

Märchen  
erzählen ist  
nicht!

YOMOMO®  
Nachhaltigkeitsbericht 2025

INTRO

## Nachhaltigkeit – Mittel und Zweck statt Mittel zum Zweck



**André Abbenhaus**  
Geschäftsführer YOMOMO GmbH

Für uns als Agentur für Kommunikation und Design ist Nachhaltigkeit mehr als ein Schlagwort. Sie ist integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Seit der Gründung im Jahr 2013 ist es unser Ziel, kreative und effektive Marketingkommunikation mit einem tiefen Bewusstsein für ökologische und soziale Verantwortung zu verbinden. Zugegeben ein hoher Anspruch. Aber einer, den wir mit voller Überzeugung vertreten und an dem wir uns messen lassen.

Wir glauben fest daran, dass Kommunikation rund ums Thema Nachhaltigkeit in jeder Hinsicht einen positiven Beitrag leisten sollte. In puncto Umsatzsteigerung unserer Kunden genauso wie in Bezug auf Gesellschaft und

Umwelt. Eben deshalb sind uns Sinnhaftigkeit und Authentizität besonders wichtig. Das beginnt damit, dass wir für Kunden arbeiten, denen Nachhaltigkeit wirklich am Herzen liegt und geht bis hin zum Erschließen von Betätigungsfeldern, mit denen wir Klima- und Ressourcenschutz aktiv fördern können. Zum Beispiel im Bereich Bildungskommunikation.

Aber natürlich gehört zu einer Agentur mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit auch, selbst nachhaltig zu sein und dies entsprechend zu dokumentieren. Hierfür haben wir bereits im Geschäftsjahr 2022 eine Erklärung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt. Unter Berücksichtigung der offiziellen Standards SRS und GRI informiert der Bericht über unsere

Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung. Er zeigt auf, welche Maßnahmen wir bereits ergriffen haben und welche Ziele wir uns für die Zukunft setzen.

Besonders hervorzuheben ist unsere Zusammenarbeit mit dem Institut für Nachhaltigkeitsbildung in Münster, das uns bei der Erstellung dieses Berichts unterstützt hat.

Wir laden Sie ein, unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu begleiten, und freuen uns über Ihr Interesse und Ihre Unterstützung. Gemeinsam können wir die Herausforderungen der Zukunft meistern und die Welt ein Stück weit besser machen.

## INHALT

# YOMOMO

## Nachhaltigkeitsbericht 2025

Nachhaltigkeit – unsere Kernkompetenz	05
Unsere Werte	09
Ethisch-moralische Standards	10
Wesentlichkeit	11
Ressourcenmanagement	12
Gemeinwohl	13
YOMOMO und die SDGs	14

## DNK-Erklärung\*

Erklärung zur Nachhaltigkeit	16
------------------------------	----

## Allgemeines

Allgemeine Informationen	18
--------------------------	----

## Nachhaltigkeitskonzept

### Kriterien 1–4: Strategie

1. Strategische Analyse und Maßnahmen	21
2. Wesentlichkeit	23
3. Ziele	25
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	26

## Nachhaltigkeitskonzept

### Kriterien 5–10: Prozessmanagement

5. Verantwortung	28
6. Regeln und Prozesse	29
7. Kontrolle	30
Leistungsindikatoren (5–7)	31
8. Anreizsysteme	32
Leistungsindikatoren (8)	33
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	35
Leistungsindikatoren (9)	36

10.	Innovations- und Produktmanagement	37
	Leistungsindikatoren (10)	39

## Nachhaltigkeitsaspekte

### Kriterien 11–13: Umwelt

11.	Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen	41
12.	Ressourcenmanagement	42
	Leistungsindikatoren (11–12)	45
13.	Klimarelevante Emissionen	52
	Leistungsindikatoren (13)	53

## Nachhaltigkeitsaspekte

### Kriterien 14–20: Gesellschaft

14.	Arbeitnehmerrechte	61
15.	Chancengerechtigkeit	63
16.	Qualifizierung	65
	Leistungsindikatoren (14–16)	66

17.	Menschenrechte	72
	Leistungsindikatoren (17)	73
18.	Gemeinwesen	76
	Leistungsindikatoren (18)	77
19.	Politische Einflussnahme	78
	Leistungsindikatoren (19)	79
20.	Gesetzes- und richtlinien- konformes Verhalten	80
	Leistungsindikatoren (20)	81

	Übersicht der GRI-Indikatoren in der DNK-Erklärung	84
--	---	----

Stand: 2022

Quelle: Unternehmensangaben. Die Haftung  
für die Angaben liegt beim berichtenden  
Unternehmen.

Die Angaben dienen nur der Information.  
Bitte beachten Sie auch den Haftungsaus-  
schluss unter [www.nachhaltigkeitsrat.de/  
impresumunddatenschutzerklaerung](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impresumunddatenschutzerklaerung).

# Nachhaltigkeit – unsere Kernkompetenz

Wir arbeiten bereits seit vielen Jahren für Unternehmen aus der Kreislaufwirtschaft. Daraus resultiert breites und tiefes Wissen rund ums Thema Nachhaltigkeit, ...

# Ressourcen ...



# Recycling ...



YOMOMO®

und Energie.



# Wofür wir stehen

## **Freude**

Wir haben Spaß an dem, was wir tun.  
Denn nur was man mit Freude macht,  
macht man gut.

## **Respekt**

Sowohl untereinander als auch im  
Kundenkontakt spielt bei uns Wert-  
schätzung eine große Rolle.

## **Authentizität**

Wir sind immer offen und ehrlich.  
Das ist die beste Basis für partner-  
schaftliches Miteinander.

## **Qualität**

Wir stellen höchste Ansprüche an uns  
selbst und unsere Arbeit. Bei jedem  
einzelnen Projekt.

# Was mit uns nicht zu machen ist

Wir bieten unsere Dienste nicht für Marken, Produkte oder Leistungen an, die gegen unsere Werte verstoßen. Das heißt:

- \_ Keine irreführende Werbung
- \_ Kein Beitrag zum Greenwashing
- \_ Keine Werbung für Parteien außerhalb des demokratischen Spektrums
- \_ Keine Werbung für Marken/Produkte mit zweifelhaftem Mehrwert oder gar betrügerischen Absichten

# Überall aktiv, wo's zählt

Wir sind grundsätzlich immer bestrebt, bei allen von uns ausgeübten Tätigkeiten das Thema Nachhaltigkeit in den Blick zu nehmen. Entsprechend haben wir Handlungsfelder definiert, mit denen wir Ressourcen- und Klimaschutz befördern.

## Handlungsfelder:

- \_ Nachhaltige Unternehmensführung
- \_ Ressourcenmanagement
- \_ Klimaschutz
- \_ Benefits für Mitarbeitende
- \_ Chancengerechtigkeit/Diversität
- \_ Gesellschaftliches Engagement
- \_ Bildungskommunikation mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit

# Schonen, was wertvoll ist

- \_ Reduzierung verkehrsbedingter Emissionen durch 4-Tage-Woche, Homeoffice und Videokonferenzen
- \_ Diensthandys und Computer werden nur ausgetauscht, wenn technisch/funktional erforderlich
- \_ Ausschließliche Verwendung von Ökostrom
- \_ Alle Geschäftspapiere FSC-zertifiziert

# Ohne Moos viel los



Unsere Agentur engagiert sich für Gemeinwohl- und Bildungsprojekte, indem sie pro bono Kommunikationsmittel für verschiedenste in diesen Bereichen tätige Akteure entwickelt.

## Beispiele:

- \_ Flyer für SkF bzw. Tafel Recklinghausen und Flüchtlingshilfe
- \_ Imagebroschüre für Schulprojekt des CLUB OF ROME
- \_ Unterstützung der Freien Stiftung.N in Münster

# YOMOMO und die SDGs



Die folgenden Nachhaltigkeitsziele sind für uns als Agentur wesentlich:

- \_ Gesundheit und Wohlergehen
- \_ Hochwertige Bildung
- \_ Geschlechtergleichheit
- \_ Bezahlbare und saubere Energie
- \_ Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- \_ Weniger Ungleichheiten
- \_ Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion
- \_ Maßnahmen zum Klimaschutz
- \_ Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

YOMOMO®

# DNK-Erklärung

DNK-ERKLÄRUNG

## Erklärung zur Nachhaltigkeit

Berichtsjahr: 2022

Berichtsstandard: Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Leistungsindikatoren: GRI SRS



# Allgemeines

## ALLGEMEINES

## Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell, u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen.

