BRAND PIER SALES PORT
RESSOURCENREICH

NACHHALTIGKEITS-REPORT 2025

Nachhaltigkeit ist kein statisches Konzept. **Sie ist dynamisch, komplex und unterliegt einem ständigen Wandel –** genauso wie unser Wissen und Verständnis darüber.

In den letzten Jahren haben wir uns als Agenturgruppe intensiv mit den Herausforderungen und Chancen auseinandergesetzt, die nachhaltiges Handeln mit sich bringt und stetig dazugelernt.

Haben wir Nachhaltigkeit zu Beginn eher eindimensional betrachtet, wissen wir mittlerweile, dass Nachhaltigkeit weit mehr bedeutet, als nur ökologische Verantwortung zu übernehmen. Sie erfordert eine ganzheitliche Betrachtung, die alle Dimensionen unseres Handelns umfasst.

Unser Verständnis von Nachhaltigkeit basiert heute auf dem international anerkannten Drei-Säulen-Modell, das ökologische, ökonomische und soziale Aspekte miteinander verbindet. Dieses Modell fordert ein ausgewogenes Zusammenspiel dieser drei Dimensionen. Es erinnert uns daran, dass echte Nachhaltigkeit nur dann erreicht werden kann, wenn wir nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch wirtschaftlich verantwortungsbewusst handeln und gleichzeitig soziale Gerechtigkeit fördern.

Das Bekenntnis zu diesem Verständnis von Nachhaltigkeit ist als Unternehmen anspruchsvoll, aber notwendig. Denn nur durch eine ganzheitliche Perspektive können wir sicherstellen, dass unser Handeln nicht nur kurzfristige Erfolge erzielt, sondern auch zukünftigen Generationen eine lebenswerte Welt hinterlässt.

Was wir leider auch in den letzten Jahren erkennen mussten, ist, dass unser nachhaltiger Gestaltungsspielraum als Agenturgruppe zunehmend begrenzt ist. Wir sind als Unternehmen nun an einem Punkt, an dem unser Standort, interne Prozesse und Strukturen nur noch wenig Potenzial für Änderungen und Verbesserungen bieten.

Darüber hinaus sind wir als Dienstleistungsunternehmen in unserer Arbeit auf die Offenheit für und Nachfrage nach nachhaltigen Services auf unsere Kunden angewiesen. Hier beobachten wir allerdings leider zunehmend und gefühlt kontraintuitiv ein Abrücken vom Thema der Nachhaltigkeit.

Die Entscheidung Nachhaltigkeit mehrdimensional zu betrachten, bedeutet in letzter Konsequenz, dass wir unsere bisherige Mission und Vision überdenken müssen. Während wir in der Vergangenheit vor allem ökologische Ziele in den Mittelpunkt gestellt haben, verstehen wir Nachhaltigkeit heute als einen umfassenderen Ansatz.

VISION:

Wir leben Nachhaltigkeit ganzheitlich.
Als Agentur verankern wir ein umfassendes Verständnis von ökologischer, ökonomischer und sozialer Verantwortung – in unserem Handeln, bei unseren Kunden, Partnern, Mitarbeitenden und der gesamten Branche.

MISSION:

Wir glauben daran, dass nur Unternehmen, die Nachhaltigkeit ganzheitlich denken, auch nachhaltig Bestand haben.
Mit der Kraft der kleinen Taten streben wir danach, jeden Tag besser zu werden – ökologisch, ökonomisch und sozial.

RÜCKBLICK 2023 UND 2024

Die letzten beiden Jahre waren geprägt von stetigen Fortschritten in der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Mit einem klaren Fokus auf Klimaschutz, sozialem Engagement und nachhaltiger Bürogestaltung haben wir wichtige Meilensteine erreicht.
Die bereits im letzten Nachhaltigkeitsreport beschriebenen Aktivitäten in den Bereichen „Kompensation“, „Mobilität“, „Weiterbildung“ und „Gesundheit“ wurden fortgeführt.

Zusätzlich haben wir unser nachhaltiges Engagement um weitere Bemühungen ergänzt.

Soziales Engagement
Mit unserem Leitbild „Unser Miteinander – Tolerant. Vertrauensvoll. Achtsam. Offen.“ und einem thematischen Kick-Off Event haben wir 2023 einen Rahmen für respektvolles Zusammenarbeiten geschaffen. Durch einen Snapshot am Ende der Woche wird durch die Mitarbeiter ein Stimmungsbild erstellt.
Unter dem Dach der „RessourcenSpende“ engagieren wir uns verstärkt sozial. Mit den Säulen „Zeit spenden“ und „Know-How spenden“ unterstützen wir lokale soziale und/oder ökologische Projekte.

Nachhaltige Bürogestaltung
Auch intern haben wir Nachhaltigkeit stärker verankert. Mit der Anschaffung eines Poolbikes für unser Hamburger Office fördern wir klimafreundliche Mobilität.
Die Umstellung unseres Lebensmitteleinkaufs auf bio, saisonale und/oder regionale Produkte sowie die Einführung der Mülltrennung in unseren Büroräumen zeigen, dass wir Nachhaltigkeit auch im Alltag leben.

Transparenz und Standards
Ein wichtiger Schritt war die Anwendung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex ab 2024. Diese Maßnahme dokumentiert unsere Fortschritte transparent und stärkt das Vertrauen unserer Kunden und Partner.

Zudem haben wir unsere Lieferantenstammblätter angepasst, um das nachhaltige Engagement unserer Partner besser zu erfassen.

