



## Nachhaltigkeitsbericht - Stand 12/2014

**Drei Elemente GmbH**  
**Lothringer Str. 36**  
**44805 Bochum**

### **1. Organisationsführung**

- 1.1 Allgemeines Betriebsklima
- 1.2 Nachhaltigkeit
- 1.3 Einbeziehung der Gemeinschaft in Entscheidungen
- 1.4 Entwicklung einer Arbeitgebermarke
- 1.5 Ahndung von korruptem Verhalten
- 1.6 Sozialer Dialog mit der Belegschaft
- 1.7 Faire Entlohnung
- 1.8 Förderung von Frauen in Führungspositionen
- 1.9 Chancengleichheit für Menschen mit Hemmnissen

### **2. Arbeitsplatz**

- 2.1 Menschenrechte am Arbeitsplatz
- 2.2 Gesundheitsförderung
- 2.3 Verhinderung von Zugangsbeschränkungen zu Bildung
- 2.4 Kompetenzentwicklung der Mitarbeitenden
- 2.5 Flexibilität am Arbeitsplatz
- 2.6 Auswirkungen der Einführung von neuen Technologien

### **3. Umwelt**

- 3.1 Nachhaltige Nutzung und Verwertung von Ressourcen
- 3.2 Vermeidung von Umweltbelastungen und Emissionen
- 3.3 Schutz der Artenvielfalt und der natürlichen Lebensräume
- 3.4 Entwicklung und Förderung umweltverträglicher Technologien

### **4. Markt**

- 4.1 Faire Wettbewerbspraktiken und Vertragsgestaltung
- 4.2 Achtung der Eigentumsrechte anderer
- 4.3 Gesellschaftliche Verantwortung in der Wertschöpfungskette
- 4.4 Transparenz und Rechenschaft gegenüber Anspruchsgruppen

### **5. Konsumenten Anliegen**

- 5.1 Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten
- 5.2 Verbraucherbildung und Sensibilisierung
- 5.3 Nachhaltiger Konsum
- 5.4 Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren
- 5.5 Datenschutz

### **6. Gemeinwesen**

- 6.1 Schaffung von Wohlstand und Einkommen
- 6.2 Verantwortungsbewusste politische Mitwirkung
- 6.3 Teilnahme an lokalen oder regionalen Strukturen und Prozessen
- 6.4 Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitenden für politische Themen
- 6.5 Ehrenamtliches Engagement und gemeinnützige Arbeit von Mitarbeitern
- 6.6 Betriebspraktika, Diplomarbeiten, Ausbildungsplätze
- 6.7 Förderung von Bildung, Kultur und Sport
- 6.8 Unterstützung bedürftiger, unterrepräsentierter oder diskriminierter Gruppen



## **1. Organisationsführung:**

### **1.1 Allgemeines Betriebsklima**

Die verantwortliche Führungsebene des Unternehmens schafft und fördert eine Kultur, in der die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung gelebt werden. Es schafft ein System monetärer und nicht-monetärer Anreize für alle Mitarbeiter, das auf die Förderung gesellschaftlicher Verantwortung, Schonung von Ressourcen sowie Teilnahme an Entwicklungsprozessen abzielt. Diese Anreize werden durch eine campusartige Strukturierung des Unternehmens und einen Abbau von Hierarchien erarbeitet.

### **1.2 Nachhaltigkeit**

Das Unternehmen gestaltet seine Entscheidungsprozesse so, dass der Grundgedanke der Nachhaltigkeit integraler Bestandteil der Unternehmensführung wird. Es überprüft regelmäßig seine Aktivitäten auf positive sowie negative Auswirkungen und erstattet in geeigneter Form nach innen sowie nach außen Bericht.

Durch die Verpflichtung, den zehn Prinzipien des UN Global Compact nachzugehen, sowie der Überprüfung des CSR Ratings durch ecovadis, sieht sich das Unternehmen in der Mission, Nachhaltigkeit in Ökologie und Ökonomie in allen Ebenen zu leben.

### **1.3 Einbeziehung der Gemeinschaft in Entscheidungen**

Das Unternehmen bezieht alle relevanten Anspruchsgruppen in seine Entscheidungsprozesse ein und berücksichtigt auch Interessen derer, die an einem solchen Entscheidungsfindungsprozess nicht teilnehmen können. Es verhält sich bewusst fair gegenüber Interessenvertretern in seinem Einflussbereich und kommuniziert seine Entscheidungen oder deren Folgen transparent und vollständig.

