

Sinnwerkstatt

Auf dem Weg in eine lebenswerte Zukunft

Unsere Gemeinwohl-Bilanz

10/21 - 09/23



Schritt für Schritt Wirtschaft neu gestalten

In einer Zeit, in der Unternehmen am wirtschaftlichen Erfolg gemessen werden, setzen wir andere Maßstäbe. Wirtschaftlichkeit ist für uns kein Selbstzweck, sondern nur die Grundlage, um unsere Werte zu leben und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Bereits 2013 haben wir unsere erste Gemeinwohl-Bilanz erstellt, um transparent zu machen, wie wir als Unternehmen wirken. Mit der erneuerten Bilanz 2022/23 reflektieren wir erneut: Wo stehen wir heute? Welche Fortschritte haben wir gemacht? Wo können wir unseren positiven Einfluss auf Mensch und Umwelt weiter stärken?

Die Bilanzierung war wieder eine wertvolle Erfahrung. Sie hat uns geholfen, unsere Entwicklung und Potenziale klarer zu sehen und gezielt an Verbesserungen zu arbeiten.

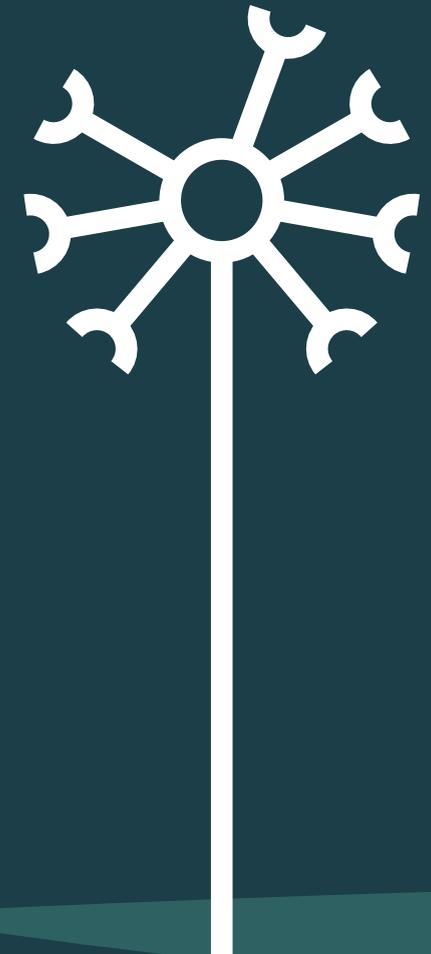
Gleichzeitig zeigt sie, wie viel wir bereits bewegen. Wir fühlen uns bestärkt, diesen Weg weiterzugehen. Die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie spiegeln genau die Welt wider, in der wir leben möchten. Es ist für uns selbstverständlich und zugleich eine Verantwortung, aktiv an ihrer Gestaltung mitzuwirken.

Für uns ist der Gemeinwohlbericht deshalb mehr als eine Dokumentation – er ist eine Reflexion, ein Kompass für die Zukunft und eine Bestätigung unseres Antriebs: Mit unserer Arbeit Sinn zu stiften – für unsere Kund*innen, unser Team und die Gesellschaft.



Inhaltsverzeichnis

- 04 Die Sinnwerkstatt
- 05 Agentur für das Gemeinwohl
- 06 GWÖ Bilanz Übersicht
- 07 A Lieferant*innen
- 08 A1 Menschenwürde
- 08 A2 Solidarität und Gerechtigkeit
- 08 A3 Ökologische Nachhaltigkeit
- 09 A4 Transparenz und Mitentscheidung
- 10 B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen
- 11 B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln
- 11 B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln
- 11 B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung
- 11 B4 Eigentum und Mitentscheidung
- 12 C Mitarbeitende
- 13 C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz
- 13 C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge
- 14 C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden
- 14 C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
- 16 D Kund*innen und Mitunternehmen
- 17 D1 Ethische Kund*innenbeziehung
- 17 D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen
- 17 D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen
- 18 D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz
- 19 E Gesellschaftliches Umfeld
- 20 E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen
- 20 E2 Beitrag zum Gemeinwesen
- 20 E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen
- 20 E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung
- 22 Die nächsten Schritte...
- 23 Unser Weg geht weiter
- 23 Die mittelfristigen Ziele
- 24 Impressum



