neues!handeln

2025
Umwelterklärung

... den ökologischen Handabdruck zu vergrößern. Damit wollen wir negative Effekte reduzieren und positive Effekte steigern.

Ziel unserer Umweltpolitik ist es, den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern und ...

Inhalt

	Vorwort	5
1	Wer wir sind und was wir tun	6
2	Unsere Umweltpolitik	12
3	Unser Umweltmanagementsystem	13
4	Unsere Umweltaspekte	14
5	Relevante Rechtsvorschriften	18
6	Unsere Kennzahlen	19
7	Unsere Umweltziele: wo wir stehen	22
8	Greenboostings	24
9	Weitere Initiativen	25
10	Unsere Aha-Momente	26
11	Unsere Umweltziele bis Juni 2026	27

Vorwort

Wir machen Kommunikation für die Gesellschaft – mit dem Ziel, Menschen zu informieren, zu inspirieren und zu neuem Handeln zu bewegen. Gesellschaften weltweit sind betroffen von den Folgen der menschengemachten Klima- und Umweltkrisen. Das verlangt neues Handeln von allen. Auch wir wollen unseren Beitrag leisten.

Eine Erkenntnis, die uns weiterhin leitet, ist das Bild des ökologischen Handabdrucks (Interview): Wir möchten mit unserer Arbeit und Beratung in Sachen Klima- und Umweltschutz Positives bewirken. Deshalb haben wir uns vor einem Jahr mit dem Umweltmanagementsystem EMAS auf den Weg gemacht, um praxistaugliche und nachhaltige Lösungen zu finden.

Was macht Websites klimaschonend? Wie plant man nachhaltige Events? Was ist wichtig für umweltschonenden Druck? Solche Fragen begegnen uns täglich. Die beste Lösung ist oft nicht sofort klar. Dazu haben wir eine interne Qualifizierungsoffensive gestartet – die Greenboostings.

Den Anfang machte die Printkommunikation. Denn trotz zunehmender Digitalisierung und Umweltbewusstsein sind Druckprodukte wie Broschüren, Flyer oder Giveaways weiterhin gefragt. Hier setzt unsere Beratungsleistung für unsere Kund*innen an: Was gibt es statt der üblichen Produkte an nachhaltigen Alternativen? Aber auch: Welche Standards beachten wir ab jetzt bei der Produktion? Unser gesammeltes Wissen vermitteln die interdisziplinären Greenboosting-Teams an die Kolleg*innen. Weitere Greenboostings entstehen – aktuell zum Thema Event.

Wir spüren, dass es im bewegten Agenturalltag nicht immer einfach ist, Klima- und Umweltschutz konsequent umzusetzen. Dennoch sind wir entschlossen, gemeinsam mit Kolleg*innen, Kund*innen und Partner*innen kontinuierlich zu lernen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Denn wie kleine Pflänzchen brauchen auch nachhaltige Veränderungen Ausdauer und die engagierte Pflege vieler Hände.

Dass unsere Arbeit Früchte trägt, zeigt sich auch in unseren Kundenprojekten. Es ist uns gelungen, mehr Klimathemen in unsere Projekte einzubinden und unser Geschäftsfeld im Bereich Klima- und Umweltkommunikation zu erweitern.

So bringen wir zunehmend mehr Umweltschutz-Expertise ein und lassen unseren ökologischen Handabdruck wachsen.

Christina Roser
Art-Direktion und
Umweltmanagementbeauftragte
Standort Köln

Nicola Schäfer
Beraterin und
Umweltmanagementbeauftragte
Standort Berlin

1 Wer wir sind und was wir tun

Im Auftrag von Ministerien, Stiftungen und NGOs kommunizieren wir Themen, die unsere Gesellschaft verändern und zu neuem Handeln bewegen.

Profil und Geschäftstätigkeit
Unser Ziel ist, den Wandel in Richtung einer sozial und ökologisch ausgerichteten Gesellschaft zu begleiten und mitzugestalten. Dafür setzen wir uns seit 1989 ein. Unser rund 150-köpfiges Team mit rund 140 festangestellten Mitarbeitenden aus vielen verschiedenen Disziplinen wie dem Journalismus, dem Design, der Werbung, der PR und der Sozial- und Politikwissenschaft – betreut Ministerien auf Bundes- und Landesebene, Kommunen, Stiftungen und NGOs. Die Agentur arbeitet ausschließlich im Non-Profit-Sektor zu gesellschaftlich relevanten Themen wie Arbeit und Soziales, Ernährung, Bildung und Forschung, Gesundheit, Nachhaltigkeit, Umweltschutz, Demokratieförderung und Familie. Mit unserer Beratung unterstützen wir unsere Kund*innen dabei, ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen und Wirkung zu entfalten.

neues handeln hat sich darauf spezialisiert, gesellschaftspolitische und soziale Anliegen verständnisorientiert, glaubwürdig und wirksam zu kommunizieren. Bei allen Aufträgen können unsere Kund*innen auf umfassende konzeptionelle Beratung sowie effektive Umsetzung der Maßnahmen vertrauen.

Leitidee
Gegenwärtige Politik braucht Transformationslotsen, die komplexe Zusammenhänge für alle verständlich vermitteln. Wir übersetzen gesellschaftspolitische Themen in Kommunikation, die Menschen erreicht – im Dialog, auf Augenhöhe und über alle Kanäle hinweg. Unser Ziel ist es, zu informieren, zu inspirieren und zu neuem Handeln zu bewegen. So sorgen wir dafür, dass politische Kommunikation ankommt, Menschen sich fundierte Meinungen bilden können und wir gemeinsam den gesellschaftlichen Wandel gestalten – für eine respektvolle, sozial gerechte und nachhaltige Zukunft.

Leistungsspektrum
Unser Leistungsportfolio umfasst das gesamte Spektrum der Kommunikation, Full Thinking, strategische Beratung sowie Umsetzung zu allen Aspekten politischer Kommunikation.

Leistungs-spektrum

Strategische **Kommunikationsberatung und -konzeption**

Wissenschaftliche Politikberatung
Analyse, Studien und Strategieentwicklung

Presse- und Medienarbeit

Begleitung der **internen Kommunikation**

Werbe- und Informationsmaterialien
Design und Redaktion

Netzwerkarbeit in Initiativen, Förderprogrammen oder Servicebüros

Begleitung von **Dialogformaten und Stakeholder-Prozessen**

Corporate-Design-Entwicklung

Social-Media-Strategien und Content-Produktion

Websites, Apps sowie weitere **digitale Medien**
unter Beachtung der Anforderungen nach BITV 2.0

Publikationen
z. B. Magazine, Broschüren und Flyer in digital und Print (Grafik und Redaktion)

Inszenierung digitaler, hybrider und klassischer (Fach-) **Veranstaltungen und Events**

Bewegtbild und Audio
für die Produktion von (Image-) Filmen, (Werbe-)Videos, Podcasts und Social Media

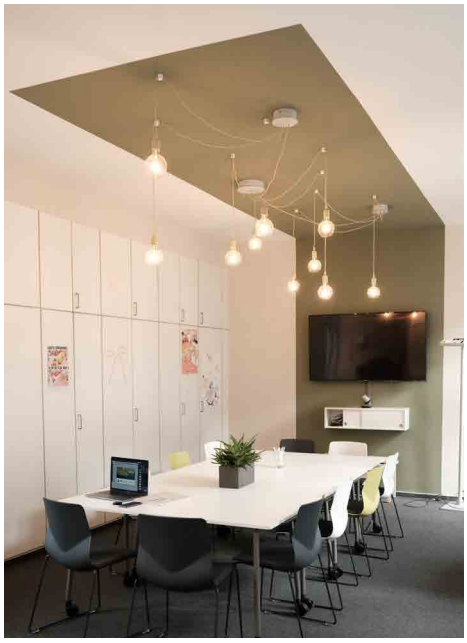
Erfolgsmessung
Evaluierung durch Kommunikationscontrolling und Reporting

Crossmediale Kampagnen
und komplexe Kommunikationsprojekte

Mit mehr Umsetzungswissen wächst auch unsere thematische Expertise. Wir beraten mehr und mehr Kunden aus dem Umwelt- und Klimabereich. Mit Ausdauer und großer Freude, sich gegenseitig anzuspornen.