Zur Förderung des Entscheidungsfindungsprozesses entwickelte das Unternehmen bis 2014 Prozesse zur internen gemeinschaftlichen Entscheidungen in Form eines Social Intranets.

### **1.4 Entwicklung einer Arbeitgebermarke**

Das Unternehmen entwickelt eine kohärente Strategie, die durch seine Maßnahmen und Verpflichtungen ein positives Unternehmerbild formen und so zur Wahrnehmung des Unternehmens in weiten Kreisen seines Einflussbereiches beitragen. Dadurch fördert das Unternehmen mit seinem guten Beispiel Nachahmungseffekte in der Wirtschaft und trägt somit zu Entwicklung des Arbeitsmarktes insgesamt bei.

Insbesondere werden dabei Methoden aus dem Bereich Gamification angewandt, um die junge Mitarbeiterstruktur nach demographischen Faktoren der Zielgruppe optimal anzusprechen.

### **1.5 Ahndung von korruptem Verhalten**

Das Unternehmen setzt sich gegen Korruption in allen ihren Formen ein, ob im Inland oder im Ausland. Es schult seine Mitarbeiter diesbezüglich und ahndet derartige Vorfälle in seinem Einflussbereich. Das Unternehmen setzt sich aktiv für die Korruptionsbekämpfung in seiner gesamten Wertschöpfungskette ein und unterstützt entsprechende Initiativen.

Wir fordern einen fairen Umgang bei Agentur-Pitches und einen fairen Umgang bei nationalen und internationalen Wettbewerben (Kreativ-Awards), verweigern und verurteilen die Teilnahme bei etwaigen Angeboten strikt.

### **1.6 Sozialer Dialog mit der Belegschaft**

Das Unternehmen schafft Voraussetzungen für die interne Kommunikation der Führungsebenen mit den Mitarbeitenden und führt einen offenen und transparenten Dialog mit ihren Interessenvertretern. Es führt regelmäßig Mitarbeitergespräche und aktiviert die Belegschaft zur Teilnahme an Unternehmensentscheidungen. Das Unternehmen achtet die entsprechende



Gesetzgebung und bezieht auch darüber hinaus soziale Aspekte in die Entscheidungsfindung ein. Zur Unterstützung dieses Projekts wurde bis 2014 ein Social Intranet installiert um die Kommunikation ab jeder Hierarchie zu ermöglichen.

### **1.7 Faire Entlohnung**

Das Unternehmen handelt die Gehälter, Sonderzahlungen oder andere Werte, die es gegen die Arbeitsleistung seiner Angestellten eintauscht in fairer und transparenter Weise aus. Es nutzt seine Machstellung nicht dazu aus, die Mitarbeiter in irgendeiner Art zu benachteiligen und schafft interne Voraussetzungen für eine geeignete Form der organisierten Interessenvertretung der Belegschaft. Deshalb zahlen wir Gehälter übertariflich, somit über der Empfehlung des AGD (Allianz deutscher Designer).

### **1.8 Förderung von Frauen in Führungspositionen**

Das Unternehmen ist sich seiner gesellschaftlichen Rolle bewusst und handelt beispielgebend im Bereich der Gleichstellung sowie Gleichbehandlung von Männern und Frauen. Insbesondere fördert es die ausgewogene Verteilung der Geschlechter in der Führungsebene. Es fördert die Weiterqualifizierung von Frauen und ermöglicht ihnen Arbeitszeitmodelle, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen.

### **1.9 Chancengleichheit für Menschen mit Hemmnissen**

Das Unternehmen setzt sich für Menschen mit Hemmnissen ein, bietet ihnen Beschäftigungsmöglichkeiten im Unternehmen an und sorgt für ihre Chancengleichheit am Arbeitsplatz. Es räumt ihnen gleiche Rechte ein, wie Mitarbeitenden ohne solche Hemmnisse, und fördert ihre weitere Entwicklung.

## **2. Arbeitsplatz**

### **2.1 Menschenrechte am Arbeitsplatz**

Das Unternehmen setzt sich für die allgemeinen Menschenrechte seiner Mitarbeiter ein und achtet entsprechende nationale und internationale Normen. Es unterlässt Handlungen, die geeignet sind, die Menschenwürde zu verletzen und greift nicht in die Privatsphäre der Angestellten ein.

