

# NACHH ALTIGK EITSBER ICHT 20 21

**KALTWASSER**  
KOMMUNIKATION 

#

EINFA

CHMA

CHEN

## Kommunikation, die bewegt.

Große Umbrüche verlangen viele kleine Schritte.

Daher lautet unser Motto: **#einfachmachen**. Wir packen es an, ändern die kleinen Dinge, die wir einfach ändern können und suchen kontinuierlich Lösungen für die großen Dinge, die sich ändern müssen.

Mit diesem Hashtag motivieren wir unsere Kolleg:innen und alle, die von uns lesen und hören. Wir verstehen ihn als Ermunterung und Aufforderung anzufangen, sich nicht aufhalten zu lassen, nicht auf Vorschriften und Gesetze zu warten. Wir wollen, dass Menschen inspiriert vorangehen und andere mitnehmen auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft.

#einfachmachen

# INHALTSVE

- 07** | Vorwort
- 08** | Unsere Geschichte
- 10** | Unsere Werte
- 11** | Unser Selbstverständnis
- 12** | Unser Nachhaltigkeitsverständnis
- 14** | Unsere Klima-Bilanz
- 16** | Unser CO<sub>2</sub>-Fußabdruck
- 18** | Die 17 SDGs und unsere Ziele
- 20** | Unser Engagement
- 32** | Indikatoren des DNK

# RZZEICHNIS



v.l.n.r Bernd Hendl, Brigitte Kaltwasser, Andreas Schauerte

# VORWORT

Seit vielen Jahren sprechen wir Kaltwassers von nachhaltigem Handeln. 2022 haben wir unsere Gedanken und Bemühungen endlich auch strukturiert und niedergeschrieben.

In diesem Bericht beschreiben wir nicht nur, wie wir Nachhaltigkeit verstehen, sondern machen auch unsere CO2-Bilanz transparent. Wir zeigen auf, was wir gemäß unseres Mottos jetzt schon #einfachmachen – orientiert an vier Zielen für nachhaltige Entwicklung. An dieser Stelle berichten wir zu unseren Maßnahmen aus den Jahren 2020 und 2021. Auf den letzten Seiten findet sich eine tabellarische Einordnung, welche Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) wir abbilden. Für das Berichtsjahr 2022 wer-

den wir eine nicht finanzielle Erklärung nach den Kriterien des DNK, entsprechend des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes und orientiert am global anerkannten Standard der „Global Reporting Initiative“, veröffentlichen und in der DNK-Datenbank hinterlegen.

Unsere freiwillige Berichterstattung ist kein Selbstzweck - wir wollen uns selbst ehrlich den Spiegel vorhalten und unsere Bemühungen kontinuierlich ausbauen. Und wir wollen alle Leser:innen motivieren, in ihrem eigenen Unternehmen Fragen zu stellen und über Nachhaltigkeit zu sprechen.

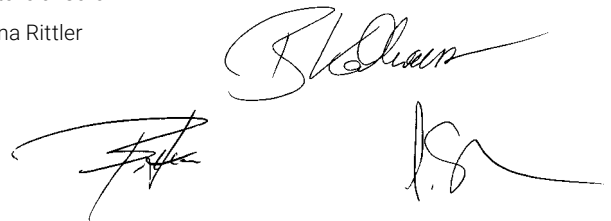
Ein großer Dank gilt an dieser Stelle unserer Nachhaltigkeitsbeauftragten Nina Rittler

(IHK geprüfte CSR-Managerin), die sich diesem Thema mit hohem Engagement und Sachverstand gewidmet hat und dies auch konsequent weiterführen wird.

Nachhaltiges Handeln ist für uns Kommunikator:innen mehr als ein Herzensprojekt. Es ist stark in unserer Unternehmens-DNA verankert und wir sind überzeugt, dass wir hiermit auch einen wichtigen Beitrag für unsere nächsten Generationen beitragen können und müssen.

Nürnberg, März 2023

Die Kaltwasser Geschäftsführung





**1990** Gründung von „PR Kaltwasser“ - in Nürnberg als inhabergeführte IT- und TK-Agentur. Erste Kunden waren Bintec (Nürnberg) und Kyocera (Japan).



**2000** Start der Lehrtätigkeiten an der TU Ilmenau.



**1997** Umstellung der Firmenpräsentationen von Papier auf Disketten.



**1999** Eröffnung Niederlassung München und jährliche Teilnahme an Jahresveranstaltung des Rats für Nachhaltigkeit in Berlin.