Nicola Schäfer
Beraterin

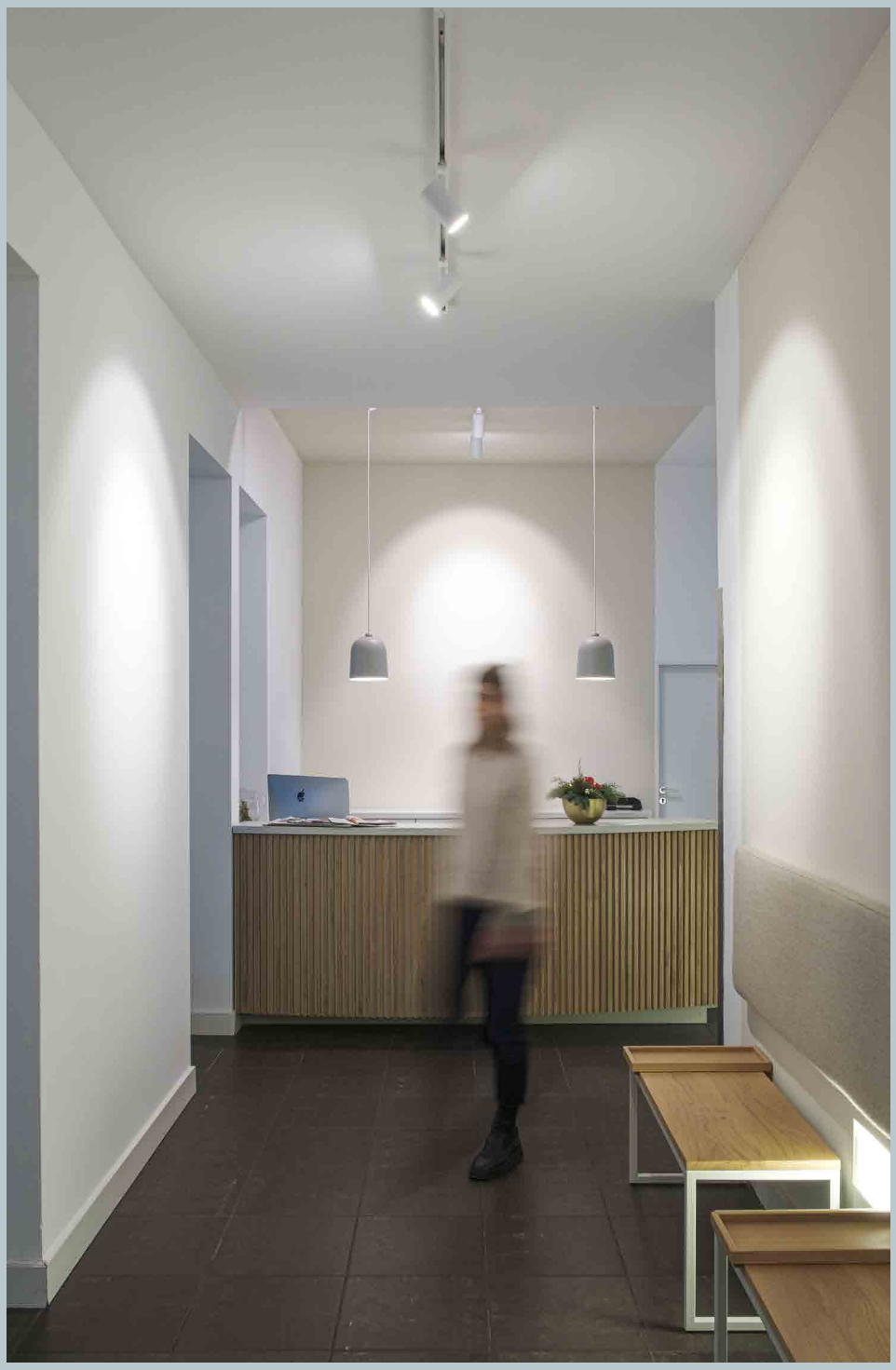
Zu finden sind wir an zwei Standorten: in Köln und in Berlin. Beide Büros sind strukturell gleich aufgebaut. Wir arbeiten standortübergreifend an gemeinsamen Projekten. Unsere Büros haben wir gemietet.



Standort Köln

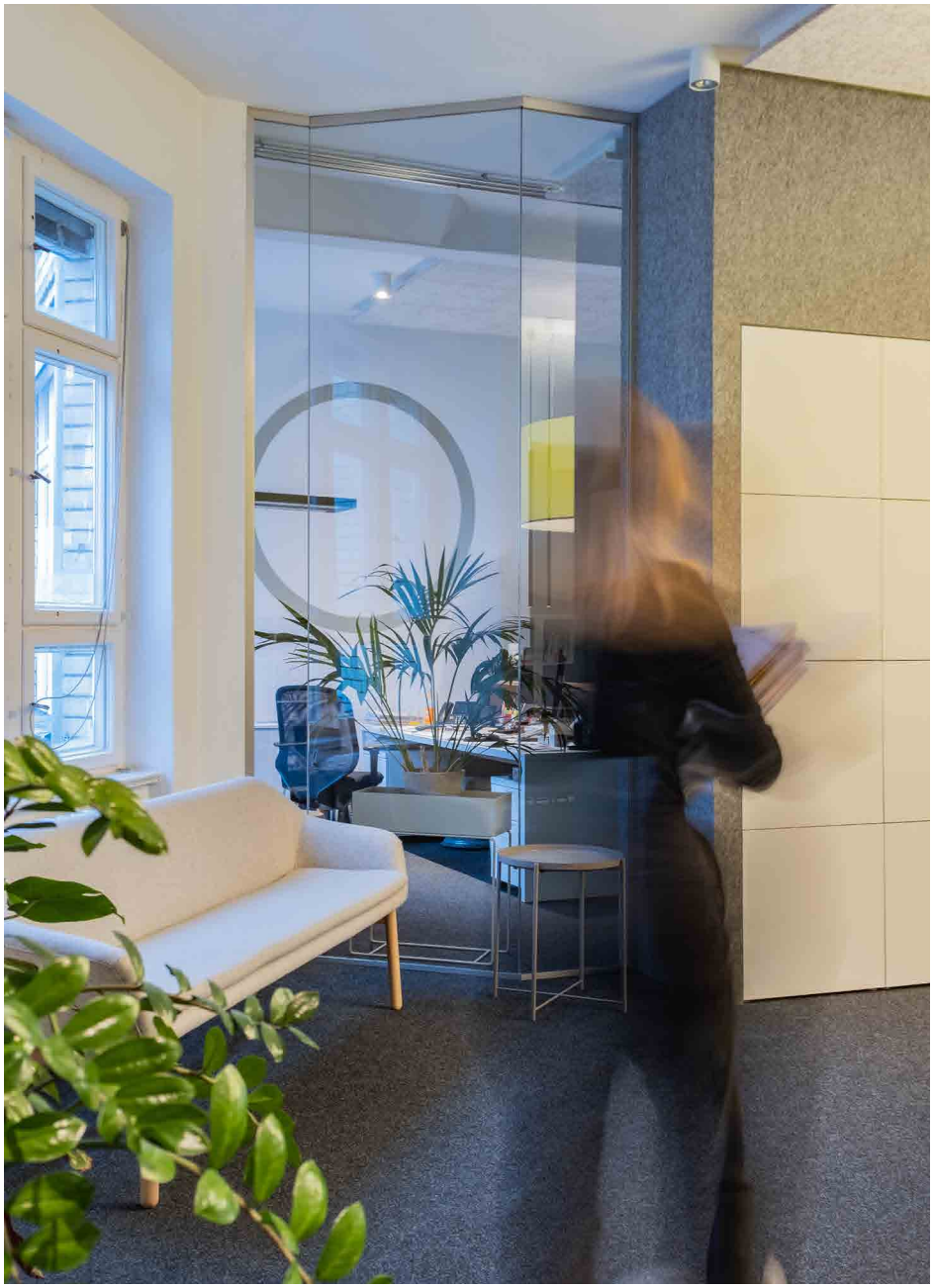
Das 1989 gegründete Büro in Köln liegt in der Lindenstraße 20, zentral in der Nähe des Rudolfplatzes. Es befindet sich in einem 1910 bis 1912 errichteten Altbau: Hier entstand Ende der sechziger Jahre nach New Yorker Vorbild das erste deutsche Galeriehaus mit insgesamt sieben Galerien. Hier haben wir den dritten Stock mit etwa 650 m² Bürofläche gemietet.