**Agentur für Kommunikation und Design**

Gründungsjahr: 2013

Standort: Recklinghausen

Team: 10 Festangestellte, 5 Freelancer

Kernkompetenz: Konzeption, Kreation und Realisation von Marketingkommunikation. Über alle Kanäle hinweg

Schwerpunkte: Nachhaltigkeitskommunikation, Bildungskommunikation, Kreislaufwirtschaft

## ALLGEMEINES . ALLGEMEINE INFORMATIONEN

**Leistung und Spektrum**

CD und Markenbildung: Alles, wodurch Marken zu Marken werden. Von der Namens- und Logoentwicklung bis zum kompletten Corporate Design.

Strategie und Konzeption: Alles, was Marken fördert. Von der strategischen und konzeptionellen Führung bis zur Kampagnenidee.

Digitales Marketing: Alles, was Marken zur idealen Online-Präsenz verhilft. Von der Website über die Suchmaschinenoptimierung bis zu Social Media.

Offline-Kommunikation: Alles, was Marken in der realen Welt Sicht- und Anfassbarkeit verleiht. Von Printanzeige und Prospektur über Dialog bis Ambient Media.

**Ergänzende Anmerkungen:**

Da es sich um die erste DNK-Erklärung der Agentur handelt, werden erstmals unmittelbar Ziele im Kontext Nachhaltigkeit formuliert. Daher erfolgt eine Überprüfung und Kontrolle erst im kommenden Berichtszeitraum.

Die DNK-Erklärung wurde vom Institut für Nachhaltigkeitsbildung mitgestaltet.

# Nachhaltigkeitskonzept

## Kriterien 1–4: Strategie

## 1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

---

LEITBILD NACHHALTIGKEIT: MITTEL UND ZWECK STATT MITTEL ZUM ZWECK

### **YOMOMO Nachhaltigkeitsstrategie**

Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei YOMOMO eine ganz wesentliche Rolle. Nicht zuletzt aus der Überzeugung und dem Wissen heraus, dass darauf ausgerichtete Kommunikation und Strategie Positives leistet. Unternehmen und Marken sichern sich die Akzeptanz der Verbraucher und können durch die Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen dazu beitragen, die (Konsum) Welt ein bisschen besser zu machen.

\_ Wir glauben fest daran, dass gute Kommunikation nicht nur schöne Ideen und professionelle Umsetzung braucht, sondern auch die nötige Sinnhaftigkeit.

\_ Wenn wir von Nachhaltigkeit reden, dann nicht als Marketinginstrument zur Imagesteigerung, sondern als Teil der Unternehmensphilosophie.

\_ In Bezug auf unsere Arbeit bedeutet das, dass wir Unternehmen sowohl bei nachhaltiger Kommunikation unterstützen

als auch dabei, nachhaltig zu agieren.

\_ Das macht uns zum strategischen Partner für kleine und mittelständische Betriebe, die wie wir Nachhaltigkeit als wegweisend und wichtig erachten.

## NACHHALTIGKEITSKONZEPT . STRATEGIE

**Bausteine der Nachhaltigkeitsstrategie**

YOMOMO benennt im Berichtsjahr 2022 folgende strategische Bausteine als Basis einer künftigen Strategie.

- \_ Nachhaltigkeitsteam (vgl. Kriterium 5)
- \_ Einführende Wesentlichkeitsanalyse (vgl. Kriterium 2)
- \_ Einführende Stakeholderanalyse (vgl. Kriterium 9)
- \_ Nachhaltigkeitsbezogene Regeln und Prozesse (vgl. Kriterium 6)
- \_ Nachhaltigkeitsrelevante Leistungsindikatoren (vgl. Kriterium 7)
- \_ Nachhaltigkeitsberichterstattung
- \_ UN-Nachhaltigkeitsziele (vgl. Kriterium 3)
- \_ Nachhaltigkeitsorientierte Projekte und Angebote

Die Handlungsfelder werden in Kriterium 2 beschrieben, die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie in Kriterium 3.

**Nachhaltigkeitsorientierte Kundenbeziehung**

YOMOMO arbeitet bereits seit vielen Jahren für Unternehmen aus der Kreislaufwirtschaft. Daraus resultiert breites und tiefes Wissen rund ums Thema Recycling, Ressourcen, Nachhaltigkeit und Energie. Auf Basis dessen ist unter anderem die Nachhaltigkeitswebsite für den Kunden REMONDIS entstanden.

**Ausgezeichnete Kundenprojekte**

Mit den REMONDIS WERTSTOFFPROFIS und JOB.N wurden bereits zwei von uns betreute Kundenprojekte mit dem Werkstatt N Qualitätssiegel ausgezeichnet. Das Siegel Werkstatt N steht für nachhaltige Projekte und Impulse in Deutschland und wird vom Nachhaltigkeitsrat der Bundesregierung vergeben. Jedes Jahr werden die 100 innovativsten Einreichungen prämiert.

**Berichtsstandard und UN-Nachhaltigkeitsziele**

Im Bereich der Berichterstattung wird der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) als nachhaltigkeitsrelevanter Standard genutzt. Die UN-Nachhaltigkeitsziele werden ab dem Jahr 2023 weitergehend berücksichtigt



## 2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

### **Umfeld**

Unser Agentursitz ist Recklinghausen mitten im Ruhrgebiet. Wir sind geprägt von der Mentalität der Region, die auf Werten wie Bodenständigkeit, Ehrlichkeit und Offenheit basiert. Diese Werte übertragen wir auch in unsere Geschäftstätigkeit, was uns innerhalb der Werbebranche eher zu einem Exoten macht.

Bezüglich der ökologischen, sozioökonomischen und politischen Besonderheiten unseres Umfelds sind nur schwer Aussagen zu treffen, weil es DAS typische Umfeld nicht gibt bzw. sich dieses bei jedem Kunden und jedem Projekt anders darstellt. Wir sind aber grundsätzlich immer bestrebt, bei allen von uns ausgeübten Tätigkeiten das Thema Nachhaltigkeit im Blick zu haben und haben entsprechend Handlungsfelder definiert, mit denen wir Ressourcen- und Klimaschutz befördern.

### Handlungsfelder

- \_ Nachhaltige Unternehmensführung (vgl. Kriterien 1 bis 10)
- \_ Ressourcenmanagement (vgl. Kriterium 12)
- \_ Klimaschutz (vgl. Kriterium 13)
- \_ Benefits für Mitarbeitende (vgl. Kriterium 14)
- \_ Chancengerechtigkeit/Diversität (vgl. Kriterium 15)
- \_ Gesellschaftliches Engagement (vgl. Kriterium 18)

Im kommenden Berichtszeitraum erfolgt eine weitergehende Wesentlichkeitsanalyse auf der Basis der CSRD-relevanten Aspekte. Dabei werden auch die Inside-out- und die Outside-in-Perspektive berücksichtigt.

### Chancen und Risiken

Chancen werden in der Kundenbindung und gewinnung gesehen, da ein Nachhaltigkeitsengagement zunehmend erwartet wird. Da Nachhaltigkeitskommunikation zu den Leistungen der Agentur gehört, ist die Beschreibung und Offenlegung der Nachhaltigkeitsleistungen von YOMOMO unabdingbar.

Risiken liegen in einer möglichen Überforderung z.B. der Mitarbeitenden aufgrund der Komplexität. Daher wurde das Team in den DNK-Prozess involviert, um ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis zu entwickeln.