Wir sind eine werteorientierte Kommunikationsagentur und unterstützen mit Medienproduktion, kreativen Konzepten und nachhaltiger Webentwicklung die sozial-ökologische Transformation. Unsere Arbeit basiert auf Empathie, Kreativität, Transparenz und Gemeinwohl. Gemeinsam mit unseren Partner*innen entwickeln wir passgenaue Kommunikations- und Webprojekte und bringen langjährige Erfahrung in agilem Arbeiten und nachhaltiger Digitalisierung ein.

Seit unserer Gründung 2010 setzen wir nicht nur Kundenprojekte um, sondern initiieren eigene Vorhaben. So entstand 2013 die Thinkfarm Berlin als erster Co-Working-Space für sozial-ökologische Innovationen. 2015 folgte die Webplattform WECHANGE, die nachhaltige Netzwerke digital und genossenschaftlich verbindet. Zuletzt gründeten wir die Animationsabteilung Sinnema aus, die seither erfolgreich wächst.

Unsere Expertise in neuen Formen der Zusammenarbeit möchten wir weitergeben und gemeinsam weiterentwickeln.



Agentur für das Gemeinwohl



Unser Unternehmen ist seit jeher eng mit der Gemeinwohl-Ökonomie verbunden, denn von Anfang an wollten wir Wirtschaft neu denken und nachhaltig gestalten. Unser Ziel war es, klimaneutral zu arbeiten und Unternehmen zu unterstützen, die gesund, fair und gemeinwohlorientiert wirtschaften – als Beitrag zu einer besseren Welt.

5

Die GWÖ Berlin-Brandenburg e.V. war ein zentraler Teil der Thinkfarm, die wir 2013 gegründet haben. Diese Zusammenarbeit vertiefte unser Verständnis der GWÖ-Prinzipien. Wir hatten die Gelegenheit, Christian Felber, den Begründer der GWÖ, persönlich kennenzulernen – eine inspirierende Erfahrung für unser Team.

2014/2015 entwickelten wir ehrenamtlich einen digitalen Prototypen zur GWÖ Online-Bilanzierung. Obwohl er nicht weiterverfolgt wurde, unterstreicht er unser frühes Engagement für eine gemeinwohlorientierte Wirtschaft. Diese Überzeugung prägt uns bis heute: Wir sind weiterhin aktives Mitglied der GWÖ und integrieren ihre Werte konsequent in unsere Arbeit.

GWÖ Bilanz Übersicht

6

	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
A: Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 10 %
B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 80 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: Kund*innen und Mitunternehmern	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 40 %	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
				Bilanzsumme: 413

A

Lieferant*innen



Partnerschaften mit Verantwortung

A1 Menschenwürde:

Unsere Haltung prägt nicht nur unsere Arbeit, sondern auch die Wahl unserer Lieferant*innen. Wir bevorzugen Partner*innen, die Datenschutz, Fairness und Transparenz leben und den Werten der GWÖ nahe stehen. Neue Partner*innen prüfen wir individuell auf ihre Werte und Standards.

8

Bei Softwarelösungen setzen wir bevorzugt auf Open-Source-Programme wie Nextcloud, OnlyOffice, LibreOffice, Canonical und Wagtail, da sie gesellschaftliche Teilhabe und Nachhaltigkeit fördern. Bei nicht-digitalen Partner*innen wie der Umweltdruckerei und dem Imago Space legen wir Wert auf transparente, sozialverträgliche Lieferketten.