Die Umgebung ist ein städtisches Wohn- und Arbeitsviertel (Neustadt-Süd, Bezirk Innenstadt). Der Standort ist sehr gut an den ÖPNV angebunden, verschiedene Straßenbahn- und Buslinien verkehren regelmäßig. Bis zum Kölner Hauptbahnhof sind es vier Straßenbahnstationen.



In meiner Rolle schaffe ich Räume für den Austausch und die zügige Umsetzung der sozial-ökologischen Transformation – bei uns in der Agentur und in der Gesellschaft.

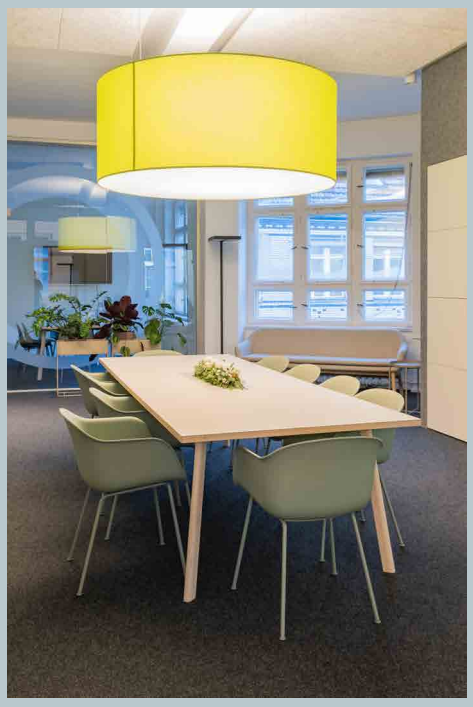
Maike Voss
Agenturleitung

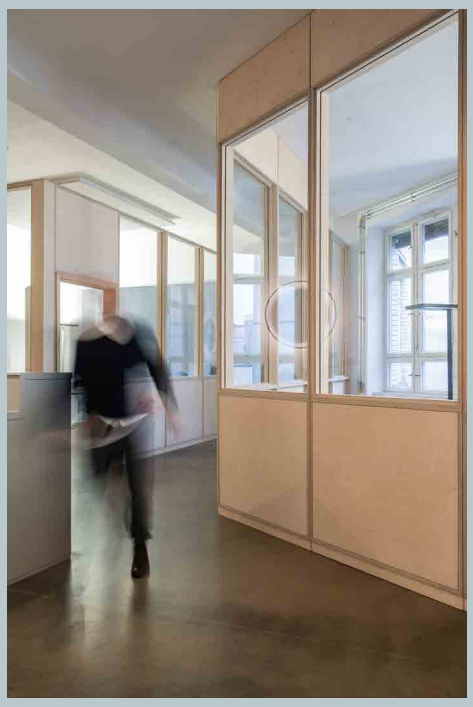


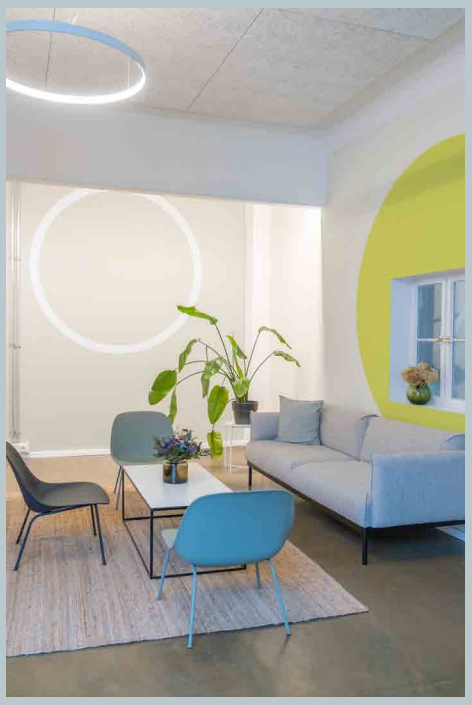
Standort Berlin

Im Jahr 2000 kam unser Berliner Standort hinzu. Er befindet sich heute in der Potsdamer Straße 87, ebenfalls in einem Altbau, der zwischen 1910 und 1911 errichtet wurde. Als „Hansa-Haus des Westens“ gilt das Gebäude als Kulturdenkmal. Es liegt im Stadtteil Berlin-Tiergarten. Die Räume befinden sich im dritten und vierten Stock. Je Stockwerk umfasst die Bürofläche 525 m², wovon in einem Stockwerk 282 m² untervermietet sind. Insgesamt stehen in Berlin also 768 m² eigengenutzte Bürofläche zur Verfügung.

Die Umgebung ist ein städtisches Wohn- und Arbeitsviertel im Bezirk Berlin-Mitte. Der Standort ist gut mit dem ÖPNV angebunden, verschiedene U-Bahn- und Buslinien verkehren regelmäßig. Eine Buslinie fährt direkt zum Berliner Hauptbahnhof.







Organisations-struktur

Die Organisationsstruktur der Agentur verzahnt inhaltliche Kompetenz mit Kommunikations-Know-how. Unsere Projekte sind in mehreren Themenclustern organisiert. Jedes Cluster wird von zwei bis drei Personen geleitet. Fachlich werden die Themencluster von Spezialist*innen mit besonderer Fachkompetenz in den Bereichen Redaktion, Konzeption, Kommunikation im Raum und Digitales unterstützt.

Die übergeordnete Ausrichtung lenkt die Agenturleitung. Das operative Geschäft verantwortet der Steuerkreis, zu dem die Teamleitungen und die Verantwortlichen der Instrumente gehören.

Um die Agentur dynamisch zu halten, sind die einzelnen Mitarbeitenden in der Regel mehreren Aufgabenbereichen zugeordnet.

Wir haben gelernt, uns die Möglichkeiten für mehr Nachhaltigkeit immer wieder bewusst zu machen und Routinen zu entwickeln, die Veränderungen anstoßen.

Kerstin Bunke
Art Direktorin

2 Unsere Umweltpolitik

Ziel unserer Umweltpolitik ist es, den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern und den ökologischen Handabdruck zu vergrößern. Damit wollen wir negative Effekte reduzieren und positive Effekte steigern.

neues handeln setzt sich für den ökologischen Wandel ein. Wir leisten mit unserer Arbeit einen Beitrag zum dauerhaften Schutz unserer Umwelt.

Wir arbeiten kontinuierlich an einem Beratungsansatz, der zum Erhalt und zur Regeneration unserer Lebensgrundlage beiträgt, und bauen unsere Kompetenzen hierbei stetig aus.

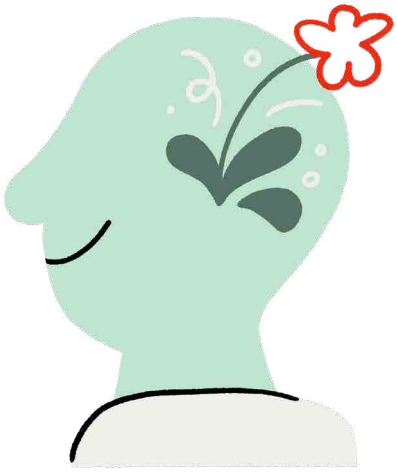
Wir verbessern laufend unsere Möglichkeiten, nachhaltige Leistungen zu erbringen. Dabei beziehen wir alle an unserer Wertschöpfungskette Beteiligten mit ein. Das betrifft Mitarbeitende, Kund*innen und weitere wichtige Akteur*innen. Insbesondere bei der Produktion von Materialien streben wir eine Zusammenarbeit mit Dienstleister*innen an, die diese Maßgabe ebenso erfüllen.