### 3. Ziele

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

#### **Ziele in Bezug auf die Nachhaltigkeitsstrategie**

Mittel- und langfristige Ziele im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie:

- \_ Zweijährige Fortschreibung der DNK-Erklärung
- \_ Formulierung einer Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2023
- \_ Etablierung eines Nachhaltigkeitsmanagements (kontinuierlicher Prozess)
- \_ Regelmäßiger Austausch des Nachhaltigkeitsteams ab 2023
- \_ Weitergehende Wesentlichkeits- und Stakeholderanalyse im kommenden Berichtszeitraum (vgl. die Kriterien 2 und 9)

Diese Ziele wurden im Berichtsjahr nicht priorisiert, da sie gleichzeitig und gleichwertig verfolgt werden. Die Kontrolle der Ziele erfolgt durch das Nachhaltigkeitsteam, das sich regelmäßig über die Ziele und die entsprechenden Maßnahmen austauscht. Dabei wird ein Soll-Ist-Abgleich durchgeführt und entsprechend dokumentiert.

#### **UN-Nachhaltigkeitsziele**

Die folgenden UN-Nachhaltigkeitsziele sind für YOMOMO wesentlich:

- 3. Gesundheit und Wohlergehen
- 4. Hochwertige Bildung (vgl. Kriterium 16)

- 5. Geschlechtergleichheit (vgl. Kriterium 15)
- 7. Bezahlbare und saubere Energie (vgl. Kriterium 13)
- 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- 10. Weniger Ungleichheiten (vgl. Kriterium 14)
- 12. Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion (vgl. die Kriterien 4 und 12)
- 13. Maßnahmen zum Klimaschutz (vgl. Kriterium 13)
- 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (vgl. die Kriterien 9 und 18)

## 4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.



### Pitches

Nachhaltigkeit bedeutet, Ressourcen nicht unnötig zu verschwenden und in jeder Hinsicht Fairness walten zu lassen. Deshalb nehmen wir grundsätzlich nicht an Pitches teil, die von uns unentgeltlich erhebliche Aufwände erfordern oder sich in irgendeiner Form durch Intransparenz auszeichnen.

### Kundengewinnung durch Testprojekte

Unter den Aspekt Fairness fällt bei uns, dass Kunden bei uns nicht die Katze im Sack kaufen müssen. Es gibt die Möglichkeit ein

Kleinstprojekt testweise realisieren zu lassen. Kostenlos und ohne Verpflichtungen. Einzige Voraussetzung ist, persönlich vorab für ein Briefinggespräch und abschließend für die Ideenpräsentation zur Verfügung zu stehen.

### Produkte

Sämtliche von uns verantwortete Produkte prüfen wir hinsichtlich eines möglichst hohen Nachhaltigkeitsbeitrags. Das gilt auch für Maßnahmen, die wir im Kundenauftrag umsetzen. Wir wirken auch wenn der Einfluss gering ist zumindest immer dahingehend auf den Kunden ein, dass möglichst

klima- und ressourcenschonende Lösungen realisiert werden. Letztlich liegt die Entscheidungsgewalt hier aber beim Kunden, da YOMOMO nur als Dienstleister auftritt und die Austausch- und Gestaltungsmöglichkeiten entsprechend gering sind.

### Ziel

Im kommenden Berichtsjahr werden die Stufen der Wertschöpfungskette präzisiert und visualisiert. Dabei werden die ökologischen und sozialen Wirkungen auf den einzelnen Stufen weitergehend beleuchtet.

# Nachhaltigkeitskonzept

## Kriterien 5–10: Prozessmanagement

## 5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

### **Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen**

YOMOMO hat bereits zahlreiche nachhaltigkeitsbezogene Projekte für Kundinnen und Kunden durchgeführt. Eine unmittelbare interne Zuständigkeit für Nachhaltigkeitsfragen gab es im Berichtsjahr 2022 noch nicht. Im Jahr 2023 erfolgt der Aufbau eines Nachhaltigkeitsteams, das an der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie mitwirkt. Die Teilnahme ist freiwillig und wird allen Mitarbeitenden ermöglicht. Angestrebt wird ein regelmäßiger Austausch (monatlich). Die Aufgabenverteilung wird im Team festgelegt. Die Umsetzung des jeweils zugewiesenen Themas erfolgt von jedem eigenverantwortlich.

---

DIE ABSCHLIESSENDE VERANTWORTUNG FÜR  
DIE NACHHALTIGKEITSTHEMEN LIEGT BEIM  
GESCHÄFTSFÜHRER.

## 6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

### Regeln und Prozesse

Es existieren bisher keine schriftlich fixierten Regeln und Prozesse zur Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie im operativen Geschäft. Diese zu definieren, ist eines unserer demnächst anvisierten Ziele.

Dennoch gibt es bereits jetzt Aspekte, die fester Bestandteil unseres Agenturalltags sind und für einzelnen Kriterien der DNK-Erklärung eine Rolle spielen.

### Beispiele:

- \_ Nachhaltigkeitsbezogenes Leitbild (vgl. Kriterium 1)
- \_ Regelmäßiger Austausch des Nachhaltigkeitsteams
- \_ 4-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich (vgl. Kriterium 14)
- \_ Gendergerechte Sprache (vgl. Kriterium 15)
- \_ Regelmäßige Berichterstattung

## 7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

### Leistungsindikatoren

Die unter „Allgemeine Informationen“ genannte Struktur der Agentur mit zehn Beschäftigten, von denen ein Großteil regelmäßig im Homeoffice arbeitet, hat zur Folge, dass es keine definierten Leistungsindikatoren zur Steuerung und Kontrolle von Nachhaltigkeitszielen gibt. Es ist aber geplant, dass sich das Nachhaltigkeitsteam der Agentur ein bis zweimal jährlich zusammensetzt, um die aktuellen Maßnahmen zu Ressourcenschonung und CO<sub>2</sub>-Reduzierung zu bewerten und Optimierungspotenziale auszuloten. Eine Nennung fester zu erreichender Kennziffern ist jedoch nicht vorgesehen und aufgrund fehlender Wesentlichkeit nicht angezeigt.



## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5–7

### Werte

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Eine Beschreibung der Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen der Organisation

#### Werte:

- \_ Respekt/Wertschätzung
- \_ Freundlichkeit/Humor
- \_ Authentizität
- \_ Gerechtigkeit/Partnerschaftlichkeit
- \_ Qualität/Anspruch
- \_ Offenheit/Ehrlichkeit

Vgl. zudem die Aussagen in den Kriterium 1 (Leitbild etc.).

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-102-16

## 8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/ Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

### **Anreize und Benefits**

Bei YOMOMO existiert kein Vergütungssystem, das sich an der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen orientiert. Es gibt aber innerhalb des Teams eine hohe intrinsische Motivation nachhaltig zu handeln, weil dies den persönlichen Überzeugungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entspricht. Benefits bzw. entsprechende Rahmenbedingungen werden in den Kriterien 14 bis 16 beschrieben.

### **Ziel**

Im kommenden Berichtszeitraum werden Anreize und Benefits weitergehend beleuchtet und ggf. Belohnungsprogramme initiiert (zum Beispiel für die Vermeidung von Ausdrucken).

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 8

### Vergütungspolitik

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-102-35

**A.**

Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und Führungskräfte, aufgeschlüsselt nach folgenden Vergütungsarten:

- I. Grundgehalt und variable Vergütung, einschließlich leistungsbasierter Vergütung, aktienbasierter Vergütung, Boni und aufgeschoben oder bedingt zugeteilter Aktien
- II. Anstellungsprämien oder Zahlungen als Einstellungsanreiz
- III. Abfindungen
- IV. Rückforderungen
- V. Altersversorgungsleistungen, einschließlich der Unterscheidung zwischen Vorsorgeplänen und Beitragssätzen für das höchste Kontrollorgan, Führungskräfte und alle sonstigen Angestellten.

**B.**

Wie Leistungskriterien der Vergütungspolitik in Beziehung zu den Zielen des höchsten Kontrollorgans und der Führungskräfte für ökonomische, ökologische und soziale Themen stehen.

Es existiert keine gesonderte Vergütungspolitik. Vgl. zudem die Aussagen in den Kriterien 14 und 15 (Chancengleichheit etc.).