Im Jahr 2023 haben wir unsere Haltung zu Künstlicher Intelligenz definiert. Wir erkennen ihre Potenziale, sind uns aber auch der Risiken bewusst. Deshalb setzen wir KI gezielt und reflektiert ein – niemals für Entscheidungsfindungen, sondern nur, wenn sie unseren Prinzipien entspricht und den Menschen dient.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit

Wir begegnen allen, mit denen wir arbeiten, auf Augenhöhe – mit Respekt und Fairness, egal ob digital oder persönlich. Da zu den Zuliefer*innen aus dem Softwarebereich meist kein direkter Kontakt besteht, bewerten wir Anbieter*innen anhand öffentlich verfügbarer Informationen – besonders in Bezug auf Transparenz und Umgang mit Mitarbeitenden.

In persönlichen Kooperationen setzen wir auf offene Kommunikation und individuelle Lösungen. Wir verhandeln fair und akzeptieren die genannten Preise ohne Nachverhandlung, da wir auf Leistung und Gerechtigkeit vertrauen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit

Wir legen besonderen Wert auf umweltfreundliche Energiequellen, regionale Partner*innen sowie Bio-Produkte für Büro und Teamtage. Dabei prüfen wir jeden Einkauf individuell, wobei wir Anbieter*innen mit klimafreundlichen oder gemeinwohlorientierten Ansätzen trotz meist höherer Kosten bevorzugen. Bereits genutzte Programme evaluieren wir regelmäßig und wechseln bei Bedarf zu besseren Alternativen.

Partnerschaften mit Verantwortung

Unsere Büroräume im Imago Space sind mit recycelten und ressourcenschonendem Mobiliar ausgestattet. Die technische Infrastruktur wird geteilt, genauso wie das vegan-regionale Essen beim regelmäßigen Community-Lunch.

A4 Transparenz und Mitentscheidung

Wir setzen auf offene, vertrauensvolle Kommunikation und bevorzugen Partner*innen, die Transparenz und Partizipation aktiv leben. Als kleines Unternehmen mit meist indirekten Software-Geschäftsbeziehungen ist unser Einfluss begrenzt. Dennoch wählen wir Anbieter*innen gezielt nach ihrem öffentlich einsehbarem Engagement aus. Werden Missstände bekannt, handeln wir und beenden die Partnerschaft, wenn keine Verbesserungen erzielt werden. Unser Ziel ist eine faire, transparente und wertschätzende Zusammenarbeit – auch dort, wo unser Einfluss begrenzt ist.

B

**Eigentümer*innen und
Finanzpartner*innen**



Geld für Gemeinwohl nicht für Gewinn

11

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Alle unsere Gewinne fließen vollständig zurück ins Unternehmen. Die Gesellschafter*innen stellen keine Ansprüche auf Kapitalerträge, insofern hat bisher auch keine Ausschüttung an diese stattgefunden. Bis 2017 wurden mehrfach Gesellschafterdarlehen mit Rangrücktritt aufgenommen, seither waren keine weiteren externen Finanzierungen nötig. Seit 2020 erfolgt die jährliche Rückzahlung dieser Darlehen inklusive Zinsen.

Konventionelle Kredite werden nicht genutzt, stattdessen wurde das interne Controlling optimiert und Finanzrücklagen in Höhe von etwa drei Monatskosten aufgebaut, um unerwartete Engpässe abzufedern. Von Beginn an setzten wir auf ethisch-nachhaltige Finanzpartner*innen und führt ihr Geschäftskonto bei der GLS Bank.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Wir operieren mit geringen Gewinnen, investiert aber regelmäßig in notwendige Bereiche. Dazu gehören Arbeitsmittel und Software, die Weiterentwicklung der Organisation, Mitarbeitendenfortbildungen sowie die Optimierung der eigenen Dienstleistungen. Zur Finanzierung dieser Maßnahmen werden kontinuierlich Rücklagen in einem Soli-Topf gebildet.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Für notwendige Maßnahmen nutzen wir ausschließlich eigene Rücklagen, externe Fördermittel spielen aufgrund unserer Unternehmensgröße keine Rolle. Konkrete Investitionen wurden bisher nicht getätigt. Eine Beteiligung an sozial-ökologischen Finanzierungsformen erfolgt indirekt über unser Geschäftskonto bei der GLS Bank sowie seit 2024 zusätzlich durch unsere Mitgliedschaft in der GLS Genossenschaft.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Die Sinnwerkstatt Medienagentur GmbH hat zwei Gesellschafter: Ian Delù hält 75 % der Anteile, Simon Liedtke 25 %. Wesentliche geschäftliche Entscheidungen werden jedoch nicht auf Gesellschafterebene getroffen, sondern im Führungskreis oder mit der gesamten Belegschaft abgestimmt. Langfristig wird eine neue Rechtsform geprüft, die mehr Mitbestimmung für Mitarbeitende und flachere Hierarchien ermöglicht. Das Konzept des „Unternehmens in Verantwortungseigentum“ wird bereits intern diskutiert.