Wir bemühen uns fortlaufend um den Klimaschutz und darum, unsere Umweltleistung und das Umweltmanagementsystem an beiden Standorten zu verbessern.

Wir machen unseren Einsatz für den ökologischen Wandel sichtbar und stellen die Ergebnisse auf neueshandeln.de transparent dar.

Wir halten uns an alle zu erfüllenden Verpflichtungen und Vorschriften.

3 Unser Umweltmanagementsystem



Große Ziele gehen wir systematisch an. Das Umweltmanagementsystem regelt, wer wann was und wie umsetzt.

Mir ist wichtig, dass unser Hand- und Fußabdruck kein Nebenthema ist, sondern strukturell mitgedacht, messbar verbessert und transparent kommuniziert wird.

Manuel Wagner
Leiter Finanzen

Für die Umsetzung und Weiterentwicklung unseres Umweltmanagementsystems haben wir 2023 ein Umweltteam gegründet. Zum Team gehören Mitarbeitende beider Standorte und verschiedener Bereiche sowie ein Mitglied unserer Agenturleitung. Für die Koordination sind zwei Umweltmanagementbeauftragte schriftlich benannt. Das Umweltteam trifft sich regelmäßig, um Maßnahmen zu entwickeln und abzustimmen.

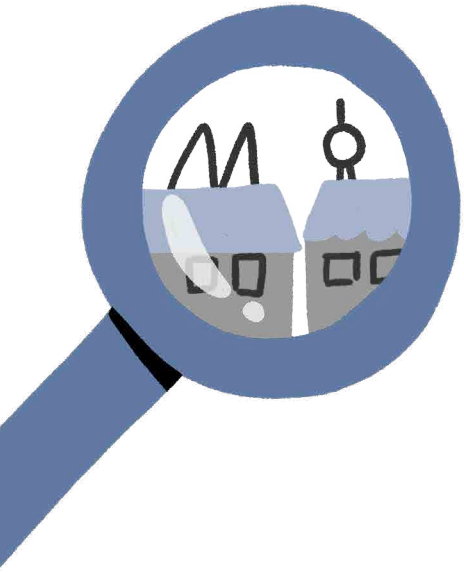
Die Grundlagen unseres Umweltmanagementsystems beschreiben wir in einem Umwelthandbuch. Es orientiert sich an der Struktur der ISO-Managementsysteme und der EMAS-Verordnung. Im Handbuch ist zu den wichtigsten Punkten mit Umweltbezug festgelegt, wer welche Aufgaben bis wann übernimmt. Es wird durch weitere Unterlagen ergänzt, wie zum Beispiel den Schulungsplan oder das Rechtskataster, in dem wir die bindenden Verpflichtungen zusammengestellt haben. In einem Auditprogramm ist festgelegt, welche Themen und welche Bereiche an welchem Standort einem internen Umwelt-Audit unterzogen werden. Solche Audits führen wir mindestens einmal pro Jahr durch. Neben den internen Audits bewertet ein unabhängiger EMAS-Gutachter unser Umweltmanagement in einer sogenannten Managementbewertung. Die Leistung unseres Umweltmanagements bewerten wir unter anderem anhand verschiedener absoluter und relativer Kennzahlen zu ausgewählten Umweltaspekten.

Unsere Mitarbeitenden binden wir über verschiedene Maßnahmen in unser Umweltmanagementsystem ein. Hierzu gehören die gemeinsame Arbeit an umweltbewussten Beratungsangeboten, ein interner digitaler Austauschkanal sowie wöchentliche interne Meetings, über die wir Erinnerungen, Updates und andere umweltrelevante Informationen kommunizieren. Neue Mitarbeitende schulen wir in Umweltthemen über ein nh-Basic-Seminar.

4 Unsere Umweltaspekte

Welche direkten und indirekten Umweltaspekte ergeben sich für neues handeln? Wie wirkt sich unsere Arbeit auf die Umwelt aus? Diese Fragen haben wir im Umweltteam genau betrachtet, dokumentiert und bewertet.

Bewertung unserer Umweltaspekte



Um unsere Umweltaspekte zu bewerten, haben wir unterschiedliche Kriterien genutzt und uns zum Beispiel diese Fragen gestellt:

- Welche Auswirkungen bringt ein bestimmter Umweltaspekt und wie groß sind sie?
- Gibt es zu diesem Umweltaspekt für uns einschlägige bindende Verpflichtungen?
- Was brauchen und erwarten interessierte Parteien zu diesem Umweltaspekt?
- Welche Chancen und Risiken sind mit den Umweltaspekten verbunden?

Im zweiten Schritt haben wir im Umweltteam geprüft, was wir verbessern können: Welche Maßnahmen und Ziele lassen sich ableiten? Bedeutende Umweltaspekte für neues handeln sind:

- der Verbrauch von Energie in Form von Strom und Wärme für den Bürobetrieb sowie Energie für digitale Daten
- die Auswahl von Dienstleister*innen wie Druckereien
- die Beratung unserer Kund*innen
- das Risiko eines Brandes

Auf diese und weitere Umweltaspekte gehen wir im Folgenden genauer ein.

Verbrauch von Energie und Wasser

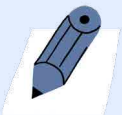
Unsere beiden Standorte in Köln und Berlin befinden sich in Altbauten. Wir haben die Räume gemietet, sodass wir nur begrenzt Einfluss auf energetische Aspekte haben, wie zum Beispiel die Heizanlage. Die Büroräume sind nicht klimatisiert. Für beide Standorte nutzen wir Ökostrom, den wir unter anderem hier einsetzen:

- Betrieb unserer IT-Geräte: Wir nutzen nahezu ausschließlich Laptops in Kombination mit Bildschirmen, die einen geringeren Verbrauch als Desktop-Rechner haben.
- Kühlung der Server-Räume: Wir kühlen unsere Server in Köln und Berlin durch nicht prüfpflichtige Klimageräte.
- Beleuchtung: Wir beleuchten unsere Räume größtenteils mit energieeffizienten LED-Leucht-

mitteln. In Zukunft wollen wir ausschließlich LEDs einsetzen.
- Warmwasser: Warmes Wasser in den Sanitärräumen stellen wir teilweise über Durchlauferhitzer bereit.
- Elektrogeräte in den Teeküchen: Wir nutzen Elektrogeräte wie Kühlschränke, Kaffeemaschinen, Wasserkocher, Mikrowellen und Backöfen.

In unserem Umweltprogramm haben wir verschiedene Ziele und Maßnahmen festgelegt, um die Energieeffizienz im Bürobetrieb zu verbessern.
Der Wasserverbrauch an beiden Standorten ergibt sich aus dem Sanitärbedarf und der Reinigung der Büroräume. Wir bewegen uns damit auf einem niedrigen Niveau und sehen den Wasserverbrauch deshalb als unbedeutend an.

Dienstreisen
Wir verfügen über keine eigenen Dienstfahrzeuge. Fahrten mit dem Auto finden ausnahmsweise statt, wenn beispielsweise der Zielort kaum mit dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar ist. Für Dienstreisen nutzen wir nahezu ausschließlich öffentliche Verkehrsmittel. Wir vermeiden möglichst Flugreisen und nutzen sie nur in unvermeidbaren Situationen, wie zum Beispiel Bahnstreiks. Diesen Umweltaspekt sehen wir deshalb aktuell als unbedeutend an.