### **2.2 Gesundheitsförderung**

Das Unternehmen fördert die Gesundheitsvorsorge der Mitarbeitenden, schafft im Dialog mit Belegschaftsvertretern geeignete Angebote zur Bewusstseinsförderung im Bereich gesunde Ernährung und aktive Lebensführung. Es entwickelt Techniken, Technologien und Prozesse, die körperliche, geistige sowie seelische Belastungen der Mitarbeiter minimieren und ihren Einsatz im Unternehmen so lange wie möglich erlauben.

Das Unternehmen fördert und finanziert gesundheitliche Förderung im Rahmen eines Zusatzangebots für Mitarbeiter.

### **2.3 Verhinderung von Zugangsbeschränkungen zu Bildung**

Das Unternehmen setzt sich aktiv für die Weiterbildung seiner Angestellten ein und ermöglicht ihnen durch flexible Arbeitszeiten, Freistellung oder andere geeignete Maßnahmen die Teilnahme an solchen Angeboten. Es schafft die Voraussetzungen für deren Entwicklung und Aufstieg durch



Bildung und Weiterqualifizierung. Das Unternehmen finanziert Bildungsmaterial wie Bücher, Videomaterial und Lehrkräfte.

#### **2.4 Kompetenzentwicklung der Mitarbeitenden**

Das Unternehmen wirkt an der Kompetenzentwicklung seiner Angestellten mit und unterstützt sie bei der Weiterbildung. Durch geeignete Maßnahmen entwickelt das Unternehmen das Potential seiner Mitarbeitenden, fördert ihren beruflichen Aufstieg und setzt ihre Kompetenzen zur Qualitätssteigerung seiner Produkte und Dienstleistungen ein. Dafür zieht das Unternehmen nach Möglichkeit auch das Erfahrungswissen der älteren Mitarbeitenden hinzu und fördert ihre Einsatzmöglichkeiten innerhalb des Arbeitsprozesses.

#### **2.5 Flexibilität am Arbeitsplatz**

Das Unternehmen gestaltet Arbeitsprozesse so, dass eine bestmögliche Flexibilität erreicht wird. Durch geeignete Maßnahmen wird sichergestellt, dass Mitarbeitende ihre Arbeitszeiten im Rahmen betrieblicher Gegebenheiten variabel gestalten können und ihren individuellen Bedürfnissen Rechnung getragen wird. Insbesondere werden Fragen der Kinderbetreuung oder Angehörigenpflege berücksichtigt und im fairen Dialog mit den einzelnen Angestellten Lösungswege abgesprochen. Das Unternehmen fördert aktiv die Tätigkeit junger Mütter zur Unterstützung der monetären Situation im Rahmen der Erziehung. Weiter schafft das Unternehmen Möglichkeiten, zur zeitweisen Betreuung der Kinder von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durch die zur Verfügung Stellung einer Fachkraft und den notwendigen agenturinternen Räumlichkeiten.

#### **2.6 Auswirkungen der Einführung von neuen Technologien**

Das Unternehmen untersucht vor der Einführung neuer Technologien oder Arbeitsabläufe deren Auswirkungen auf die Mitarbeitenden und ihre weitere Beschäftigungsfähigkeit innerhalb des Unternehmens. Es kommuniziert frühzeitig, offen und transparent zukünftige Veränderungen und setzt sich für sozial verträgliche Lösungen ein.

### **3. Umwelt**

#### **3.1 Nachhaltige Nutzung und Verwertung von Ressourcen**

Das Unternehmen achtet auf schonenden und nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen, die es nutzt oder die durch andere genutzt werden, um Rohstoffe und Produkte herzustellen, die das Unternehmen in seiner Wertschöpfung einsetzt. Es erfüllt diesbezüglich national und international vereinbarte Richtlinien und unternimmt geeignete Maßnahmen zur Durchsetzung dieser Standards in seinem Einwirkungsbereich.

Auf Grundlage der drei Grundpfeiler der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und soziale Verantwortung, achten wir insbesondere auf:

- papierloses Büro, Software Revolver
- kurze Transportwege
- kontrollierte effiziente Prozesse
- Unterstützung von ökologischen Produkten

#### **3.2 Vermeidung von Umweltbelastungen und Emissionen**

Das Unternehmen vermeidet nach seinen derzeitigen Möglichkeiten Umweltbelastungen und setzt sich aktiv für deren weitere Reduzierung ein. Hierzu gehören Emissionen aller Art, die nicht



natürlichen Ursprung haben – Stoffe, Strahlung, Schall und andere. Insbesondere in der Wahl der Zulieferer (Produzenten, Druckereien), werden Betriebe mit einem CSR Rating bevorzugt. Ab 2016 werden Zulieferer ohne ein CSR Rating, bzw. einem Nachhaltigkeitsbericht nicht mehr beauftragt. Das Unternehmen beauftragt nach Möglichkeit bei Versand und Einkauf das Unternehmen DHL. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind angehalten Bestellungen zu bündeln.