C

Mitarbeitende



Unser Team im Mittelpunkt

13

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Sinnwerkstatt versteht sich nicht nur als Arbeitgeberin, sondern als ein Raum für gemeinsames Lernen und persönliche Entwicklung. Mitarbeitende reflektieren gemeinsam, was intern verändert werden kann und setzen sich mit den eigenen sowie den Bedürfnissen der Organisation auseinander. Ziele werden jährlich von den Teams selbst bestimmt und eigenverantwortlich umgesetzt – sei es eine neue Außendarstellung oder ein verbessertes Gehaltssystem. Spannungen verstehen wir als Impulse für Weiterentwicklung.

Formate wie der „Sinntisch“ fördern den Austausch über aktuelle Themen und zwischenmenschliche Dynamiken. Neben fachlichen Gesprächen geht es auch um Gesundheit, Nachhaltigkeit und persönliche Entwicklung. Die flache Hierarchie ermöglicht es allen, sich aktiv einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. Dabei steht das Wohlbefinden der Mitarbeitenden im Mittelpunkt. Flexible Arbeitszeiten, Yoga, Bewegungspausen und ein Ruheraum fördern die Gesundheit. Ein interner Gesundheits-Channel unterstützt mit Tipps zu Ernährung und Sport.

Diversität spielt eine zentrale Rolle bei der Auswahl neuer

Mitarbeitender. Entscheidend sind nicht nur Qualifikationen, sondern vor allem eine ähnliche Wertebasis. Bewerbungen von Menschen mit marginalisiertem Hintergrund werden besonders berücksichtigt. Ein internes Wiki und regelmäßige Reflexionen im Team unterstützen einen bewussten Umgang mit Sprache und Gleichberechtigung.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir betrachten Gehälter individuell und evaluieren sie in Mitarbeitergesprächen unter Berücksichtigung von Faktoren wie Familie, Wohnsituation und Lebenshaltungskosten. Jedes Team kann Gehälter innerhalb eines festgelegten Rahmens anpassen. Reicht das Budget nicht aus, ermöglichen wir über das Soli-Konto eine zeitlich begrenzte Unterstützung. Unsere Freelancer*innen arbeiten flexibel mit uns zusammen, legen ihre Stundensätze selbst fest und haben feste Ansprechpartner*innen.

Unser flexibles Arbeitszeitmodell wird durch ein Tracking-Tool ermöglicht. Überstunden leisten wir eigenverantwortlich und gleichen sie auch wieder aus. Dabei zeigt uns unsere selbst entwickelte Stundenampel, wenn Anpassungen nötig sind. In Absprache können Überstunden gezielt gesammelt werden,

Unser Team im Mittelpunkt

um längere Urlaubszeiten zu ermöglichen. Auch lehnen wir zu große Projekte ab oder verschieben sie, um Überlastungen der Mitarbeitenden zuvor zu kommen.

Zudem ist auch der Arbeitsort frei wählbar, solange Datenschutzvorgaben eingehalten werden. Mitarbeiter*innen-Gespräche werden vertraulich geführt, wobei die offene Kommunikationskultur als große Sicherheit empfunden wird.