Büromaterial und Arbeitsgeräte
Wir arbeiten vermehrt digital und konnten unseren Papierverbrauch in den letzten Jahren deutlich verringern. Das verwendete Papier beziehen wir überwiegend in Recycling-Qualität mit Blauem Engel. Der Verbrauch an anderen Büromaterialien bewegt sich auf niedrigem Niveau. Die Elektro- und Elektronikgeräte warten und reparieren wir regelmäßig, sodass wir sie möglichst lange nutzen können. Den Materialeinsatz für den Bürobetrieb sehen wir deshalb aktuell als unbedeutend an.

Abfälle
In unseren Büros fallen haushaltsübliche Abfälle an, die wir über entsprechende Behälter getrennt sammeln. Aufgrund der geringen Mengen können wir für die Entsorgung gemeinsame Container mit den anderen Mieter*innen nutzen. Eine genaue Erfassung der Abfallmengen ist deshalb mit verhältnismäßigem Aufwand nicht möglich. Altglas fällt nur unregelmäßig und in geringen Mengen an und wird dann über öffentliche Container entsorgt. Gelegentlich anfallender Sperrmüll, wie zum Beispiel nicht mehr funktionsfähige Möbel, entsorgen wir etwa einmal jährlich. Hinweisschilder zeigen den Mitarbeitenden, wie Abfälle richtig entsorgt werden.

Emissionen
Das Heizungssystem können wir wegen des Mietverhältnisses nur bedingt beeinflussen. Durch den Einsatz von Ökostrom fallen keine CO_2-Emissionen an (Scope 2). Die CO_2-Emissionen von Dienstreisen halten wir aufgrund der nahezu ausschließlichen Nutzung öffentlichen Verkehrsmitteln für unbedeutend. Zu den CO_2-Emissionen der vor- und nachgelagerten Prozesse (Scope 3), wie zum Beispiel in der Lieferkette, liegen uns noch keine validen Daten vor.
Weitere Emissionen, wie Schwefel- und Stickoxid oder Staub aus Dienstreisen, bewerten wir aktuell als unbedeutend. Gleiches gilt für Lärm- und andere Emissionen.

Biodiversität
Da wir nur Mieträume und keine Außenfläche nutzen, haben wir keinen direkten Einfluss auf das Thema Biodiversität. Wir werden aber auch weiterhin regelmäßig prüfen, mit welchen Maßnahmen wir zumindest indirekt einen positiven Einfluss auf dieses wichtige Thema nehmen können.

Brandschutz
Die Maßnahmen zum Brandschutz an beiden Standorten entsprechen den rechtlichen Vorgaben. Dabei liegt die Verantwortung je nach Maßnahme entweder beim Vermieter oder bei neues handeln. Wir stellen sicher, dass die nötigen Prüfungen, zum Beispiel der Feuerlöscher und der ortsveränderlichen Elektrogeräte, fristgerecht durchgeführt werden, und führen regelmäßig dokumentierte Evakuierungsübungen durch.

Umweltauswirkungen durch Gefahrstoffe
In unseren Büroräumen setzen wir nur haushaltsübliche Gefahrstoffe und diese auch nur in haushaltsüblichen Mengen und Anwendungen ein, wie zum Beispiel Geschirrspülmittel.

Pendeln der Beschäftigten
Die Mehrheit unserer Mitarbeitenden kommt umweltfreundlich mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad in die Agentur. Wir fördern dieses Verhalten mit der Bezuschussung eines Job- oder Deutschlandtickets und Fahrradleasing.

Umweltaspekte durch digitale Daten
Durch unsere Tätigkeiten kreieren und verarbeiten wir entsprechende Mengen an Daten. Das führt in den Rechenzentren unserer Dienstleistenden zu Energieverbrauch und damit zu Umweltauswirkungen. Wir steuern diesen Aspekt zukünftig genauer.

Umweltaspekte unserer Kund*innen
Mit unserer Dienstleistung können wir unsere Kund*innen dabei unterstützen, ihre eigenen Umweltauswirkungen zu optimieren. Das gelingt uns zum Beispiel, indem wir sie insbesondere bei der internen und externen Kommunikation beraten, aber auch in Bereichen wie beim Messebau oder Catering. Uns ist bewusst, dass wir dafür einen deutlichen Fokus auf unseren Wissensaufbau und unsere Kompetenzen legen müssen, und haben dazu entsprechende Ziele festgelegt. Obwohl wir begrenzten Einfluss auf die Entscheidungen der Kund*innen haben, sehen wir in unserer Beratungsleistung einen besonders großen Umwelt- und Klimahebel.

Umweltaspekte durch Dienstleistende
Ein großer Teil der Emissionen und des Ressourcenverbrauches in Projekten fällt bei unseren Partnern und Dienstleistenden an. Wir haben indirekten Einfluss durch unsere Nachfragen, Vorgaben zur Umsetzung, durch regelmäßigen Austausch und das gegenseitige Lernen. Ein besonderes Augenmerk legen wir auf die Auswahl möglicher Dienstleister*innen, mit denen wir zusammenarbeiten, und die verwendeten Materialien. Eine Auswahl ist in einigen Fällen jedoch durch bestehende Rahmenverträge und vorgegebene Vergabeverfahren unserer Kund*innen eingeschränkt.

Überblick über unsere Umweltaspekte

Hohe Bedeutung

Umweltaspekte unserer Kund*innen (Beratung)

Umweltaspekte durch Dienstleistende (Produktion)

Mittlere Bedeutung

Brandschutz

Emissionen

Umweltaspekte durch digitale Daten

Verbrauch von Energie

Eher unbedeutend

Verbrauch von Wasser

Gefahrstoffe

Büromaterial und Arbeitsgeräte

Biodiversität

Dienstreisen

Abfälle

Pendeln der Beschäftigten

Köln

Berlin

5 Relevante Rechtsvorschriften

Um die für uns relevanten Umweltvorschriften einzuhalten, führen wir ein Rechtskataster, das wir regelmäßig prüfen und aktualisieren.

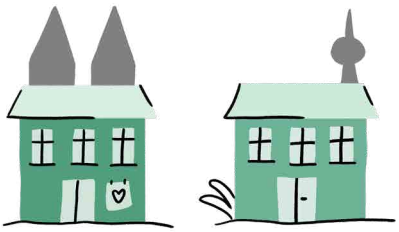
Die folgenden Rechtsvorschriften sind für uns von besonderer Bedeutung:

- Vorschriften zur Kreislaufwirtschaft und Abfallentsorgung, insbesondere die Gewerbeabfallverordnung
- Vorschriften zum Brandschutz, insbesondere zur Benennung von Brandschutzhelfer*innen, zur Durchführung von Evakuierungsübungen und zur wiederkehrenden Prüfung von relevanter Ausrüstung und elektrischen Geräten
- Gefahrstoffverordnung: nur allgemeine Schutzmaßnahmen
- Vorschriften zur Energieeffizienz: nur indirekt über Vermieter
- Versammlungsstättenverordnung: nur indirekt über Veranstaltungen von Kund*innen

Es gab bisher keine Hinweise auf eine Nichteinhaltung von Umweltvorschriften.