### **3.3 Schutz der Artenvielfalt und der natürlichen Lebensräume**

Soweit das Unternehmen in seiner Wertschöpfungskette einen direkten oder indirekten Bezug zur Ausbeutung natürlicher Ressourcen hat, fördert es deren nachhaltige Nutzung.

### **3.4 Entwicklung und Förderung umweltverträglicher Technologien**

Das Unternehmen wirkt an der Entwicklung neuer Techniken, Technologien und Stoffe mit, die geeignet sind, Umweltbelastungen zu senken und die Ausbeutung endlicher Ressourcen zu minimieren. Es stellt dafür Mittel, Knowhow oder Personal bereit oder unterstützt Aktivitäten anderer Akteure, die sich in diesem Bereich engagieren, insbesondere Zulieferer werden in die Pflicht genommen, nachhaltig zu agieren.

Drei Elemente trägt sein Engagement intensiv in die Kundenbeziehungen und wird für eben dieses Engagement geschätzt und besonders für Themen der Nachhaltigkeit gebucht. So begleitet das Unternehmen z.B. den gesamten Bereich „Nachhaltigkeit“ für den Kunden Bayer CropScience.

## **4. Markt**

### **4.1 Faire Wettbewerbspraktiken und Vertragsgestaltung**

Das Unternehmen behandelt seine Mitbewerber fair, vermeidet wettbewerbsverzerrende Absprachen und nutzt seine Markstellung nicht zur Diskriminierung anderer Unternehmen ein. Es handelt auf dem Markt kooperativ und überzeugt durch seine Qualität, Kompetenzen und Engagement. Bei der Vertragsgestaltung hält es sich an Prinzipien wie Transparenz und Ausgewogenheit und erlaubt allen Akteuren an der nachhaltigen Marktentwicklung mitzuwirken.

### **4.2 Achtung der Eigentumsrechte Anderer**

Das Unternehmen achtet die Eigentumsrechte anderer Marktteilnehmer, insbesondere die Rechte am geistigen Eigentum, und schränkt diese nicht in unverhältnismäßiger Weise ein. Bei der Klärung von Eigentumsverhältnissen, die keine eindeutige Rechtsgrundlage aufweisen werden im Streitfall auch ethische Gesichtspunkte in die Betrachtung einbezogen und Möglichkeiten kooperativer Lösungen geprüft.

### **4.3 Gesellschaftliche Verantwortung in der Wertschöpfungskette**

Das Unternehmen setzt sich in seiner gesamten Wertschöpfungskette, soweit es die Möglichkeiten der Einflussnahme erlauben, aktiv für die Einhaltung gesetzlicher sowie ethischer Normen ein. Es übernimmt Verantwortung für alle Produktionsschritte, unabhängig ob unternehmensintern oder extern, und engagiert sich innerhalb seines Einflussbereiches für die Vermeidung von negativen Auswirkungen auf Menschen oder Umwelt.

### **4.4 Transparenz und Rechenschaft gegenüber Anspruchsgruppen**

Das Unternehmen handelt entsprechend seinen Grundsätzen so, dass die Auswirkungen seiner Tätigkeit jederzeit einer rechtlichen und ethischen Überprüfung standhalten können. Es bezieht alle seine Anspruchsgruppen in seine Kommunikationsstrategie ein und legt Rechenschaft über bereits Erreichtes genauso ab, wie über geplante Vorhaben oder Rückschläge. Das Unternehmen tritt aktiv für die Minimierung seiner negativen Auswirkungen ein.



## **5. Konsumenten Anliegen**

### **5.1 Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten**

Das Unternehmen gestaltet seine Produkte und Dienstleistungen so, dass diese sicher, umweltverträglich und in ihrer Wirkung auf den Menschen gesundheitlich und in anderen Aspekten unbedenklich sind. Es informiert die Konsumenten in geeigneter Weise über mögliche Gefahren, insbesondere für Kinder, und engagiert sich aktiv für deren zukünftige Minimierung.