**2006** Eröffnung Niederlassung Berlin, Abschaffung der Mülleimer an den Arbeitsplätzen, hin zu gemeinschaftlichen Müllstationen und aktiver Müllbekämpfung (Plogging, Trennsysteme)





**2018** Gewinn des Digitalawards Bayern



**2009** Gründung des Nachhaltigkeits-Netzwerks in Nordbayern mit Prof. Dr. Norbert Lammert

**2015** Anschaffung des ersten Elektroautos im Firmenfahrzeugpool. Kauf des energieautarken Tiny-houses KARL als mobiles Pressekonferenzgefährt



**2020** Start der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie und Erarbeitung des ersten Nachhaltigkeitsberichts in eigener Sache.

**2019** Aufbau des Geschäftsbereichs Nachhaltigkeitskommunikation





# WERTE

## Unser Selbstverständnis

Seit 1990 unterstützen wir unsere Kunden vertrauensvoll, nachhaltig und partnerschaftlich mit innovativen Ideen und Kommunikation. Unser Ziel ist es, Image, Bekanntheitsgrad und Akzeptanz unserer Kunden sowie ihrer Produkte und Dienstleistungen dauerhaft zu schützen und zu steigern. Wir kommunizieren ehrlich, mit Überzeugung und aus Leidenschaft.

Wir übernehmen Verantwortung für uns und unsere Kunden und pflegen langfristig belastbare Geschäftsbeziehungen. Mutig neue Wege zu gehen, tradierte Muster zu hinterfragen und Innovationen anzustoßen liegt in unserer Unternehmens-DNA. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur positiven Gestaltung des gesellschaftlichen,

ökonomischen und sozialen Wandels. Erfolg ist für uns, die Erwartung unserer Kunden immer wieder zu übertreffen.

Teamgeist, Qualität, Unabhängigkeit und Integrität sind die Werte, auf denen dieser Erfolg gründet.



Als Spezialist für Kommunikationsberatung und Bürgerdialog ist die Kaltwasser Kommunikation GmbH seit über 30 Jahren Partner für Unternehmen, Verbände und öffentliche Auftraggeber. Die Kommunikationsagentur beschäftigt in ihren Büros in Berlin, München und Nürnberg (Zentrale) rund 50 Mitarbeitende und Partner:innen. Seit 2020 ist Kaltwasser Kommunikation unter den Top 30 von Deutschlands erfolgreichsten PR-Agenturen und belegt im jährlichen Ranking der PR-Agenturen Spitzenplätze in den Segmenten Energiewirtschaft & Umwelt.

Wir leben Nachhaltigkeit, weil uns das Thema seit vielen Jahren am Herzen liegt. Deshalb engagieren wir uns schon lange für eine umweltfreundlichere, gerechtere und soziale Welt. Das bedeutet aber auch, dass wir beständig umdenken, mehr Aufwand betreiben und an uns arbeiten müssen.

# Unser Nachhaltigkeitsverständnis

## Strategische nachhaltige Entwicklung

Wir treiben unsere nachhaltige Entwicklung zielgerichtet voran. Seit Ende 2019 gibt es bei Kaltwasser ein Projektteam „Nachhaltigkeit“. Es besteht fest aus einem Mitglied der Geschäftsführung, der Nachhaltigkeitsbeauftragten und steht allen Mitarbeitenden zur Mitarbeit offen. Das Team trifft sich einmal monatlich und treibt Strategieentwicklung, Maßnahmenplanung und -umsetzung voran.

Nachhaltigkeit steht dauerhaft auf unserer Agenda. So ist das Thema ein fester Bestandteil unseres wöchentlichen Agenturmeetings. Hier teilen wir unsere Erlebnisse der letzten Woche, aktuelle gesellschaftliche Entwicklun-

gen und besprechen anstehende Aktionen. Alle Mitarbeitenden sind eingeladen und aufgerufen, sich für Nachhaltigkeit einzusetzen und ihre Herzensprojekte Hand in Hand mit unseren Zielen voranzutreiben. Das machen wir auf unserem Nachhaltigkeitsboard transparent. Wir reflektieren regelmäßig die Wirkung unserer Maßnahmen und wie sie auf unsere Ziele (siehe Seite 18) einzahlen. 2023 werden wir diese unter Einbezug unserer Mitarbeitenden und weiterer Stakeholder überprüfen, schärfen und unsere Wesentlichkeitsanalyse vervollständigen.