14

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Ökologische Verantwortung sind fester Bestandteil des Arbeitsalltags und prägen den Austausch im Team. Viele Mitarbeitende leben diese Werte aktiv, etwa durch Ökostrom im Homeoffice, umweltfreundliche Arbeitswege oder vegetarisch-veganem Mittagessen.

Ökologisches Verhalten wird regelmäßig reflektiert, besonders bei Teamreisen oder Geschäftsfahrten, bei denen nachhaltige Optionen wie Bahnfahrten oder Fahrgemeinschaften bevorzugt werden. Ein internes Austauschformat zu Gesundheit und Nachhaltigkeit bietet Anregungen zu ökologischen Themen.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Transparenz und Mitverantwortung ermöglichen es allen, aktiv zur Entwicklung des Unternehmens beizutragen. Mitarbeitende haben Einsicht in unternehmerische Zahlen, einschließlich Gehältern, Einnahmen und Ausgaben, sowie auf das Buchhaltungsprogramm um Rechnungen und Angebote eigenständig zu erstellen.

Führungskräfte im klassischen Sinne gibt es nicht. Die Geschäftsführung und Teamleitungen übernehmen koordinierende Aufgaben, doch diese Rollen sind nicht an Personen gebunden, sondern können von allen Mitarbeitenden übernommen werden. Entscheidungen darüber werden im Führungskreis nach dem Konsent-Prinzip getroffen. Interessierte können jederzeit in den Führungskreis eintreten, in dem Teamleitungen und der Geschäftsführer standardmäßig vertreten sind.



Ian Delù

Organisationsentwickler



Christoph Zamaitat

Webentwickler



Charlotte Luckau

Webentwicklerin



Andreas Nüßlein

freier Webentwickler



Sylvia Varadi

Office Managerin



Ralph Delfs

Teamleiter Web



Marcus Theisen

Webentwickler



Lutz Kienast

Designer und Illustrator



Jan Petersmann

Teamleiter Kreation

Sinnwerkstatt

D

**Kund*innen und
Mitunternehmer**



Solidarität und Mitgestaltung statt Wettbewerb

17

D1 Ethische Kund*innenbeziehung

Nach eingehender Prüfung entscheiden wir, ob eine Anfrage zu uns passt – sowohl inhaltlich als auch ethisch. Entspricht ein Auftrag nicht unseren Werten oder unserer Expertise, empfehlen wir andere Agenturen oder lehnen ihn ab. In der Projektumsetzung setzen wir auf transparente Kommunikation, regelmäßige Feedbackschleifen und eine enge Zusammenarbeit. Nach Abschluss gibt es eine offene Feedbackrunde mit unseren Kund*innen.

Unsere Preise sind fair kalkuliert und orientieren sich an fairen Löhnen und Einkaufspreisen. Da viele unserer Kund*innen aus dem Non-Profit-Bereich kommen, bieten wir bezahlbare Lösungen an und ermöglichen kleineren Organisationen oft mehr Leistung, als sie finanziell abdecken können.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Wir pflegen enge Kooperationen mit anderen Agenturen und setzen auf Austausch statt Konkurrenz. In unserem Coworking Space vernetzen wir uns aktiv mit Unternehmen, die ähnliche Werte vertreten und tauschen uns über

fachliche und organisatorische Themen aus. Wir gleichen Auslastungen ab, tauschen Expertisen und Freelancer*innen und empfehlen Kund*innen weiter, wenn wir eine Anfrage nicht bedienen können. Außerdem geben wir Jobanfragen weiter, bieten vergünstigte Beratungen an und ermöglichen Freistellungen für sinnvolle Projekte.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Wir informieren unsere Projektpartner*innen über umweltfreundliche Lösungen und beraten zu ressourcenschonender Umsetzung. Im Web-Team achten wir darauf, wartungsarme, langlebige Webseiten mit geringem Datentransfer und optimierten Bildern zu entwickeln. Unser Kreationsteam arbeitet mit umweltschonenden Druckereien zusammen. Nachhaltigkeitsstrategien und neue Erkenntnisse diskutieren wir regelmäßig intern und halten sie in unseren Dokumentationen fest.