## Verhältnis der Jahresgesamtvergütung

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

A.

Verhältnis der Jahresgesamtvergütung der am höchsten bezahlten Person der Organisation in jedem einzelnen Land mit einer wichtigen Betriebsstätte zum Median der Jahresgesamtvergütung für alle Angestellten (mit Ausnahme der am höchsten bezahlten Person) im gleichen Land.

Dieser Wert wurde im Berichtsjahr aufgrund der Struktur bzw. Größe der Agentur (vgl. Allgemeine Informationen) nicht ermittelt. Im kommenden Berichtszeitraum wird dieser Indikator für dem Hintergrund der CSRD-relevanten Aspekte neu beleuchtet.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-102-38



## 9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

### Stakeholder

Die Stakeholder wurden von den Mitarbeitenden benannt. Eine gesonderte Methode zur Identifizierung kam dabei nicht zum Einsatz.

- \_ Kundinnen und Kunden
- \_ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter inklusive deren persönlichem Umfeld
- \_ Kooperationspartnerinnen und partner
- \_ Lieferanten
- \_ Banken
- \_ Versicherungen
- \_ Steuerberater

Anpassungen hinsichtlich der Stakeholder sind künftig nicht zu erwarten bzw. marginal.

### Austausch mit den Stakeholdern

Der Austausch mit den Stakeholdern bezüglich des Themas Nachhaltigkeit wird von uns auf zwei Ebenen gesucht.

Ebene 1 Beschreibt unser Einwirken auf Kunden, Lieferanten und Dienstleister, von uns anvisierte Nachhaltigkeitsansprüche zu erfüllen. Hierzu gehört auch, dass wir zum Beispiel Papierhersteller und Druckereien nach Nachhaltigkeitskriterien auswählen.

Bei Ebene 2 geht es darum, unsere eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen nachweislich in die Tat umzusetzen und uns auch hier unsere Authentizität gegenüber Geschäftspartnern, aber auch dem persönlichen Umfeld jedes einzelnen zu bewahren.

Vgl. zudem Kriterium 1.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 9

### Wichtige Themen und Anliegen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

A.

Wichtige, im Rahmen der Einbindung der Stakeholder geäußerte Themen und Anliegen, unter anderem:

- I. wie die Organisation auf diese wichtigen Themen und Anliegen – auch über ihre Berichterstattung – reagiert hat;
- II. die Stakeholder-Gruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen im Einzelnen geäußert haben.

Mitarbeitende haben im Berichtsjahr den Anstoß gegeben, nicht mehr in Weihnachtsgeschenke für Kunden zu investieren, sondern stattdessen die Energie und Kosten in eine Aktion zugunsten der Tafel in Recklinghausen zu stecken. Zudem haben sich Mitarbeitende gewünscht, im Bereich der Akquisition stärker Kunden anzusprechen, die an Nachhaltigkeit interessiert sind.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-102-44

## 10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

### **Innovationsmanagement**

Unsere Produkte und Dienstleistungen haben nur bedingt Einfluss auf von uns praktizierte und geförderte soziale und ökologische Nachhaltigkeit, weil sie sehr projekt- und auftragsabhängig sind.

### **Innovationsfördernde interne Rahmenbedingungen**

Es gibt kein ausgewiesenes Innovationsmanagement. Innovatives Handeln ist jedoch fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Wir sind intern auf Agenturebene sehr offen für alle Innovationen, die Nachhaltigkeit befördern und legen hierauf auch großes Augenmerk. Belege hierfür sind beispielsweise die konsequent umgesetzte 4-Tage-Woche, flexible

## NACHHALTIGKEITSKONZEPT . PROZESSMANAGEMENT

Arbeitszeit und ein frei wählbarer Arbeitsort für die Mitarbeitenden. Bedient wird damit nicht nur das Thema soziale Nachhaltigkeit (Work-Life-Balance), sondern auch das Thema Ökologie. Zum Beispiel, weil weniger arbeitsbedingte Autofahrten erforderlich sind.

In den Bereich sozialer Mehrwert bzw. soziale Nachhaltigkeit fällt noch unsere im Rahmen der Agenturphilosophie Freude praktizierte Arbeitsweise. Bei der Ideenentwicklung gibt es in der Regel neben Pflicht- auch Kürvarianten.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben so die Gelegenheit, ihre Kreativität auszuleben, was erheblich dazu beiträgt, Arbeitszeit als sinnvolle Lebenszeit zu erfahren.

Diese innovationsfördernden Rahmenbedingungen werden in den Kriterien 14 bis 16 ausführlicher beschrieben. Im Zuge der Präzisierung und Visualisierung der Wertschöpfungskette (vgl. Kriterium 4) wird dieses Kriterium weitergehend beleuchtet.



## Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen.

Hinweis: der Indikator ist auch bei einer Berichterstattung nach GRI SRS zu berichten

o Prozent. In kommenden Berichtszeitraum sind keine Finanzanlagen geplant.

---

LEISTUNGSINDIKATOR G4-FS11

# Nachhaltigkeitsaspekte

## Kriterien 11–13: Umwelt

## 11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Die Einflussnahme auf die Umwelt beschränkt sich bei YOMOMO in erster Linie auf die Ver- und Entsorgung sowie auf mobilitätsbedingte Aspekte (Emissionen etc.). Das in Kriterium 12 beschriebene Ressourcenmanagement trägt zur Minderung der Belastungen bei.

Der Umfang der Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen wird in den Indikatoren zu den Kriterien 11 und 12 berichtet (vgl. dazu jedoch auch die Ausführungen in Kriterium 7).

## 12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

### **Ressourcenmanagement bei YOMOMO**

Im Folgenden weisen wir aus, welche Maßnahmen wir im Ressourcenmanagement Stand 2022 bereits ergreifen und welche für die Zukunft geplant sind. Es geht dabei nur um eine qualitative Darstellung. Eine Quantifizierung erfolgt in zukünftigen Nachhaltigkeitsberichten.

### **Abfall**

Es wird eine weitgehende Abfalltrennung (ohne Biomüll) praktiziert und von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gleichermaßen ambitioniert verfolgt.



## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

**Arbeitsmaterialien**

- \_ Diensthandys und Computer werden nur dann ausgetauscht, wenn es technisch/funktional erforderlich ist und nicht nach festgelegtem Turnus oder gar in Anlehnung an den Modellzyklus der Hersteller.
- \_ Die komplette Arbeitsausstattung steht auch für den privaten Gebrauch zur Verfügung.
- \_ Drucker und Papier werden nur moderat eingesetzt. Wann immer möglich nutzen wir Recyclingpapier (bei Farbdrukken technisch bedingt nicht immer machbar).
- \_ Geschäftspapiere sind FSC-zertifiziert.

**Mobilität**

- \_ Wir verfügen über eine zentrale, mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbare Arbeitsstätte.
- \_ Bei der Nutzung von Firmenfahrzeugen gibt es eine Bezuschussung der Tankkosten. Zudem werden Parkgebühren ersetzt.
- \_ Bei auswärtigen Kundenterminen werden Fahrgemeinschaften gebildet, sofern dies ökologisch und ökonomisch sinnvoll ist.
- \_ Interne und externe Abstimmungstermine finden fast ausschließlich per Videokonferenzen statt, um fahrtbedingte Emissionen zu reduzieren.

---

ZUKÜNFTIG WIRD BEI DER ANSCHAFFUNG VON ELEKTROGERÄTEN IM EINZELFALL ERUIERT, OB DER BEDARF MIT EINEM GEBRAUCHTKAUF GEDECKT WERDEN KANN.

---

DIE DURCHFÜHRUNG VON FAHRGEMEINSCHAFTEN SOLL ZUKÜNFTIG NOCH WEITER PRIORISIERT WERDEN.

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

**Räumlichkeiten/Ver- und Entsorgung**

- \_ Die komplette Agentur wird mit Ökostrom versorgt.
- \_ Die Räumlichkeiten der Agentur weisen keine überflüssigen Räume auf.
- \_ Auf den Einsatz von Papierhandtüchern wird zugunsten von Stoffhandtüchern verzichtet.