Um unser Nachhaltigkeitsmanagement professionell aufzustellen, absolvierte unsere

Nachhaltigkeitsbeauftragte eine Weiterbildung zur geprüften CSR-Managerin der Industrie- und Handelskammer Nürnberg.

## Unser Hebel: Unser Netzwerk

Wir als Unternehmen sehen uns in der Verantwortung, eine nachhaltige Entwicklung dieser Aspekte mitzugestalten. Als einen unserer größten Hebel sehen wir neben unseren Mitarbeitenden vor allem unser Netzwerk an. Wir wollen unsere Kunden, Partner und Dienstleister motivieren, die Reise zu einer nachhaltigeren Welt jetzt anzutreten.

## Unsere Klima-Bilanz

Welchen Einfluss hat unsere Unternehmenstätigkeit auf unser Klima? Die Beantwortung dieser Frage erfordert zunächst einen Blick auf die von uns verursachten Treibhausgasemissionen. Deshalb nehmen wir in einem ersten Schritt unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck genauer unter die Lupe (Berechnung gemäß Greenhouse Gas Protocol, Scope 1 und 2, freiwillig Auswahl aus Scope 3):

**Scope 1:** Umfasst die direkte Treibhausgasemissionen im eigenen Unternehmen.

**Scope 2:** Indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase durch Energielieferanten (Strom/Wärme/Kälte).

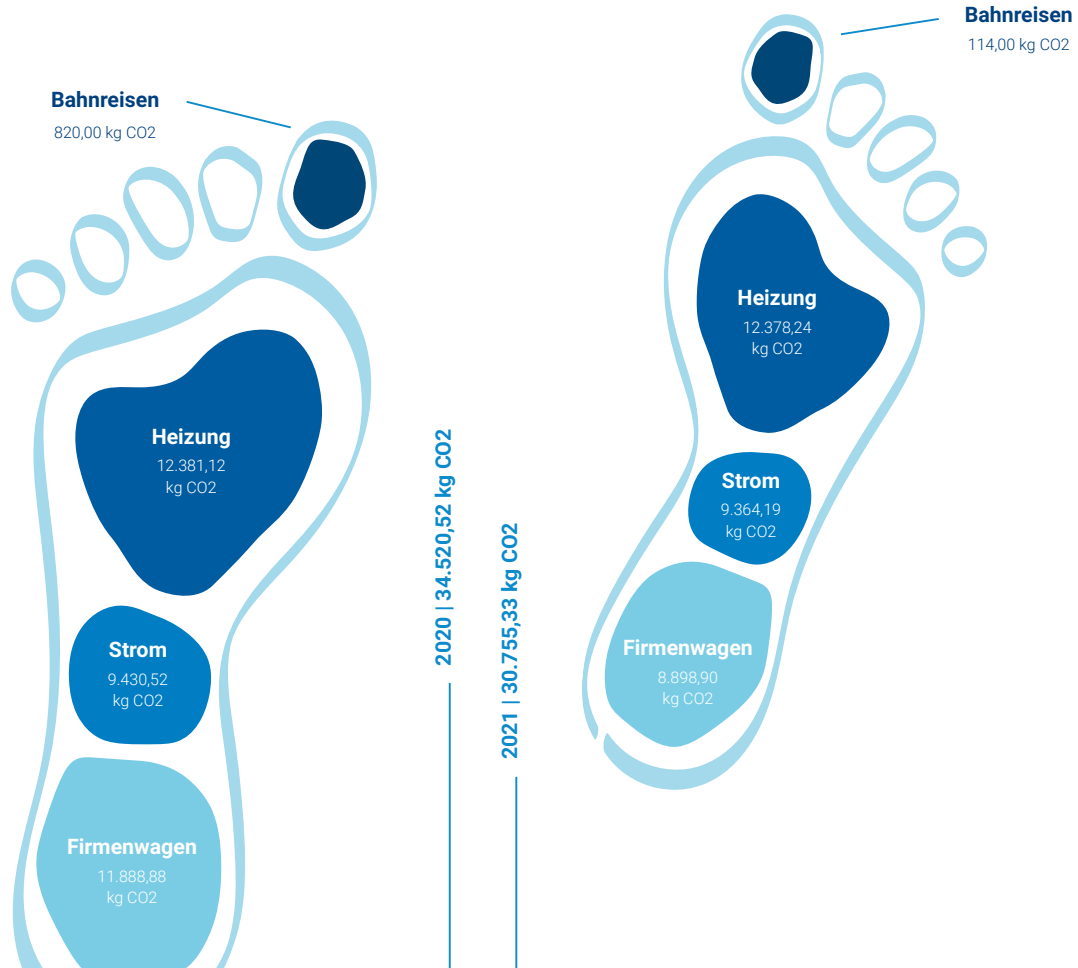
**Scope 3:** Indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase in der vor- und nachgelagerten Lieferkette. Alle weiteren Emissionen, die mit Unternehmensaktivitäten verbunden sind.