Solidarität und Mitgestaltung statt Wettbewerb

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Aufträge werden in enger Abstimmung mit unseren Kund*innen entwickelt und durch Korrekturschleifen präzisiert. Feste Ansprechpartner*innen begleiten den gesamten Prozess, sodass Wünsche und Vorstellungen kontinuierlich eingebracht werden können. Da unsere Dienstleistungen individuell gestaltet sind, sind Mitspracherechte entscheidend für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

18

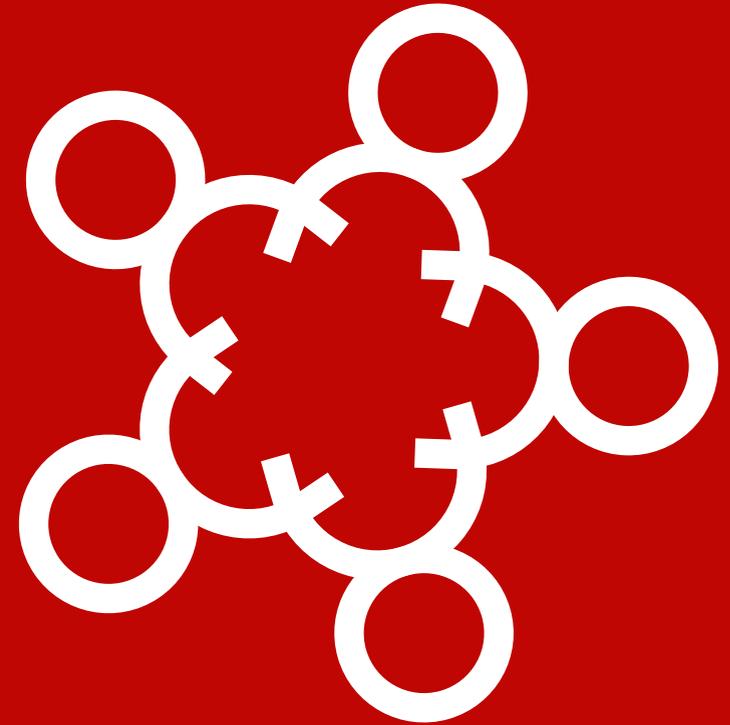
Unsere Stundensätze werden vorab kommuniziert, und detaillierte Angebote machen alle Kostenpunkte nachvollziehbar. Korrekturen sind in Absprache möglich. Nach Abschluss eines Projekts fördern wir durch Feedbackgespräche einen offenen Austausch um Qualität und Zusammenarbeit weiterzuentwickeln.

Neben der größtenteils digitalen Arbeit, achten wir darauf, ökologische Belastungen zu minimieren. Über unsere Website und im direkten Austausch informieren wir über unsere nachhaltigen Prinzipien und unsere faire, kostendeckende Preisgestaltung. Non-Profit-Kund*innen bieten wir flexible Zahlungsmodelle an.

Visualisierung/Kuchendiagramm über unseren Kund*innen-Stamm. Aufteilung nach NGO, Forschungseinrichtung, (Sozial-)Unternehmen (Daten liefert Sylvia)

E

**Gesellschaftliches
Umfeld**



Werkstatt für Sinn und Wandel

20

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Der Name sinnwerkstatt spiegelt unseren Kern wider: Wir möchten sinnstiftend wirken. Unser Ziel ist nicht die reine Vermarktung von Produkten, sondern nachhaltige und gemeinwohlorientierte Wirksamkeit. Deshalb unterstützen wir Partner*innen, die zur gesellschaftlichen, ökologischen und persönlichen Entwicklung beitragen. Unsere Kund*innen sind NGOs, sozial-ökologische Initiativen sowie Bildungs- und Forschungsinstitutionen, die positive Veränderungen in der Gesellschaft bewirken möchten.