6 Unsere Kennzahlen

Kernindikatoren gesamt



Absolut					Relativ / je Mitarbeiter*in[1]		
		2022	2023	2024	2022	2023	2024
Verbrauchswerte							
Energieverbrauch	kWh	286.268	n/a	n/a	2.779	n/a	n/a
erneuerbare Energien		34.715	34.727	32.976	337	233	232
Strom		34.715	34.727	32.976	337	233	232
Heizung		251.553	n/a[2]	n/a[2]	2.442	n/a	n/a
Ressourcenverbrauch							
Papier	kg	264	196	235	3	1	2
Wasser[3]	m^3	274	544	n/a[2]	3	4	n/a
Nachhaltigkeits-kennzahlen							
CO_2e-Emissionen[4]	t CO_2e	57,4	44,0	n/a	0,6	0,3	n/a
aus Heizenergie[5]		57,4	44,0	n/a[2]	0,6	0,3	n/a
aus Stromverbrauch		-	-		-	-	-
Abfälle	kg	6.300	5.700	5.700	61	38	40
Altpapier		3.800	3.200	3.200	37	21	23
Kunststoffe[6]		600	600	600	6	4	4
Restmüll		1.600	1.600	1.600	16	11	11
Altglas		200	200	200	2	1	1
Gefährliche Abfälle		< 100	< 100	< 100	< 1	< 1	< 1

Fußnoten

[1] Durchschnittliche Mitarbeitendenzahl 2022-2024, Berlin: 51, 74, 69, Köln: 52, 75, 73.
[2] Die Nebenkostenabrechnungen für Berlin und Köln 2024 sowie für Köln 2023 liegen noch nicht vor.
[3] Wasserverbrauch Köln ist nicht bekannt, Zahlen von Berlin übernommen. Der Verbrauch in Berlin bis 2023 war im Vorjahresreporting zu gering ausgewiesen.
[4] Durch den Einsatz von Ökostrom fallen keine CO_2e-Emissionen für Strom an. Am Standort Köln wird zudem emissionsneutrale Fernwärme aus einem Müllkraftwerk bezogen.
[5] Die Berechnung der Emissionen von Heizenergie bis 2022 für Berlin war im Vorjahresreporting zu hoch ausgewiesen.
[6] Kunststoffe in Köln bis 2023 wurden im letzten Reporting noch nicht ausgewiesen.

Kernindikatoren Kölner Standort

Absolut					Relativ / je Mitarbeiter*in[1]		
		2022	2023	2024	2022	2023	2024
Verbrauchswerte							
Energieverbrauch	kWh	50.906	n/a	n/a	979	n/a	n/a
erneuerbare Energien		12.753	12.520	10.295	245	167	141
Strom		12.753	12.520	10.295	245	167	141
Heizung		38.153	n/a[2]	n/a[2]	734	n/a	n/a
Ressourcenverbrauch							
Papier	kg	84	110	96	2	1	1
Wasser[3]	m^3	137	272	n/a[2]	3	4	n/a
Nachhaltigkeits-kennzahlen							
CO_2e-Emissionen[4]	t CO_2e	-	-	-	-	-	-
aus Heizenergie[5]		-	-	-	-	-	-
aus Stromverbrauch		-	-	-	-	-	-
Abfälle	kg	2.950	2.650	2.650	57	35	36
Altpapier		1.900	1.600	1.600	37	21	22
Kunststoffe[6]		300	300	300	6	4	4
Restmüll		600	600	600	12	8	8
Altglas		100	100	100	2	1	1
Gefährliche Abfälle		< 50	< 50	< 50	< 1	< 1	< 1

Fußnoten

(1) Durchschnittliche Mitarbeitendenzahl 2022-2024, Berlin: 51, 74, 69, Köln: 52, 75, 73.
(2) Die Nebenkostenabrechnungen für Berlin und Köln 2024 sowie für Köln 2023 liegen noch nicht vor.
(3) Wasserverbrauch Köln ist nicht bekannt, Zahlen von Berlin übernommen. Der Verbrauch in Berlin bis 2023 war im Vorjahresreporting zu gering ausgewiesen.
(4) Durch den Einsatz von Ökostrom fallen keine CO_2e-Emissionen für Strom an. Am Standort Köln wird zudem emissionsneutrale Fernwärme aus einem Müllkraftwerk bezogen.
(5) Die Berechnung der Emissionen von Heizenergie bis 2022 für Berlin war im Vorjahresreporting zu hoch ausgewiesen.
(6) Kunststoffe in Köln bis 2023 wurden im letzten Reporting noch nicht ausgewiesen.

Kernindikatoren Berliner Standort

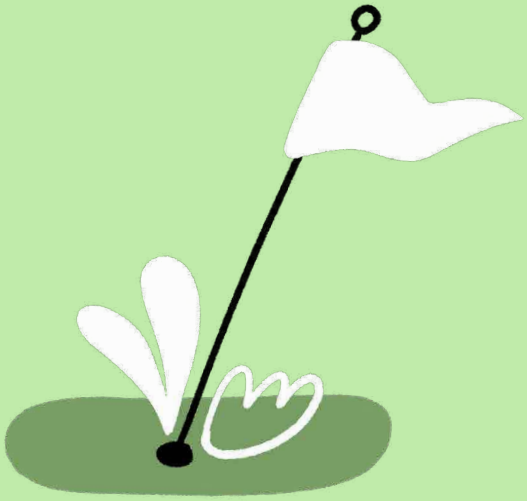
Absolut					Relativ / je Mitarbeiter*in[1]		
		2022	2023	2024	2022	2023	2024
Verbrauchswerte							
Energieverbrauch	kWh	235.361	185.595	n/a	4.615	2.508	n/a
erneuerbare Energien		21.962	22.207	22.681	431	300	329
Strom		21.962	22.207	22.681	431	300	329
Heizung		213.399	163.388	n/a[2]	4.184	2.208	n/a
Ressourcenverbrauch							
Papier	kg	180	86	139	4	1	2
Wasser[3]	m^3	137	272	n/a[2]	3	4	n/a
Nachhaltigkeits-kennzahlen							
CO_2e-Emissionen[4]	t CO_2e	57,4	44,0	n/a	1,1	0,6	n/a
aus Heizenergie[5]		57,4	44,0	n/a[2]	1,1	0,6	n/a
aus Stromverbrauch		-	-		-	-	-
Abfälle	kg	3.350	3.050	3.050	66	41	44
Altpapier		1.900	1.600	1.600	37	22	23
Kunststoffe[6]		300	300	300	6	4	4
Restmüll		1.000	1.000	1.000	20	14	14
Altglas		100	100	100	2	1	1
Gefährliche Abfälle		< 50	< 50	< 50	< 1	< 1	< 1

7 Unsere Umweltziele: wo wir stehen

Stand Juli 2025

Diese Umweltziele haben wir uns bis Ende 2025 gesetzt – Übersicht über den bisherigen Fortschritt:

Ziel	Maßnahme	Termin
Verringerung des mit der Büronutzung verbundenen Energieverbrauchs pro Mitarbeitenden um 5 % auf Basis von 2023	• Gespräche mit den Vermietern zu geplanten und möglichen Optimierungsmaßnahmen • Soweit möglich, Umstellung aller Leuchtmittel auf LED • Analyse der Stromverbraucher • Durchführung einer Thermografie • Reduzierung quantifizieren und weitere Reduktionspotenziale in Maßnahmen übersetzen • Austausch der bestehenden gegen programmierbare Thermostate • Abdichtung der Fenster • Reduzierung des Stand-by-Verbrauchs durch schaltbare Steckerleisten • Festlegung von Regeln für die Beschaffung neuer elektrischer und elektronischer Geräte	Ende 2025
Verringerung der indirekten CO_2-Emissionen durch Rechenleistung	• Analyse der Menge und Art gespeicherter Daten und der daraus entstehenden CO_2-Emissionen • Festlegung von Regelungen zur Archivierung elektronischer Daten • Regelung zur Nutzung datenintensiver KI-Tools • Prüfung weiterer Möglichkeiten zur Datensparsamkeit	Ende 2025
Weiterentwicklung der eigenen Kompetenzen, um Kund*innen im Umweltschutz besser beraten zu können	• Aufbau eines internen Wissensmanagements mit relevanten Informationen rund um das Thema klima- und umweltfreundliche Kommunikation • Zusammenstellung von Argumenten und Zahlen für die Kundenberatung – zum Beispiel im Bereich Veranstaltungen, Produktion von Materialien und Websites • Durchführung interner Schulungen, mindestens 200 Personenstunden	Ende 2025
Verringerung der Umweltauswirkungen unserer Kommunikationsmittel	• Festlegung von Kriterien und Formulierung von Empfehlungen für die Produktion von Kommunikationsmitteln und die Auswahl entsprechender Dienstleistender	Ende 2025



Stand Juli 2025

Die geplanten Maßnahmen wurden größtenteils umgesetzt. Nicht umgesetzt haben wir die Thermografie und Fensterabdichtung, da uns als Mieter der erforderliche Handlungsspielraum für bauliche Veränderungen am Gebäude fehlt. Die Analyse der Stromverbraucher ist noch nicht erfolgt, aber in Prüfung.