Unsere Arbeitsweise, Abläufe sowie unser Konsumverhalten innerhalb der Agentur haben sich 2020 mit Beginn der Coronapandemie (insbesondere für die Berichtsjahre 2020 und 2021) stark verändert. Das „New normal“ bedeutete für uns noch mehr mobiles Arbeiten, deutlich mehr Homeoffice und weniger Dienstreisen zu den Kunden (CO<sub>2</sub>-Reduktion), andererseits noch mehr Videokonferenzen/Streaming

(CO<sub>2</sub>-Verbrauch).

Vor diesem Hintergrund entwickeln wir derzeit eine Klimabilanz-Strategie mit konkreten Reduktionszielen. Unsere aktuell bekannten Emissionen resultieren zu etwa gleichen Teilen aus der Nutzung unseres Fuhrparks, unserem Strombedarf sowie unserem Gasverbrauch fürs Heizen. Wir arbeiten an einer möglichen Ausweitung weiterer Daten aus dem Bereich Scope 3 (z.B. Dienstleistungen und Waren). Wir verbessern unsere Agenturprozesse stetig, um Treibhausgase einzusparen und damit das Klima zu schützen.







## Was tun wir schon heute – unser Fußabdruck

### Im Bereich Scope 1 (Fuhrpark):

Wo eine Fahrt mit dem Auto unvermeidbar ist, nutzen wir nach Möglichkeit unser E-Auto, als zweite Option unsere weiteren Autos, die wir langfristig im Fuhrpark halten und bilden Fahrgemeinschaften.

### Im Bereich Scope 1 (Strom, Wärme und Kälte):

Wir überprüfen regelmäßig unseren Verbrauch und versuchen diesen zu senken – von der einfachen Licht-aus-Regel bis hin zur Abwärmernutzung statt Kühlung unseres Server-Raums. Wir beziehen Ökostrom.

### Im Bereich Scope 3 (Besonders Dienstreisen):

Bahn und Öffis first! Zu unseren Kunden reisen wir – wenn möglich – per Schiene. Auf der Achse Berlin – Nürnberg – Mün-

chen zwischen unseren Unternehmensstandorten ist die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln selbstverständlich.

### Im Bereich Scope 3:

#### (Eingekaufte Waren und Dienstleistungen):

Wir arbeiten mit regionalen Partnern mit möglichst kurzen Lieferwegen. Wir kaufen unseren Bürobedarf und Lebensmittel soweit möglich regional ein. Wir beschaffen nur Bürogeräte mit den höchsten Energieeffizienzklassen. Wir bringen den Nachhaltigkeits- und Klimabilanzaspekt auch in unsere Beratungstätigkeit ein.

#### (Anreise):

Wir unterstützen Mitarbeitende mit einem Job-Ticket.



### CO2-Fußabdruck:

CO2-Emissionen, sowie in CO2-Äquivalente umgerechnete Treibhausgase wie Methan oder Lachgas.

### Ökologischer Fußabdruck:

Fläche, die auf der Erde benötigt wird, um all das herzustellen und zu entsorgen, was ein Mensch für seinen persönlichen Lebensstil benötigt.

### Greenhouse Gas Protocol:

Internationaler Standard zur Treibhausgasbilanzierung.

## Die 17 SDGs und unsere Ziele

Die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sind globale Ziele zur nachhaltigen Entwicklung der Agenda 2030. Diese richten sich sowohl an die Regierungen als auch an die Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Privatwirtschaft. Sie umfassen Themen wie den verstärkten Einsatz für Frieden, die Bekämpfung von Korruption, aber auch den Schutz des Klimas und der Ressourcen.

