchführung einer Elektromobilitäts-Rallye etc.
- Wir bilden weiterhin aus im Bereich Mediengestalter Print und Digital (IHK)



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

Für 2015 planen wir weitere Veranstaltungsbesuche und Aktionen mit dem Team in nachhaltigen Interessensgebieten. Darüber hinaus möchten wir ggf. neue zielführende Mitgliedschaften eingehen und uns nachhaltig engagieren.

1/ WO WIR STEHEN

Unsere zusätzlichen Maßnahmen und Aktionen mit und für Unternehmen:

- Regionaler Ausrichter der weltgrößten Elektromobilitäts-Rallye WAVETrophy (<http://www.wavetrophy.com/de/>)
- Einrichten eines Informationsportals zur Elektromobilität in der Bodensee-region (<http://www.seewelle.de/>)
- Ideen, Konzeption, Bau und Betrieb der ersten GiveBox in Konstanz (<https://www.facebook.com/giveboxkonstanz>)
- Mitsponsoring einer Podiumsdiskussion zum Thema TTIP an der HTWG Konstanz
- Erstellen eines Geschäftspartnerfragebogens zur Eruiierung von Nachhaltigkeitsaspekten in der gemeinsamen Zusammenarbeit
- Betriebsbesichtigungen zusammen mit und bei Partnern, die unternehmerischen Wert auf eine ganzheitlich nachhaltige Firmenführung legen. (z.B. VAUDE, dwp, sonett, SUNNYSolartechnik, ISC Konstanz etc.)
- Einrichten einer Sharing Plattform mit anderen Unternehmen zum Austausch von Materialien, Gegenständen, Know How etc.
- Mitveranstalter der 1. Konstanzer Klimaschutzkonferenz
- Veranstaltung von Netzwerktreffen nachhaltigkeitsaffiner Unternehmen
- Halten von Vorträgen zu den Themen Transition Town, Elektromobilität, Gemeinwohl-Ökonomie
- Durchführen eines barrierefreien Stadtrundganges
- Im beratenden Austausch mit der Stadt Konstanz bei der Bewerbung zur „Fair Trade Town“



2/ UNSERE NEUEN ZIELE

- Starkes Engagement bei der regionalen Veranstaltungsreihe „Energievisionen 2015“
- Engagement bei der Verhinderung von regionalen PEGIDA Aktivitäten und Stärkung despositiven Vielfaltsbewusstseins in der Region

TEILEN IST DAS NEUE SHOPPEN

WER SEINE ALTEN, ABER NOCH GEBRAUCHSFÄHIGEN SACHEN LOSWERDEN UND GLEICHZEITIG ANDEREN EINE FREUDE BEREITEN WILL, KANN DAS HIER TUN: EINE GEMEINSCHAFTS-INITIATIVE HAT DIE ERSTE GIVEBOX – EINE ART „GABENKISTE“ - IN KONSTANZ ERRICHTET.

Mit Hilfe der GiveBox kann jeder ungenutzte Dinge verschenken. Wer zu viel hat, legt etwas hinein. Das können Kleidung, Schuhe, Elektronikgegenstände, Bücher o. Ä. sein. Wer Dinge benötigt, der nimmt sich etwas heraus. Bedingung ist, dass die Gegenstände gut erhalten und funktionsfähig sind und in die GiveBox hineinpassen.

Der soziale Grundgedanke der GiveBox heißt „sharing is caring“. Es fördert Nachhaltigkeitsgedanken, schont Ressourcen, stärkt die Nachbarschaft, hilft anderen Menschen, befreit von Krempel und schafft ein neues Bewusstsein jenseits von klassischem Konsum und Besitz.

Damit das Projekt in Konstanz möglich wurde, haben sich zahlreiche wertorientierte Unternehmen und Institutionen hierbei zusammen-

getan. Zudem ist es die weltweit erste GiveBox mit Photovoltaic-Modul und Geocash Punkt ausgestattet.



Mehr Informationen zur GiveBox Konstanz gibt es auf Facebook unter <https://www.facebook.com/giveboxkonstanz>