**Verpflegung**

- \_ Die Agentur bezieht Mineralwasserflaschen vom lokalen Handel.
- \_ Beim Kaffee wird darauf geachtet, dass er fairgehandelt und Bio ist.

**Präsente**

Bei unseren Weihnachtspräsente achten wir darauf, dass sie fair produziert werden. Tendenziell verzichten wir zukünftig eher auf Geschenke, sondern spenden Geld oder beteiligen uns an von anderen initiierten Spendenaktionen.

**Risiken und Ziele**

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf das Ressourcenmanagement erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf der Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD). Ziel ist es zudem, im kommenden Berichtszeitraum eine strategische Aussage zum Thema Ressourcenmanagement zu entwickeln.

---

DIE FLASCHENLIEFERUNG AN TRINKWASSER WIRD ZUKÜNFTIG DAHINGEHEND OPTIMIERT, DASS DAS WASSER VON EINEM LOKALEN ANBIETER MIT LOKALER ABFÜLLUNG STAMMT. ALTERNATIV WIRD AUF SODASTREAM MIT LEITUNGSWASSER UMGESTIEGEN.

## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11–12

### Eingesetzte Materialien

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

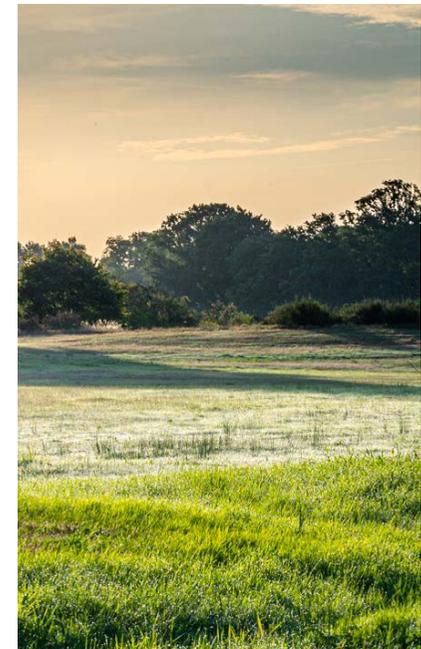
Gesamtgewicht oder volumen der Materialien, die zur Herstellung und Verpackung der wichtigsten Produkte und Dienstleistungen der Organisation während des Berichtszeitraums verwendet wurden, nach:

- I. eingesetzten nicht erneuerbaren Materialien;
- II. eingesetzten erneuerbaren Materialien.

Die eingesetzten Materialien werden nicht nach Gewicht oder Volumen erfasst. Dies ist aufgrund des Geschäftsmodells und des geringen Materialeinsatzes zunächst auch nicht vorgesehen.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-301-1



## Energieverbrauch

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus nicht erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen, einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

**B.**

Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen, einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

**C.**

In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen den gesamten:

- I. Stromverbrauch
- II. Heizenergieverbrauch
- III. Kühlenergieverbrauch
- IV. Dampfverbrauch

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

**D.** In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen die/den gesamte(n):

I. verkauften Strom

II. verkaufte Heizungsenergie

III. verkaufte Kühlenergie

IV. verkauften Dampf

**E.** Gesamten Energieverbrauch innerhalb der Organisation in Joule oder deren Vielfachen.

**F.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

**G.** Quelle für die verwendeten Umrechnungsfaktoren.

Daten für 2022:

Strom und Heizung. Die Daten sind nur schwer zu ermitteln, da die Abrechnungen seitens des Vermieters für Laien kaum zu lesen sind.

Wir werden 2023 versuchen, hier belastbare Zahlen zu bekommen.



## Verringerung des Energieverbrauchs

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- A.** Umfang der Verringerung des Energieverbrauchs, die als direkte Folge von Initiativen zur Energieeinsparung und Energieeffizienz erreicht wurde, in Joule oder deren Vielfachen.
- B.** Die in die Verringerung einbezogenen Energiearten: Kraftstoff, elektrischer Strom, Heizung, Kühlung, Dampf oder alle.
- C.** Die Grundlage für die Berechnung der Verringerung des Energieverbrauchs wie Basisjahr oder Basis/Referenz, sowie die Gründe für diese Wahl.
- D.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Das Basisjahr ist 2022, daher sind noch keine Vergleiche möglich.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-302-4:

## Wasserentnahme

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamte Wasserentnahme aus allen Bereichen in Megalitern sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge nach den folgenden Quellen (falls zutreffend):

- I. Oberflächenwasser;
- II. Grundwasser;
- III. Meerwasser;
- IV. produziertes Wasser;
- V. Wasser von Dritten.

**B.**

Gesamte Wasserentnahme in Megalitern aus allen Bereichen mit Wasserstress sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge nach den folgenden Quellen (falls zutreffend):

- I. Oberflächenwasser;
- II. Grundwasser;
- III. Meerwasser;
- IV. produziertes Wasser;
- V. Wasser von Dritten sowie eine Aufschlüsselung des Gesamtvolumens nach den in den oben aufgeführten Entnahmekategorien.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-303-3

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

C.

Eine Aufschlüsselung der gesamten Wasserentnahme aus jeder der in den Angaben 3033a und 3033b aufgeführten Quellen in Megalitern nach den folgenden Kategorien:  
I. Süßwasser ( $\leq 1000$  mg/l Filtrattrockenrückstand (Total Dissolved Solids (TDS)));  
II. anderes Wasser ( $> 1000$  mg/l Filtrattrockenrückstand (TDS)).

D.

Gegebenenfalls erforderlicher Kontext dazu, wie die Daten zusammengestellt wurden, z. B. Standards, Methoden und Annahmen.

Daten für 2022:

**Wasser und Abwasser**

Die Daten sind nur schwer zu ermitteln, da die Abrechnungen seitens des Vermieters für Laien kaum zu lesen sind.

Wir werden 2023 versuchen, hier belastbare Zahlen zu bekommen.



## Angefallener Abfall

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtgewicht des anfallenden Abfalls in metrischen Tonnen sowie eine Aufschlüsselung dieser Summe nach Zusammensetzung des Abfalls.

**B.**

Kontextbezogene Informationen, die für das Verständnis der Daten und der Art, wie die Daten zusammengestellt wurden, erforderlich sind.

Es wird getrennt, die Menge wird jedoch nicht erfasst  
(vgl. zudem Kriterium 12)

Daten für 2022:

Abfall und Wertstoffe. Die Daten sind nur schwer zu ermitteln, da die Abrechnungen seitens des Vermieters für Laien kaum zu lesen sind.

Wir werden 2023 versuchen, hier belastbare Zahlen zu bekommen.

## 13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.



### Klimaschutz bei YOMOMO

Das Thema klimarelevante Emissionen korreliert bei uns stark mit dem Thema Ressourcenmanagement, weshalb es hier weitestgehend Überschneidungen gibt. Daher sind die emissionsmindernden Maßnahmen (z.B. Ökostrombezug) in Kriterium 12 beschrieben.

Die klimarelevanten Emissionen, die im Berichtsjahr noch nicht quantifiziert wurden, resultieren in erster Linie aus den Verbräuchen im Büro/Homeoffice und den Fahrten.

Eine THG-Bilanzierung wurde im Berichtsjahr nicht vorgenommen. Im kommenden Berichtszeitraum wird der Erfassung erneut geprüft (vgl. zudem die Leistungsindikatoren zu Kriterium 13).

### Ziele

Ziel ist es, im kommenden Berichtszeitraum eine strategische Aussage zum Thema Klimaschutz zu entwickeln. Die (emissionsmindernde) Verringerung von Verbräuchen wird künftig auf der Grundlage des Basisjahres 2022 erfasst.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

### Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-305-1  
(SIEHE GH-EN-15)

**A.**

Bruttovolumen der direkten THG-Emissionen (Scope 1) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.

**B.**

In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.

**C.**

Biogene CO<sub>2</sub>-Emissionen in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.