Alle 17 Ziele können auf der Webseite der Deutschen Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V. eingesehen werden: [www.dgvn.de/ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung](http://www.dgvn.de/ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung).

Wir haben uns die folgenden vier Ziele gesetzt. Warum? Weil wir genau hier am meisten verändern und zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen können.



### SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen

Die körperliche und mentale Gesundheit unserer Kolleg:innen, Partner:innen und Kund:innen erhalten und aktiv fördern.

**Lesen sie hierzu mehr ab  
Seite 24**



### **SDG 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum**

- Weiterentwicklung von Kolleg:innen, Kund:innen und deren Aufgaben
  - faire Gehälter
  - Flexibilität und Auszeiten
- respektvoller Umgang miteinander über alle Hierarchien

**Lesen sie hierzu mehr ab  
Seite 28**



### **SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden**

Wir engagieren uns an unseren Standorten für die Nachbarschaft. Wir arbeiten gerne für Kund:innen, die an der nachhaltigen Entwicklung von Städten und Gemeinden beteiligt sind.

**Lesen sie hierzu mehr ab  
Seite 20**



### **SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion**

Wir schaffen bei allen Mitarbeitenden das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und animieren zur kontinuierlichen Reflexion. Wir nehmen uns vor, jedes Jahr messbare Reduktionen vorzunehmen.

**Lesen sie hierzu mehr auf  
Seite 31**



Unsere Zielerreichung prüfen wir jährlich zum Beispiel via Feedback und Befragungen von Kund:innen und Lieferant:innen, regelmäßigen Mitarbeitergesprächen und Indikatoren wie der Treibhausgasbilanz.



### CSR-Netzwerk

Das Nürnberger CSR-Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“ verbindet Unternehmen, Gemeinnützige und Kommunen bzw. andere öffentlich-rechtliche Institutionen. Das Netzwerk will Unternehmensverantwortung zum Thema machen. Unsere Kollegin Nina Rittler engagiert sich im „Kümmererkreis“. Dort wirkt sie neben dem Ausbau der Social-Media-Arbeit und Kommunikationsunterstützung bei der Organisation des CSR-Tags mit. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen, also Corporate Volunteering in der Region Nürnberg zu fördern, ist uns ein Anliegen!



## Aktionstag von „Unternehmen Ehrensache“

Digitale Teilhabe ist für uns ein wichtiges Thema. Daher engagieren wir uns am Aktionstag „IN AKTION“ von „Unternehmen Ehrensache“. An diesem Tag wirken Freiwillige aus verschiedenen Unternehmen unentgeltlich an gemeinnützigen Projekten mit. In diesem Jahr haben wir Senior:innen ganz nach ihren Bedürfnissen Tipps und Tricks am Smartphone und Tablet gezeigt. Ob WLAN aktivieren, navigieren oder einen Video Call machen. Aus diesem Generationen-Dialog haben wir auch viel für uns selbst mitgenommen und tolle Begegnungen erlebt.





### **Weihnachtsspendenaktion Opel Blitz**

Mit einer Crowd-Funding-Aktion wird die Feuerwehr Pavelsbach ein Feuerwehrauto, den alten Opel „Blitz“, aus dem Jahr 1968 wieder zum Leben erwecken. Nachhaltig und herzerwärmend symbolisiert der alte Opel „Blitz“ Zusammenhalt und Miteinander in unsteten Zeiten. Wir unterstützten die Aktion im Rahmen unserer Weihnachtsaktion 2020 finanziell und machten sie in einem großen Kreis an Kund:innen und Freund:innen bekannt.



### Christkistlasmarkt für in Not Geratene

Jährlich rufen die Nürnberger Engel gemeinsam mit Unternehmen und Gastronomen aus der Region zu einer Sammelaktion auf. In der Vorweihnachtszeit werden Lebensmittel und Hygieneartikel für Obdach- und Wohnungslose gesammelt. In Form eines umgekehrten Adventskalenders werden diese

„Christkistlas“ mit 24 nützlichen Kleinigkeiten bestückt, welche die Nürnberger Engel dann verteilen. Wir beteiligen uns an dem umgekehrten Adventskalender, um gerade in dieser Zeit an diejenigen zu denken, denen es nicht so gut geht und in Not geratene Menschen zu unterstützen.