Mit unseren Dienstleistungen helfen wir diesen Wandel sichtbar zu machen. Durch Kampagnen, Webseiten und Kommunikationsmedien tragen wir dazu bei, Denkpulse zu setzen, Teilhabe zu ermöglichen und nachhaltige Ideen zu verbreiten.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Im Berichtszeitraum haben wir ehrenamtlich die Gründung des Imago Space begleitet – einer Co-Working-Community für nachhaltige Organisationen und neue Formen der gemeinwohlorientierten Zusammenarbeit. Mit rund 140

Arbeitsstunden haben wir die Gründer*innen beraten und operativ unterstützt. Insgesamt haben wir knapp 30 % unseres Gewinns in gemeinwohlorientierte Zwecke investiert.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Unsere Dienstleistungen sind größtenteils digital, so entfallen Produktions- und Transportkosten. Umweltwirkungen entstehen vor allem durch den Stromverbrauch für PCs und Beleuchtung sowie durch Wasser und Reinigungsmittel im Büro. Innerhalb der Co-Working-Struktur setzen wir auf gemeinsame Ressourcennutzung, etwa durch geteilte Monitore und Drucker. Unsere Hostinganbieter sowie die Homeoffices der Mitarbeitenden nutzen Ökostrom. Geschäftsreisen erfolgen ausschließlich mit Bahn oder ÖPNV.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Veränderungen oder neue unternehmerische Strategien, die sich aus gesellschaftlichen Herausforderungen ergeben, werden bei regelmäßigen Teamtreffen erarbeitet, dokumentiert und Schritt für Schritt gemeinsam umgesetzt.

Werkstatt für Sinn und Wandel

Engagement für gemeinwohlorientierte Zwecke
mit einem Wert von 10 640€ = 30% des Gewinnes

Wir unterstützen
über unsere Projekte
folgende UN-
Entwicklungsziele:

21



Die nächsten Schritte...



Unser Weg geht weiter

Wir möchten unsere Teamstrukturen stärken und individuelle Weiterentwicklung fördern. Zudem streben wir eine gemeinsame Gehaltserhöhung sowie einen jährlichen Inflationsausgleich an. Wir werden erarbeiten, wie wir Künstliche Intelligenz sinnvoll nutzen und unsere Angebote gezielter an die Bedürfnisse unser Kund*innen anpassen.

Die mittelfristigen Ziele

- 01** Ein wichtiger Schritt wird die Überarbeitung unserer Außendarstellung, inklusive einer barrierearmen Website und mehr Transparenz über unsere Arbeitsweise und inhaltlichen Schwerpunkte.
- 02** Wir möchten Nachhaltigkeit noch greifbarer machen – mit messbaren Maßnahmen und Projekten, die echte Wirkung entfalten. Dazu gehört, unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiter zu konkretisieren und regelmäßig zu kommunizieren.
- 03** Neben der Arbeit für unsere Kund*innen wollen wir eigene Initiativen vorantreiben – sei es durch ein selbst initiiertes Projekt oder ehrenamtliches Engagement.

Impressum

Der Bericht wurde von zu größten Teil von **Sylvia Varadi** aus dem Team Intern verfasst. Tatkräftige Unterstützung hat sie punktuell von allen Kolleg*innen erhalten:

Ian Delù

Jan Petersmann

Ralph Delfs

Charlotte Luckau

Lutz Kienast

Marcus Theisen

24

Der aktuelle Stand und Inhalte wurden im sinntisch an alle Mitarbeitenden regelmäßig kommuniziert. Es wurden insgesamt 155 Personenstunden aufgewandt um den Bericht zu verfassen.

Die Langfassung kann hier angeschaut und heruntergeladen werden:

[GWÖ Bericht Langfassung](#)

sinnwerkstatt Medienagentur GmbH

Glogauer Str. 21

10999 Berlin-Kreuzberg

kontakt@sinnwerkstatt.com

www.sinnwerkstatt.com

Sinnwerkstatt