Für den Heizungsverbrauch liegen uns die nötigen Kennzahlen seitens der Vermieter noch nicht vor, wir berichten zu einem späteren Zeitpunkt.

Der Stromverbrauch pro Mitarbeitende*r ist wegen gleichermaßen gesunkender Beschäftigungszahlen annähernd gleich geblieben. Auch wenn für die Berechnung des gesetzten Einsparungsziels die Heizkennzahlen fehlen, haben wir standortübergreifend bereits eine absolute Stromeinsparung von 5% erreicht. Am Standort Berlin müssen wir weiter justieren, u. a. mit der Stromreduzierung im Serverraum Mitte 2025. Hinter dem Reduktionsziel steht insbesondere die Maßnahme der Thermostatinstallation in Berlin, die im Sommer 2025 umgesetzt wurde.

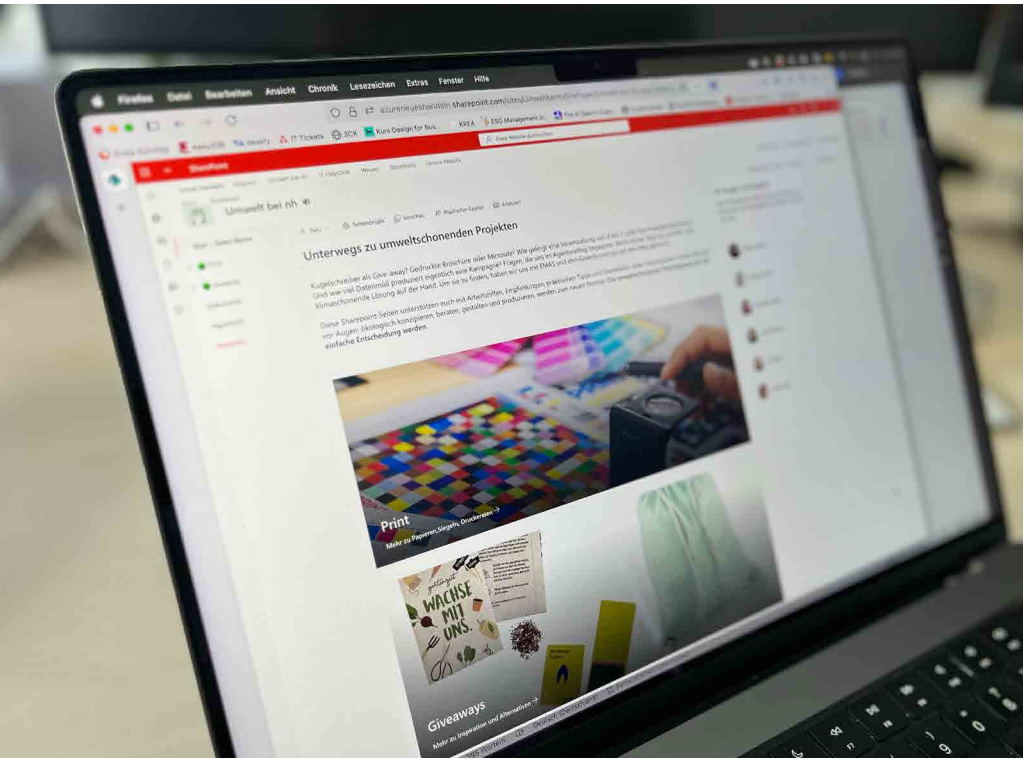
Für alle Maßnahmen ist geplant, sie bis Ende 2025 umzusetzen. Alle Datenprozesse wurden auf ihre Umweltdimension hin betrachtet und ein Großteil wird im Microsoft-Emissions-Dashboard gemessen. Die Archivierung wurde mit energieeffizienten Versionierungen optimiert. KI-Regelungen stellen uns vor Herausforderungen, zumindest die Prüfung entlang der entstehenden agenturweiten KI-Strategie ist geplant.

Die geplanten Maßnahmen wurden erfolgreich umgesetzt und das Ziel der Kompetenzentwicklung erreicht. Der Aufbau einer internen Wissensmanagement-Website für Umweltthemen wurde erfüllt und etabliert. Darauf aufbauend werden wir unsere Beratungskompetenz kontinuierlich weiter ausbauen (siehe Seite 27).

Erste Kriterien und Empfehlungen sind festgelegt und es wurden bereits mehr umweltschonende Dienstleistende in das Projektgeschäft eingebunden. Darauf aufbauend werden wir diesen Prozess intensivieren (siehe Seite 27).

8 Greenboostings

Was grüne Sprints bewirken



Nach unserem ersten Audit im Jahr 2024 stellten wir uns die Frage: Wie können wir unseren Handabdruck im Projektgeschäft gezielt vergrößern? Wenn tausende Gäste auf den Veranstaltungen unserer Kund*innen klimaverträglich versorgt werden, wenn wir Millionen Seiten Druckprodukte ressourcenschonender gestalten – dann bewegen wir wirklich etwas. Schnell wurde klar: Der Schlüssel liegt in unserer Beratung.

Doch im Projektalltag stellen sich komplexe Fragen: Wie bewerten wir, welche Lösung die nachhaltigere ist? Wie engagiert sind unsere Dienstleister? Welche Argumente überzeugen unsere Kund*innen? Und wie bringen wir dieses Wissen dauerhaft in Köpfe, Herzen und Routinen?

Mit einem agenturweiten Auftakt und gemeinsamen Brainstorming-Sessions starteten wir die Greenboostings. Wir priorisierten jeweils drei Monate lang die wirkungsvollsten Leistungsbereiche:

- Greenboosting Print & Giveaway – abgeschlossen
- Greenboosting Event – in Arbeit
- Greenboosting Websites – in Vorbereitung

Den Start machte das Greenboosting Print & Giveaway. Ein Team aus Kreation und Beratung entwickelt praxisnahe Arbeitshilfen, Empfehlungen, Tipps und Checklisten. Diese werden getestet, weiterentwickelt und auf internen Webseiten aufbereitet. Das macht die Greenboostings aus: Die Ergebnisse sind möglichst unkompliziert, direkt nutzbar im trubeligen Alltag. Das Ziel gilt: Ökologisch zu konzipieren, zu beraten, zu gestalten und zu produzieren werden zum neuen Normal. Die umweltschonende Beratung soll die einfache Beratung werden.

In kleinen Workshops wurden typische Beratungssituationen mit über hundert Kolleg*innen geübt. Etwa: Wie hinterfragen wir hohe Auflagen oder materialintensive Briefings? Wie entkräften wir Vorbehalte gegenüber Recyclingpapier? Oder wie lassen sich CO_2-Äquivalente mit unserem lizenzierten CO_2-Rechner belastbar beziffern? Seitdem unterstützt das Greenboosting-Team weiter, immer da, wo es in Projekten gebraucht wird.

Das Greenboosting zeigt erste Wirkung: Unsere internen Webseiten verzeichnen mittlerweile rund 2.500 Zugriffe. Nach intensiver Beratung konnte ein besonders auflagenstarkes Kundenmagazin mit 200.000 Exemplaren auf 100 % Recyclingpapier umgestellt werden. In mehreren Projekten wurde ganz auf Druck verzichtet – zugunsten digitaler Lösungen. Unsere Partnerschaften mit nachhaltigen Druckereien und Giveaway-Herstellern haben sich vertieft: mit direkten Ansprechpersonen, Beispielmaterialien und teils verbesserten Konditionen.

Aktuell befinden wir uns mitten im Greenboosting Event, es folgt das Greenboosting Website. Mit regelmäßigen Auffrischungen bleiben wir an neuen Entwicklungen dran.

9 Weitere Initiativen

Im vergangenen Jahr sind neben den geplanten Maßnahmen zusätzliche Initiativen von Mitarbeitenden oder aus der Agenturleitung und mit Unterstützung des Umweltteams entstanden. Sie bereichern und stärken unseren Weg zu einer klima- und umweltbewussten Agentur.