## Vielfältiges Engagement für Verein Bayern07

Mit unserem Engagement seit 2021 für das Vereinsgelände Bayern 07 im Herzen Nürnbergs „bedienen“ wir gleich zwei nachhaltige Themen:

Zum einen bieten wir unseren Mitarbeitenden in Nürnberg die Möglichkeit, durch eine kostenlose Firmen-Mitgliedschaft das vielfältige sportliche Angebot des Vereins am Wöhrder See zu nutzen.

So können die Kolleg:innen in der Mittagspause auf dem nah gelegenen Vereinsgelände die Sonne genießen, den „Sprung ins kalte Wasser“ wagen oder den Feierabend mit einer Yoga-Session einläuten. Darüber hinaus unterstützen wir ehren-

amtlich die Kommunikations- und Marketingmaßnahmen für den Verein. So berät und begleitet unsere Geschäftsführerin Brigitte Kaltwasser, selbst seit Jahren treues Vereinsmitglied, das Vereinsgeschehen.

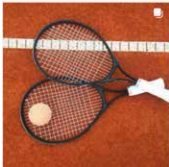
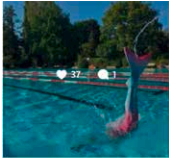
Durch unser jahrelanges Engagement an der TU Ilmenau konnten wir zudem Studierenden der Angewandten Medienkommunikation im Sommer 2021 im Rahmen ihres Praxissemesters die Möglichkeit bieten, Kommunikationskonzepte für das Vereinsbad zu entwerfen. In dieser Zeit standen wir dem Verein sowie den Studierenden beratend zur Seite und konnten uns

am Ende über kreative und durchdachte Konzepte erfreuen. Die Maßnahmen der Nachwuchsagentur, die am Ende überzeugen konnte, werden in der kommenden Zeit gemeinsam von uns umgesetzt.

Daneben stand im selben Jahr einer der Kaltwasser-Trainees dem Bayern 07 Vorstand unterstützend zur Seite. In dieser Rolle hat unser Trainee sechs Monate lang die Social Media Aktivitäten des Vereins strategisch konzipiert und grafisch sowie textlich umgesetzt. Extern sichtbar wurde das auf den Kanälen Instagram und Facebook.



3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN







## Ploggen und Radeln für die Umwelt

Für uns ist Müllvermeidung eine wichtige und vor allem nicht einmalige Sache. Deshalb sind unsere Kolleg:innen fleißig beim monatlichen Plogging (vom schwedischen Wort plocka = Müll und jogging) in München, Berlin und Nürnberg unterwegs und sammeln den Müll auf, der es nicht in den Mülleimer geschafft hat. Wir bleiben dabei fit, machen unsere Stadt sauberer und generieren



Aufmerksamkeit für das Thema Müllvermeidung. Wir versuchen jeden Tag CO2-sparend zum Arbeitsplatz kommen – ob mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, per Fahrrad oder zu Fuß. Das ist aufgrund der zentralen Lage auch für die meisten ganz einfach möglich. Deshalb versteht es sich von selbst, dass wir uns jedes Jahr an der Aktion „STADTRADELN“ beteiligen. Drei Wochen lang heißt es, wann



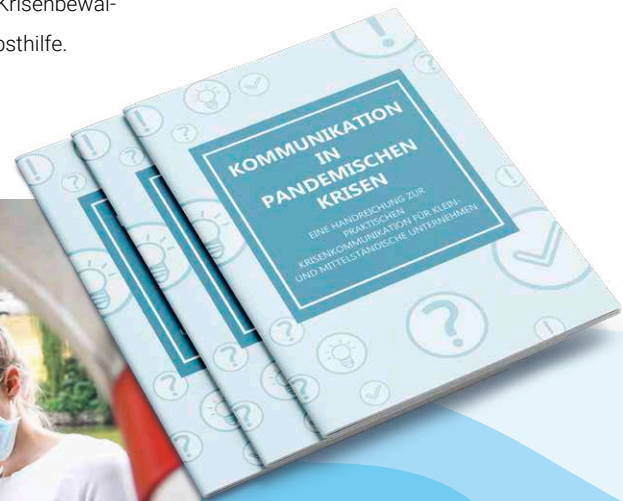
immer möglich, aufs Rad zu steigen und dadurch einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die Aktion macht auch auf die Radinfrastruktur und die Bedürfnisse von Radfahrenden aufmerksam. In diesem Jahr haben wir mit über 900 geradelten Kilometern im Team etwa 140 kg Kohlenstoffdioxid eingespart. Übrigens: Wer bei uns nicht radelt, der kann ein Job-Ticket im ÖPNV nutzen.