**D.**

Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:

- I. der Begründung für diese Wahl;
- II. der Emissionen im Basisjahr;
- III. des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der BasisjahrEmissionen geführt haben.

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

E.

Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWPQuelle.

F.

Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob EquityShareAnsatz, finanzielle oder operative Kontrolle.

G.

Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Eine THG-Bilanzierung wurde im Berichtsjahr nicht vorgenommen.  
Im kommenden Berichtszeitraum wird eine entsprechende Erhebung der Daten geprüft.

### Indirekte energiebezogenen THG-Emissionen (Scope 2)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- A.** Bruttovolumen der indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- B.** Gegebenenfalls das Bruttovolumen der marktbasieren indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- C.** Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- D.** Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
  - I. der Begründung für diese Wahl;
  - II. der Emissionen im Basisjahr;
  - III. des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der BasisjahrEmissionen geführt haben.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-305-2:

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

- E.** Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.
- F.** Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob Equity-Share-Ansatz, finanzielle oder operative Kontrolle.
- G.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Bezug von Ökostrom (vgl. Kriterium 13).  
Vgl. auch Leistungsindikator GRI SRS-305-1.



### Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- A. Bruttovolumen sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten.
- B. Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- C. Biogene CO<sub>2</sub> Emissionen in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- D. Kategorien und Aktivitäten bezüglich sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3), die in die Berechnung einbezogen wurden.

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . UMWELT

E.

Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:

- I. der Begründung für diese Wahl;
- II. der Emissionen im Basisjahr;
- III. des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der BasisjahrEmissionen geführt haben.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-305-3

F.

Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.

G.

Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-305-1.

## Senkung der THG-Emissionen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-305-5

- A.** Umfang der Senkung der THG-Emissionen, die direkte Folge von Initiativen zur Emissionssenkung ist, in Tonnen CO<sub>2</sub> Äquivalenten.
- B.** In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- C.** Basisjahr oder Basis/Referenz, einschließlich der Begründung für diese Wahl.
- D.** Kategorien (Scopes), in denen die Senkung erfolgt ist; ob bei direkten (Scope 1), indirekten energiebedingten (Scope 2) und/oder sonstigen indirekten (Scope 3) THG-Emissionen.
- E.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Dieser Wert wird mit dem Berichtsjahr 2022 erstmals ermittelt und künftig fortgeschrieben.

# Nachhaltigkeitsaspekte

## Kriterien 14–20: Gesellschaft

## 14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

### Arbeitnehmerrechte

Als ausschließlich in Deutschland ansässiges Unternehmen ist die Einhaltung der hiesigen Arbeitnehmerrechte für YOMOMO obligatorisch. Darüber hinaus ist der Markenkern der Agentur Freude. Dies impliziert, dass die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein hohes Gut darstellt. Dementsprechend wird viel in puncto Work-Life-Balance unternommen bzw. geboten.

### Arbeitszeitmodell + Arbeitsbedingungen

- \_ 4-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich (Work-Life-Balance, Vermeidung von verkehrsbedingtem CO<sub>2</sub>)
- \_ Gleitzeit/Flexible Arbeitszeiten
- \_ Option Homeoffice: Homeoffice ist uneingeschränkt möglich, sofern man sich dahingehend abspricht, dass die Agentur immer besetzt ist.
- \_ Wenige Überstunden, die außerdem bezahlt werden

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . GESELLSCHAFT

**Arbeitsklima**

- \_ Sehr gutes und vertrauensvolles Arbeitsklima
- \_ Eigenverantwortliches Arbeiten
- \_ Flache Hierarchien und respektvolle Kommunikation
- \_ Hohe Wertschätzung unter allen Kollegen
- \_ Vertrauens-Arbeitszeit/eigene Zeiterfassung
- \_ Gemeinsame Aktivitäten/ Teambuilding-Maßnahmen, wie Weihnachtsfeier oder Sommeraktivität
- \_ Weiterbildungsmöglichkeiten für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- \_ Chancen- und Geschlechtergleichheit
- \_ Mitsprachemöglichkeit bei Agenturausrichtung und zukünftigen Kunden

**Ausstattung + Gesundheitsförderung**

- \_ Höhenverstellbare Schreibtische
- \_ Ergonomische Schreibtischstühle werden bei Bedarf gestellt
- \_ Angenehme Büroräume
- \_ Möglichkeit auf ein Sabbatical

**Beteiligung der Mitarbeitenden am Nachhaltigkeitsmanagement**

Im Jahr 2023 erfolgt der Aufbau eines Nachhaltigkeitsteams, das an der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie mitwirkt (vgl. dazu Kriterium 5).

**Risiken und Ziele**

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf Arbeitnehmerrechte erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD).

Ziel ist es zudem, eine strategische Haltung zum Thema Arbeitnehmerrechte zu entwickeln.

## 15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

### **Gendergerechte Sprache**

Bei uns intern wie bei den von uns für Kunden entwickelten Kommunikationsmitteln achten wir auf eine gendergerechte Sprache.

### **Chancengleichheit**

Bei YOMOMO werden jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter bzw. jeder Bewerberin und jedem

Bewerber dieselben Karriere- und Verdienstmöglichkeiten gewährt.

Unabhängig von Faktoren wie sozialer Herkunft, Geschlechtszugehörigkeit, ethnischen Zugehörigkeit oder Behinderung.

### **Barrierefreiheit**

Alle Räume der Agentur samt Einrichtungsgegenständen und sanitärer Anlagen sind problemlos

auch für Menschen mit Handicap nutzbar. Zudem besteht immer die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten.

## NACHHALTIGKEITSASPEKTE . GESELLSCHAFT

**Diversität**

Wir fördern Diversität in jeder Hinsicht. Intern beim persönlichen Umgang wie mit unserer im Rahmen von Projekten umgesetzten Kommunikation. Extern nehmen wir Abstand von allen Aufträgen und Kundenbeziehungen, die einer Akzeptanz und Förderung von Diversität entgegenstehen.

**Vereinbarkeit von Beruf und Familie**

Wie bereits unter 14. Arbeitnehmerrechte ausformuliert legen wir allergrößten Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Belege dafür sind Homeoffice, freie Arbeitsplatzwahl, Minimierung von Überstunden und flexible Arbeitszeiten.

**Ziele**

Ziel ist es, im kommenden Berichtszeitraum eine strategische Aussage zum Thema Chancengerechtigkeit zu entwickeln.

**Risiken**

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf die Chancengerechtigkeit erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD).



## 16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

### Qualifizierung

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können nach eigenem Ermessen mindestens einmal jährlich während der Arbeitszeit und auf Agenturkosten an einer Weiterbildung ihrer Wahl teilnehmen. Persönliche Interessen dürfen dabei durchaus eine Rolle spielen. Wichtig ist, dass die Veranstaltung der zusätzlichen Qualifizierung im Hinblick auf den Tätigkeitsbereich dient oder allgemein der Verbesserung der Agenturleistung bzw. der Erweiterung/Vertiefung des Agenturportfolios.

Darüber hinaus gibt es ein agenturseitiges Angebot für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, an regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen – wie beispielsweise der Corporate Identity Conference CXI in Bielefeld – teilzunehmen.

### Ziele

Im Jahr 2023 wird das Nachhaltigkeitsteam vom Institut für Nachhaltigkeitsbildung als Nachhaltigkeitsbeauftragte geschult. Inhalte werden dabei nachhaltigkeitsbezogene Kriterien und Indikatoren sein.

### Risiken

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf die Qualifizierung erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD).

## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14–16

### Arbeitsbedingte Verletzungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

# A.

Für alle Angestellten:

- I. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;
- II. Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);
- III. Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;
- IV. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;
- V. Anzahl der gearbeiteten Stunden.

# B.

Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden:

- I. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;
- II. Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);
- III. Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;
- IV. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;
- V. Anzahl der gearbeiteten Stunden.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-403-9

---

DIE PUNKTE C–G DES INDIKATORS SRS-403-9  
KÖNNEN SIE ENTSPRECHEND GRI  
ENTNEHMEN UND AN DIESER STELLE  
FREIWILLIG BERICHTEN.