Job-Rad: neues handeln hat ein Fahrrad-Leasingmodell eingeführt, um Mitarbeitende darin zu unterstützen, noch klimaschonender und gesundheitsförderlicher unterwegs zu sein – auf dem Arbeitsweg und privat.

Umweltbewusste Finanzen: neues handeln bietet allen Mitarbeitenden eine betriebliche Altersvorsorge an. Wir haben überprüft, in welcher Form diese Finanzmittel angelegt sind und uns nun für einen umweltbewussteren Fond entschieden. Wir wollen in unseren Finanzen und unserer betrieblichen Altersvorsorge verstärkt auf grüne Anlagen setzen. Damit bieten wir Mitarbeitenden eine nachhaltige Vorsorgeoption, die zu unseren Werten passt.

Hitzeschutz: Da Hitze als Klimawandelfolge Risikofaktor Nummer 1 für die Gesundheit am Arbeitsplatz ist, haben wir ein Hitzeschutzkonzept für Büroarbeitsplätze erarbeitet. Damit informieren wir unsere Kolleg*innen frühzeitig und in Hitzeperioden über Maßnahmen der Klimaanpassung und des Hitzeschutzes. Unser Ziel ist es, damit Arbeitsschutz, Prävention und Gesundheitsförderung mit Klimaanpassung und -schutz bei neues handeln zu verbinden.

Wassersprudler: An beiden Standorten stehen mittlerweile Wassersprudler, Gläser und Karaffen bereit – die nachhaltigste Lösung für unsere Trinkwasserversorgung.

Umweltschonende Beschaffungen: Dank engagierter Kolleg*innen und neuer Standards ist nachhaltiges Einkaufen von Büromaterialien bei uns selbstverständlich geworden. Auch bei Snacks, Tees und Caterern achten wir gezielt auf pflanzliche Produkte, nachhaltige Produktionsbedingungen und Müllvermeidung.

Re-Use älterer Geräte: Bevor wir elektronische Geräte entsorgen, prüfen wir, ob sie repariert oder von Anbietern bzw. lokalen, sozialen Initiativen weiterverwendet werden können.

Awareness-Aktionen: Zu den weiteren Initiativen zählen eine Pflanzentauschaktion und Food-Waste-Reminder. Außerdem werden an beiden Standorten Kronkorken gesammelt und recycelt.

Reduce: Im Rahmen einer Aufräumaktion haben wir ineffiziente und überflüssige Geräte, etwa aus dem Serverraum, aussortiert und so einen weiteren Schritt zu mehr Ressourcenschonung gemacht.

10 Unsere Aha-Momente

Umweltschutz im Agenturalltag – wir machen merklich Fortschritte und gleichzeitig: Was sind Herausforderungen oder Erkenntnisse?

Im Austausch mit unseren Kund*innen haben wir erkannt, wie wichtig unsere Eigeninitiative ist. Viele schätzen, dass wir Umwelt- und Klimaschutz aktiv angehen, denn dieses Thema ist in einigen Prozessen noch nicht selbstverständlich verankert – obwohl die Vorgaben zunehmend konsequenter werden. Die Zusammenarbeit mit nachhaltigen Dienstleistenden spielt dabei eine zentrale Rolle.

Wir haben uns dazu entschieden, unsere Scope-3-Emissionen im Agenturbetrieb – also alle indirekten Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette, etwa durch Beschaffungen, Transporte oder Geschäftsreisen – stärker in den Fokus zu nehmen. Ihre Erfassung ist herausfordernd und wir haben bereits erste Schritte unternommen.

Weiter hat sich bestätigt, dass wir als Mieter bei umweltschutzrelevanten Maßnahmen am Gebäude an Grenzen stoßen, da wir diese nicht selbst umsetzen können.

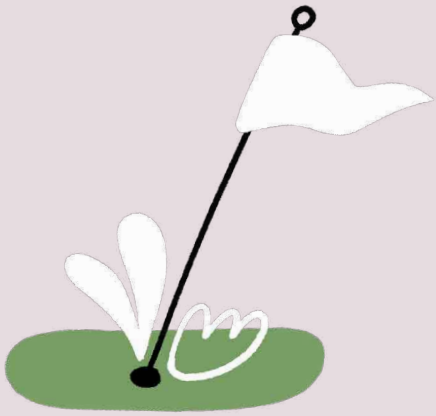
Auch die interne Kommunikation und Sichtbarkeit der komplexen Umweltthemen bleibt anspruchsvoll. Gerade im hektischen Agenturalltag ist es nicht immer leicht, Klima- und Umweltschutz konsequent voranzutreiben – besonders in hohen Auslastungphasen der Mitarbeitenden. Dabei ist das kein Selbstzweck: Jede Auffrischung, alle Inspiration und stetige Erinnerung an gesammeltes Wissen hilft uns, umweltbewusste Kundenberatung zur Routine zu machen.

Wir bleiben dran: Unsere Ziele und Maßnahmen für die erste Jahreshälfte 2026 finden sich auf der Seite 27.

Die Greenboostings haben dazu beigetragen, Wissen in die Agentur zu tragen und es nachhaltig zu verankern. Das gibt uns allen die Sicherheit, um gut beraten zu können.

Anne Hitz
Beraterin

11 Unsere Umweltziele bis Juni 2026



Das nehmen wir uns bis Juni 2026 vor:

Ziel	Maßnahme	Termin
Projektgeschäft mittels Kompetenzaufbau der Mitarbeitenden nachhaltig umsetzen	• Wir wiederholen bereits eingeführte Themen und Standards zur Wissenverfestigung. Neue, anlassbezogene Themen werden kurzfristig in Form von Greenspirations (kurze Inputs im agenturweiten Meeting) integriert. • Wir planen Fortbildungen und Konferenzen zum Thema Klima/Umwelt strategisch in der Personalentwicklung ein. • Wir intensivieren die Zusammenarbeit mit umweltschonenden Dienstleistenden. • Wir erhöhen die Awareness durch mehr Präsenz der Umweltthemen in den Agenturräumen.	Juni 2026
Klima- und Umweltschutz im Büro und Homeoffice verbessern	• Wir prüfen, inwiefern wir mit gezielten Anreizen die Nutzung von Ökostrom im Homeoffice fördern können. • Wir reduzieren To-Go-Abfälle der Mittagspausen, die den Großteil der Agenturabfälle ausmachen.	Juni 2026
Kolleg*innen im Agenturalltag vor Klimafolgen schützen	• Wir sensibilisieren unsere Mitarbeitenden gezielt für das Thema Hitzeschutz. Unser bestehendes Hitzeschutzkonzept wird kontinuierlich weiterentwickelt, um einen wirkungsvollen und nachhaltigen Umgang mit zukünftigen Hitzewellen sicherzustellen.	Juni 2026

Falls es Anfang 2026 noch nicht erreichte Ziele von 2025 geben sollte, wollen wir diese im Laufe des Jahres 2026 abschließen. Wir möchten nicht hinter bereits erreichte Ziele zurückfallen.

neues handeln AG

Standort Köln
Lindenstraße 20, 50674 Köln
+49 221 16082-0
koeln@neueshandeln.de

Standort Berlin
Potsdamer Straße 87, 10785 Berlin
+49 30 288 8378-0
berlin@neueshandeln.de

Bei Fragen zum Umweltmanagement der neues handeln AG stehen Ihnen unsere Umweltmanagementbeauftragten gerne zur Verfügung:

Nicola Schäfer (Berlin)
Telefon: +49 30 288 8378-74
E-Mail: **nicola.schaefer@neueshandeln.de**

Christina Roser (Köln)
Telefon: +49 221 16082-453
E-Mail: **christina.roser@neueshandeln.de**

Die nächste Umwelterklärung wird bis August 2026 erstellt.
Die nächste validierte Umwelterklärung wird bis August 2028 erstellt.

EMAS
Geprüftes Umweltmanagement
REG.NO. DE-142-00086

neueshandeln.de