Die vergangenen zwei Jahre haben gezeigt, dass Nachhaltigkeit ein fortlaufender Prozess ist, der kontinuierliches Lernen und Handeln erfordert. Wir sind stolz auf das Erreichte und blicken motiviert in die Zukunft.

EXKURS: NACHHALTIGKEIT – EIN THEMA ZWISCHEN DRINGLICHKEIT UND VERDRÄNGUNG

Die Auswirkungen des Klimawandels sind heute deutlicher spürbar denn je. Extremwetterereignisse, steigende Temperaturen und der Verlust von Biodiversität zeigen uns mit zunehmender Dringlichkeit, dass nachhaltiges Handeln keine Option mehr ist, sondern eine Notwendigkeit. Unternehmen stehen dabei in einer besonderen Verantwortung: Sie haben nicht nur die Möglichkeit, durch ihre Entscheidungen einen positiven Einfluss zu nehmen, sondern auch die Pflicht, ihren Beitrag zur Bewältigung dieser globalen Herausforderung zu leisten.

Doch trotz der wachsenden Dringlichkeit scheint das Thema Nachhaltigkeit in vielen Unternehmen zunehmend in den Hintergrund zu rücken. Die weltpolitische Lage hat dazu geführt, dass andere Themen an Priorität gewinnen. Die Energiekrise, ausgelöst durch geopolitische Spannungen, zwingt viele Unternehmen dazu, kurzfristige Lösungen zu finden, um wirtschaftlich handlungsfähig zu bleiben. Gleichzeitig beobachten wir in vielen Teilen der Welt eine Abkehr von progressiven Themen wie Diversity und Inklusion – Werte, die eng mit einem ganzheitlichen Verständnis von Nachhaltigkeit verbunden sind.

Diese Rückschritte sind unser Meinung nach auch darauf zurückzuführen, dass viele Menschen in den vergangenen Jahren und vielleicht sogar Jahrzehnten nicht ausreichend in transformative Ideen wie Nachhaltigkeit eingebunden wurden. Es wurde oft versäumt, die Bedeutung und die Vorteile solcher Ansätze verständlich und greifbar zu machen. Dadurch entstand bei einigen ein Gefühl der Überforderung oder Ablehnung gegenüber Veränderungen, die als Bedrohung ihrer Lebensweise wahrgenommen werden.

Es ist für uns zwingend notwendig Menschen stärker zu transformativen Prozessen abzuholen und sie zu involvieren. Indem wir ihnen die Relevanz und die Chancen von Nachhaltigkeit näherbringen, können wir nicht nur Verständnis schaffen, sondern auch Engagement fördern.

Für uns steht fest: Nachhaltigkeit ist kein Trend, der kommt und geht, sondern ein zukunftsentscheidendes Prinzip. Wir sind überzeugt, dass langfristiger Erfolg nur möglich ist, wenn ökologische, soziale und ökonomische Aspekte gleichermaßen berücksichtigt werden. Gerade in Zeiten, in denen das Thema bei vielen in den Hintergrund rückt, sehen wir es als unsere Aufgabe, unseren gewählten Weg konsequent weiterzugehen. Denn nachhaltig ist nur, wer Nachhaltigkeit auch nachhaltig betreibt!

AUSBLICK: UNSERE ZIELE FÜR 2025

Auch im Jahr 2025 setzen wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie konsequent fort und erweitern sie um neue Initiativen. Unser Ziel bleibt es, in allen Bereichen unseres Handelns Verantwortung zu übernehmen und nachhaltige Lösungen zu fördern.

Klimaschutz

Wie gewohnt kompensieren wir auch im kommenden Jahr die Klimaemissionen unseres Agenturverbunds und unserer Mitarbeiter und unterstützen Aufforstungsprojekte in deutschen Mischwäldern. Diese Maßnahmen sind für uns ein zentraler Bestandteil, um unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren und aktiv zum Klimaschutz beizutragen.

Ressourcenmanagement

Ein weiterer Schritt in Richtung Nachhaltigkeit ist die Umstellung unseres Standard-Druckpapiers in den Büroräumen auf Recyclingpapier. Darüber hinaus werden wir unsere Serverstruktur optimieren, indem wir alte Datenbestände bereinigen. Dies verbessert nicht nur die Auffindbarkeit unserer Daten, sondern reduziert auch den Energieverbrauch unserer Server – ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung.

Erweiterung der „RessourcenSpende“

Das Konzept der „RessourcenSpende“ wird im Jahr 2025 um eine dritte Säule erweitert: Neben „Zeit spenden“ und „Know-How spenden“ komplettiert „Geld spenden“ ab 2025 die RessourcenSpende. Dabei binden wir unsere Mitarbeitenden aktiv ein, um gemeinsam Projekte und Organisationen zu unterstützen, die einen positiven sozialen oder ökologischen Einfluss haben.

Gemeinschaft

2025 wird auch wieder ein Meeting zu „Unserem Miteinander“ stattfinden. In diesem Format tauschen wir uns über unser gemeinsames Arbeiten aus und entwickeln unsere interne Kommunikation weiter.

BRAND PIER SALES PORT
RESSOURCENREICH

Die Informationen in diesem Booklet sind geistiges Eigentum der Agentur RessourcenReich GmbH.

RESSOURCENREICH GmbH
ASTRATURM 7. OG
ZIRKUSWEG 2
20359 HAMBURG

TELEFON: +49-(0)40-808114-0
TELEFAX: +49-(0)40-808114-199
E-MAIL: info@re-re.de
INTERNET: **www.re-re.de**