## Arbeitsbedingte Erkrankungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Für alle Angestellten:

- I. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;
- II. Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;
- III. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen

**B.**

Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden:

- I. Anzahl der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;
- II. Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;
- III. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen.

2022: 0.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-403-10

---

DIE PUNKTE C–E DES INDIKATORS SRS-403-10  
KÖNNEN SIE ENTSPRECHEND GRI  
ENTNEHMEN UND AN DIESER STELLE  
FREIWILLIG BERICHTEN.

## Mitarbeiterbeteiligung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die berichtende Organisation muss für Angestellte, und Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden, folgende Informationen offenlegen:

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-403-4

**A.**

Eine Beschreibung der Verfahren zur Mitarbeiterbeteiligung und Konsultation bei der Entwicklung, Umsetzung und Leistungsbewertung des Managementsystems für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz und zur Bereitstellung des Zugriffs auf sowie zur Kommunikation von relevanten Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gegenüber den Mitarbeitern.

**B.**

Wenn es formelle Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gibt, eine Beschreibung ihrer Zuständigkeiten, der Häufigkeit der Treffen, der Entscheidungsgewalt und, ob und gegebenenfalls warum Mitarbeiter in diesen Ausschüssen nicht vertreten sind.

Vgl. Kriterium 14. Weitergehende formale Beteiligungsprozesse zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz sind bei YOMOMO nicht erforderlich, da die Angebote von den Mitarbeitenden als ausreichend empfunden werden und entsprechend kein Bedarf artikuliert wurde.

## Stundenzahl der Aus- und Weiterbildungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

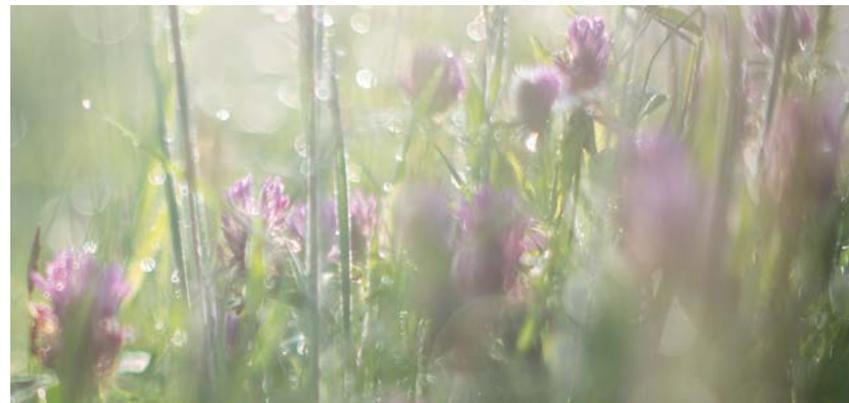
durchschnittliche Stundenzahl, die die Angestellten einer Organisation während des Berichtszeitraums für die Aus- und Weiterbildung aufgewendet haben, aufgeschlüsselt nach:

- I. Geschlecht;
- II. Angestelltenkategorie.

Dieser Wert wurde im Berichtsjahr 2022 nicht erhoben. Im kommenden Berichtszeitraum wird dieser Indikator im Hinblick auf die CSRD-relevanten Aspekte näher beleuchtet.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-404-1



## Diversität

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-405-1

**A.**

Prozentsatz der Personen in den Kontrollorganen einer Organisation in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

- I. Geschlecht;
- II. Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30–50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;
- III. Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

**B.**

Prozentsatz der Angestellten pro Angestelltenkategorie in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

- I. Geschlecht;
- II. Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30–50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;
- III. Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

Mitarbeitende insgesamt: 15 (davon fünf freiberuflich tätige Personen)

\_ weiblich 10

\_ männlich 5

Weitere Diversitätskriterien wurden im Jahr 2022 noch nicht erhoben, werden im kommenden Berichtszeitraum jedoch geprüft.

## Diskriminierungsvorfälle

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle während des Berichtszeitraums.

**B.**

Status der Vorfälle und ergriffene Maßnahmen mit Bezug auf die folgenden Punkte:

I. Von der Organisation geprüfter Vorfall;

II. Umgesetzte Abhilfepläne;

III. Abhilfepläne, die umgesetzt wurden und deren Ergebnisse im Rahmen eines routinemäßigen internen Managementprüfverfahrens bewertet wurden;

IV. Vorfall ist nicht mehr Gegenstand einer Maßnahme oder Klage.

2022: 0.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-406-1

## 17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.



### Menschenrechte

Das Handlungsfeld Menschenrechte ist für YOMOMO aufgrund des unter „Allgemeine Informationen“ geschilderten Geschäftsmodells nicht wesentlich. Im Bereich der Verpflegung werden Fairtrade-Produkte bevorzugt.

### Ziele

Die menschenrechtlichen Auswirkungen werden im kommenden Berichtszeitraum näher untersucht. In diesem Zusammenhang werden entsprechende Kategorien im Einkauf gebildet (EDV, Verpflegung etc.).

Ziel ist es zudem, im kommenden Berichtszeitraum eine strategische Aussage zum Thema Arbeitnehmerrechte zu entwickeln.

### Risiken

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf die Menschenrechte erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD).

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

### Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Investitionsvereinbarungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtzahl und Prozentsatz der erheblichen Investitionsvereinbarungen und verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden.

**B.**

Die verwendete Definition für „erhebliche Investitionsvereinbarungen“.

2022: 0.

YOMOMO ist weitgehend in der EU tätig. Investitionsvereinbarungen existierten im Berichtsjahr nicht und sind auch künftig nicht geplant.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-412-3

### Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde, aufgeschlüsselt nach Ländern.

2022: 0.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS4123. YOMOMO verfügt nur über eine Betriebsstätte.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-412-1

### Auf soziale Aspekte geprüfte, neue Lieferanten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Prozentsatz der neuen Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden.

2022: 0.

Lieferanten wurden im Berichtsjahr nicht auf soziale Aspekte geprüft. Dies ist auch nicht unmittelbar vorgesehen. Vgl. jedoch dazu auch Leistungsindikator GRI SRS-414-2.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-414-1

## Soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-414-2

**A.**

Zahl der Lieferanten, die auf soziale Auswirkungen überprüft wurden.

**B.**

Zahl der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen ermittelt wurden.

**C.**

Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen, die in der Lieferkette ermittelt wurden.

**D.**

Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt und infolge der Bewertung Verbesserungen vereinbart wurden.

**E.**

Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt wurden und infolgedessen die Geschäftsbeziehung beendet wurde, sowie Gründe für diese Entscheidung.

2022: 0.

Soziale Auswirkungen in der Lieferkette waren im Berichtsjahr nicht erkennbar.

Die nachhaltige Beschaffung wird im kommenden Berichtszeitraum vom Nachhaltigkeitsteam näher beleuchtet.

## 18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

### Gemeinwohlorientierung

Die Agentur engagiert sich unentgeltlich für Gemeinwohl- und Bildungsprojekte, in dem sie pro bono Kommunikationsmittel für verschiedenste in diesen Bereichen tätige Akteure entwickelt.

Beispiele:

- \_ Flyer für SkF bzw. Recklinghäuser Tafel und Flüchtlingshilfe
- \_ Imagebroschüre für Schulprojekt des CLUB OF ROME
- \_ Unterstützung der Freien Stiftung N. in Münster

Außerdem beteiligen wir uns zu Weihnachten an Spendenaktionen.

### Ethischmoralische Leitlinien

Wir bieten unsere Dienste nicht für Marken, Produkte oder Leistungen an, die gegen unsere Werte (vgl. Leistungsindikatoren 57) verstoßen.