## Krisen-Leitfaden und Pro-Bono-Beratung

Die Corona-Pandemie brachte große Herausforderungen für die Wirtschaft. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) sind mitunter besonders betroffen. Wir beraten seit März 2020 in Not geratene KMUs deutschlandweit pro Bono bei vielen Herausforderungen.

Denn für viele Unternehmen geht es nicht um das Image, sondern schlichtweg ums Überleben. Künstler:innen, Soloselbstständigen oder KMUs bieten wir mit zwei kostenlosen Booklets zur Krisenbewältigung zudem Hilfe zu Selbsthilfe.





## TU Ilmenau Lehrtätigkeit

Bereits seit 20 Jahren bieten wir ein jährliches Blockseminar zum Thema Krisenkommunikation an der TU Ilmenau an. Über drei Tage hinweg erhalten die Studierenden anhand theoretischer Grundlagen und praktischer Übungen tiefe Einblicke in das Thema der Krisenbewältigung. Die praktischen Übungen umfassen neben Kamera- und Interviewtrainings auch ein WarRoom-Szenario, dessen Ziel es ist, zu erfahren, wie man auf Krisensituationen reagiert, sich auf diese vorbereitet und welche Grundlagen man dafür benötigt. Neben dem Blockseminar zur Krisenkommunikation begleiten wir zusammen mit realen Auftraggebern auch



das Seminar „PR-Konzeptionen“. Im Rahmen des Seminars erstellen die Studierenden Kampagnen für gemeinnützige Vereine bis hin zu Global Playern. Dieser Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis macht für uns die Zusammenarbeit mit der TU Ilmenau besonders wertvoll.

**Nürnberg  
DIGITAL  
FESTIVAL**

**Nürnberg  
DIGITAL  
FESTIVAL**

**Nürnberg  
DIGITAL  
FESTIVAL**

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Nürnberg Digital Festival

Das Nürnberg Digital Festival ist eine jährlich stattfindende Veranstaltungsreihe der digitalen Gesellschaft. Als offenes Netzwerk verbindet das Festival (ehemals Nürnberg Web Week) seit 2012 Menschen und Organisationen aus Wirtschaft, Technologie, Bildung und Kultur in der Metropolregion Nürnberg. Seit 2016 leisten wir die regionale und bundesweite Kommunikationsarbeit und sind der offizielle Pressekontakt des Nürnberg Digital Festivals. Zu unseren Tätigkeiten zählen die klassische PR-Beratung, Corporate Communication, und die Erstellung unterschiedlichster Textbeiträge. Außerdem konzipieren und organisieren wir TV- und Print-Interviews sowie Presseveranstaltungen – vor Ort, hybrid oder virtuell, wie das Event „Dürer goes Digital“ und die jährliche Pressekonferenz zur Eröffnung des Nürnberg Digital Festivals.

Wir engagieren uns auch als Event-Veranstalter im Rahmen des Festivals: Ob mit aktuellen, wechselnden Themen auf dem Barcamp („Strategy is Queen“) oder als moderierte Diskussion rund um das Thema „Dialog Digital – Bürgerbeteiligung online“:





## Hutzelhofkiste für ein Kinder- und Jugendheim

Der Hutzelhof versorgt in der Region Nürnberg mit der „Hutzelhofkiste“ biologisch erzeugte und regional vermarktete Lebensmittel. Zu Weihnachten 2021 sponsern wir für das Jahr 2022 die wöchentliche Obst- und Gemüselieferung für das Kinder- und Jugend-

heim in Sulzbach-Rosenberg. So sorgen wir dort für eine extra Portion gesundes und regionales Essen. Wir selbst bestellen die Hutzelhofkiste regelmäßig in unser Begegnungsbüro in Nürnberg und kochen gemeinsam.