Das heißt:

- \_ Keine irreführende Werbung
- \_ Kein Beitrag zum Greenwashing
- \_ Keine Werbung für Parteien außerhalb des demokratischen Spektrums

- \_ Keine Werbung für Marken/Produkte mit zweifelhaftem Mehrwert oder gar betrügerischen Absichten



## Leistungsindikatoren zu Kriterium 18

### Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-201-1

**A.**

den zeitanteilig abgegrenzten, unmittelbar erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert, einschließlich der grundlegenden Komponenten der globalen Tätigkeiten der Organisation, wie nachfolgend aufgeführt. Werden Daten als Einnahmen-Ausgaben-Rechnung dargestellt, muss zusätzlich zur Offenlegung folgender grundlegender Komponenten auch die Begründung für diese Entscheidung offengelegt werden:

- I. unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert: Erlöse;
- II. ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert: Betriebskosten, Löhne und Leistungen für Angestellte, Zahlungen an Kapitalgeber, nach Ländern aufgeschlüsselte Zahlungen an den Staat und Investitionen auf kommunaler Ebene;
- III. beibehaltener wirtschaftlicher Wert: „unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert“ abzüglich des „ausgeschütteten wirtschaftlichen Werts“.

**B.**

Der erzeugte und ausgeschüttete wirtschaftliche Wert muss getrennt auf nationaler, regionaler oder Marktebene angegeben werden, wo dies von Bedeutung ist, und es müssen die Kriterien, die für die Bestimmung der Bedeutsamkeit angewandt wurden, genannt werden.

Dieser Wert wird aus Wettbewerbs- und Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.

## 19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

### Mitgliedschaften

YOMOMO gehört keinen Verbänden oder Vereinigungen an.

### Gesetzgebungsverfahren

YOMOMO hat im Berichtsjahr keine Eingaben zu Gesetzgebungsverfahren gemacht.

### Spenden

Spenden an politische Parteien werden nicht getätigt. Zur gemeinwohlorientierten Unterstützung vgl. Kriterium 18.

### Weitergehendes Engagement

Die Geschäftsführung von YOMOMO setzt sich für faire Bedingungen hinsichtlich öffentlicher Ausschreibungen ein und hat hierzu bereits Statements in

Medien der Werbebranche verfasst ([Page-Beitrag A. Abbenhaus](#)).

Außerdem lehnen wir generell unbezahlte Pitches ab, um ein Zeichen in Richtung Wertschätzung von Agenturleistungen zu setzen. Nicht nur in unserem Interesse, sondern im Interesse aller Agenturen.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

### Parteispenden

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Monetären Gesamtwert der Parteispinden in Form von finanziellen Beiträgen und Sachzuwendungen, die direkt oder indirekt von der Organisation geleistet wurden, nach Land und Empfänger/Begünstigtem.

**B.**

Gegebenenfalls wie der monetäre Wert von Sachzuwendungen geschätzt wurde.

2022: 0.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-415-1

## 20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.



### **Gestzes- und richtlinienkonformes Verhalten**

Compliancestrukturen oder entsprechende Managementsysteme sind aufgrund der Unternehmensstruktur nicht erforderlich. Gesetze und Vorgaben werden entsprechend eingehalten.

Im Austausch mit den Kunden sowie bei im Kundenauftrag realisierten Projekten wird die

Einhaltung des Datenschutzes gewährleistet. Auf Kundenwunsch werden Verschwiegenheits- erklärungen unterzeichnet und selbstverständlich strikt eingehalten.

Die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Compliancefragen erfolgt im Bereich der Projekte durch persönlichen Austausch mit der Geschäftsführung. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden

im Fall zu berücksichtigender Geheimhaltung dementsprechend informiert und gebrieft.

### **Risiken und Ziele**

Eine Risikoanalyse im Hinblick auf das gesetzes- und richtlinienkonforme Verhalten erfolgt im kommenden Berichtszeitraum (auf Basis der Berichterstattungspflichten im Zusammenhang mit der CSRD).

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

### Auf Korruptionsrisiken geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtzahl und Prozentsatz der Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden.

**B.**

Erhebliche Korruptionsrisiken, die im Rahmen der Risikobewertung ermittelt wurden.

2022: 0

(nur eine Betriebsstätte, nicht relevant aufgrund des Geschäftsmodells)

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-205-1

## Korruptionsvorfälle

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Gesamtzahl und Art der bestätigten Korruptionsvorfälle.

**B.**

Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Angestellte aufgrund von Korruption entlassen oder abgemahnt wurden.

**C.**

Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Verträge mit Geschäftspartnern aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption gekündigt oder nicht verlängert wurden.

**D.**

Öffentliche rechtliche Verfahren im Zusammenhang mit Korruption, die im Berichtszeitraum gegen die Organisation oder deren Angestellte eingeleitet wurden, sowie die Ergebnisse dieser Verfahren.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-205-3

2022: 0

## Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**A.**

Erhebliche Bußgelder und nichtmonetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen und/oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich, und zwar:

- I. Gesamtgeldwert erheblicher Bußgelder;
- II. Gesamtanzahl nichtmonetärer Sanktionen;
- III. Fälle, die im Rahmen von Streitbeilegungsverfahren vorgebracht wurden.

**B.**

Wenn die Organisation keinen Fall von Nichteinhaltung der Gesetze und/oder Vorschriften ermittelt hat, reicht eine kurze Erklärung über diese Tatsache aus.

**C.**

Der Kontext, in dem erhebliche Bußgelder und nichtmonetäre Sanktionen auferlegt wurden.

---

LEISTUNGSINDIKATOR GRI SRS-419-1

2022: 0

## Übersicht der GRI-Indikatoren in der DNK-Erklärung

In dieser DNK-Erklärung wurde nach dem „comply or explain“ Prinzip zu den nachfolgend aufgeführten GRI-Indikatoren berichtet. Dieses Dokument verweist auf die GRI-Standards 2016, sofern in der Tabelle nicht anders vermerkt.

\*GRI HAT GRI SRS 306 (ABFALL) ANGEPASST. DIE ÜBERARBEITETE VERSION TRITT ZUM 01.01.2022 IN KRAFT. IM ZUGE DESSEN HAT SICH FÜR DIE BERICHTERSTATTUNG ZU ANGEFALLENEN ABFALL DIE NUMMERIERUNG VON 306-2 ZU 306-3 GEÄNDERT.

Bereiche	DNK-Kriterien	GRI SRS Indikatoren
STRATEGIE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategische Analyse und Maßnahmen</li> <li>2. Wesentlichkeit</li> <li>3. Ziele</li> <li>4. Tiefe der Wertschöpfungskette</li> </ol>	
PROZESS-MANAGEMENT	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Verantwortung</li> <li>6. Regeln und Prozesse</li> <li>7. Kontrolle</li> </ol>	GRI SRS 102-16
	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Anreizsysteme</li> </ol>	GRI SRS 102-35 GRI SRS 102-38
	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Beteiligung von Anspruchsgruppen</li> </ol>	GRI SRS 102-44
	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Innovations- und Produktmanagement</li> </ol>	G4-FS11

## ÜBERSICHT DER GRI-INDIKATOREN IN DER DNK-ERKLÄRUNG

Bereiche	DNK-Kriterien	GRI SRS Indikatoren
UMWELT	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen 12. Ressourcenmanagement	GRI SRS 301-1 GRI SRS 302-1 GRI SRS 302-4 GRI SRS 303-3 (2018) GRI SRS 306-3 (2020)*
	13. Klimarelevante Emissionen	GRI SRS 305-1 GRI SRS 305-2 GRI SRS 305-3 GRI SRS 305-5
GESELLSCHAFT	14. Arbeitnehmerrechte 15. Chancengerechtigkeit 16. Qualifizierung	GRI SRS 403-4 (2018) GRI SRS 403-9 (2018) GRI SRS 403-10 (2018) GRI SRS 404-1 GRI SRS 405-1 GRI SRS 406-1
	17. Menschenrechte	GRI SRS 412-3 GRI SRS 412-1 GRI SRS 414-1 GRI SRS 414-2
	18. Gemeinwesen	GRI SRS 201-1
	19. Politische Einflussnahme	GRI SRS 415-1
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GRI SRS 205-1 GRI SRS 205-3 GRI SRS 419-1



YOMOMO®

Kommunikation und Design

Kunibertstraße 5

45657 Recklinghausen

T +49 2361 90617-17

F +49 2361 90617-20

[a.abbenhaus@yomomo.de](mailto:a.abbenhaus@yomomo.de)