## Verantwortung tragen

Mit dem Ziel, möglichst viel Müll im Büroalltag zu vermeiden, stellen wir seit 2021 Baumwollbeutel und Mehrwegboxen für unsere Kolleg:innen zur Verfügung. So motivieren wir das gesamte Team durch die Nutzung der wiederverwendbaren Behälter bei Einkäufen oder dem Mittagessen

To-Go eine nachhaltige Entscheidung zu treffen. Unsere Kaltwasser Stoffbeutel stammen von einem Hersteller aus der Region und sind aus 100 Prozent Fairtrade- und OEKO-TEX-zertifizierter Baumwolle hergestellt. Damit tragen wir nicht nur unsere Einkäufe, sondern auch Verantwortung.



Bereich	DNK-Kriterium	In unserem Bericht
<b>Strategie</b>	01 Strategie	Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13) Die 17 SDGs und unsere Ziele (S.18) Vorwort (S.7)
	02 Wesentlichkeit	Unser Selbstverständnis (S.11) Unser Grundauftrag (S.11) Unsere Werte (S.10) Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13)
	03 Ziele	Die 17 SDGs und unsere Ziele (S.18) Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13)
	04 Tiefe der Wertschöpfungskette	Noch zu betrachten
<b>Prozessmanagement</b>	05 Verantwortung	Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13)
	06 Regeln und Prozesse	Unser Grundauftrag (S.11) Mitgliedschaften 2020/2021 (S.33)
	07 Kontrolle	Umweltauswirkungen: Unsere Klima-Bilanz (S.14)
	08 Anreizsysteme	Unser Engagement (Förderung Saisonkarte Bayern 07 Sportverein, Freistellung für Ehrenamtseinsatz) (S.24)
	09 Beteiligung von Anspruchsgruppen	#einfachmachen (S.3) Mitgliedschaften 2020/2021 (S.33) Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13)
	10 Innovations- und Produktmanagement	Im Bericht noch zu betrachten
<b>Umwelt</b>	11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	Umweltauswirkungen: Unsere Klima-Bilanz (S.14)
	12 Ressourcenmanagement	Unser Engagement (Mehrwegboxen, Baumwollbeutel, Ploggen, Radeln für die Umwelt)
	13 Klimarelevante Emissionen	Umweltauswirkungen: Unsere Klima-Bilanz (S.14)



Bereich	DNK-Kriterium	In unserem Bericht
<b>Gesellschaft</b>	14 Arbeitnehmerrechte	Unser Nachhaltigkeitsverständnis (S.13)
	15 Chancengerechtigkeit	Im Bericht noch zu betrachten
	16 Qualifizierung	Im Bericht noch zu betrachten
	17 Menschenrechte	Im Bericht noch zu betrachten
	18 Gemeinwesen	Unser Engagement (Ehrenamtstag, Förderung Saisonkarte Bayern 07 Sportverein, Einsatz am Nürnberg Digital Festival, Förderung Opel Blitz, Christkistlasmarkt, CSR-Netzwerk Nürnberg, Sponsoring Hutzelhofkiste im Kinderheim) (ab S.21)
	19 Politische Einflussnahme	Mitgliedschaften 2020/2021 (S.33)
	20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	Im Bericht noch zu betrachten



### Unsere Mitgliedschaften 2020/2021

- Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)
- Journalisten-Verbände (DJV/BJV)
- Wirtschaftsbeirat Bayern
- Die Familienunternehmer
- FIDAR e. V.
- ASU e. V.
- Presseclub München und Nürnberg

- Wir engagierten uns 2020/2021 aktiv im Rahmen der Arbeitskreise des Berufsverbands der DPRG
- Akzeptanzkommunikation
  - Interne Kommunikation
  - Krisenkommunikation
  - Vorstandsmandat und Mitglied im Ehrenrat



## Ihre Ansprechpartnerin

### Nina Rittler

IHK geprüfte CSR-Managerin

Tel.: +49 911 530 63 - 122

Mail: [nri@kaltwasser.de](mailto:nri@kaltwasser.de)

## Kaltwasser Kommunikation GmbH

### Nürnberg

Zentrale an der Wöhrder Wiese  
Prinzregentenufer 3  
D-90489 Nürnberg

Sebald-Büro an der Stadtmauer  
Laufertormauer 22  
D-90403 Nürnberg

### München

City-Büro  
Kaufingerstr. 22  
80331 München

### Berlin

Hauptstadtbüro in Charlottenburg  
Büro K5  
Kaiserdamm 5  
14057 Berlin

Freiwillige Erstellung des Berichts, orientiert an den  
Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK).



[www.kaltwasser.de](http://www.kaltwasser.de)