### **5.2 Verbraucherbildung und Sensibilisierung**

Das Unternehmen setzt die Verbraucher mit geeigneten Mitteln über seine Produkte in Kenntnis, weist auf mögliche negative Wirkungen hin und gibt Informationen heraus, wie diese verhindert werden können. Es informiert auch über den Ressourceneinsatz bei der Produktherstellung, Herstellungsmethoden, Arbeitsbedingungen und Einhaltung von einschlägigen Rechtsvorschriften. Es setzt sich als Ziel, seine Produkte oder Leistungen entsprechend zu entwickeln sowie die Rechte der Verbraucher zu stärken. Das Unternehmen hilft somit zur Marktentwicklung insgesamt beizutragen.

### **5.3 Nachhaltiger Konsum**

Das Unternehmen setzt sich für nachhaltigen Konsum ein und vermeidet Eigenschaften von seinen Produkten oder Dienstleistungen, die Dauer oder Umfang der Nutzung einschränken. Es entwickelt seine Angebote so, dass sie qualitativ und quantitativ den Unternehmensversprechen sowie den Erwartungen der Kunden adäquat sind. Das Unternehmen informiert über den Wert seiner Produkte und Dienstleistungen sowie der dafür eingesetzten Ressourcen, um durch Bewusstseinsbildung übermäßigen Konsum zu minimieren.

### **5.4 Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren**

Das Unternehmen geht aktiv auf seine Geschäftspartner, Zulieferer oder Kunden zu und tritt mit allen Parteien in einen transparenten und fairen Dialog. Es gestaltet seine Organisation so, dass Beschwerden und Fehlentwicklungen in weitere Entscheidungsprozesse einfließen können und Verbesserungen offen kommuniziert werden. Es bietet seinen Anspruchsgruppen die Möglichkeit in einem informellen Schlichtungsverfahren die gegenseitigen Ansprüche auszugleichen.

### **5.5 Datenschutz**

Das Unternehmen trifft geeignete Maßnahmen, um die ihm von Dritten zur Verarbeitung gestellten Daten zu schützen. Es vermeidet den Missbrauch dieser Daten und informiert die Dateninhaber rechtzeitig und in geeigneter Form über Änderungen in den Datenschutzbestimmungen. Möglichkeiten der Datennutzung und -Verarbeitung, die nicht explizit durch eine nationale oder internationale Rechtsnorm abgedeckt sind, werden durch das Unternehmen auch einer ethischen Betrachtung unterzogen. Insbesondere in den neuen Medien hat sich das Unternehmen zum Lehrauftrag verpflichtet und informiert andere Unternehmen über die Risiken und Chancen im Datenschutz / Datenhandling.



## **6. Gemeinwesen**

### **6.1 Schaffung von Wohlstand und Einkommen**

Das Unternehmen wirkt im Rahmen seiner Möglichkeiten in seinem Einwirkungsgebiet auf eine ausgewogene Wohlstandsverteilung hin. Mit seinem wirtschaftlichen Engagement schafft das Unternehmen materielle Werte, die möglichst vielen Menschen zugutekommen sollen.

### **6.2 Verantwortungsbewusste politische Mitwirkung**

Das Unternehmen macht sich seine Rolle in der politischen Landschaft seines Einzugs- und Einwirkungsgebietes bewusst und ermutigt Führungskräfte sowie Angestellte sich mit dieser Frage auseinanderzusetzen. Es beteiligt sich in produktiver Weise am Bürgerdialog und setzt seine Kompetenzen und Einflussmöglichkeiten verantwortungsvoll ein. Es setzt sich für die Erhaltung und Entwicklung der freiheitlich-demokratischen Grundordnung ein.

### **6.3 Teilnahme an lokalen oder regionalen Strukturen und Prozessen**

Das Unternehmen ist Teil von politischen und zivilgesellschaftlichen Strukturen seines Einflussbereiches und Engagiert sich aktiv in Initiativen, Verbänden, Kammern, Innungen oder sonstigen zivilgesellschaftlichen Organisationen. Es fördert aktiv Strukturen, die sich für Allgemeingüter einsetzen. Drei Elemente ist aktives Mitglied im Rotary Club, dem Bundesverband mittelständischer Wirtschaft, sowie den Verbänden Allianz Deutscher Designer und Art Directors Club.

### **6.4 Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitenden für politische Themen**

Das Unternehmen fördert die politische Bildung sowie die wirtschaftlichen Kompetenzen der Angestellten. Diese werden ermutigt, sich mit gesellschaftlichen Fragestellungen zu beschäftigen. Das Unternehmen fördert die dafür notwendigen Weiterbildungsmaßnahmen der Mitarbeitenden und der Führungskräfte.

### **6.5 Ehrenamtliches Engagement und gemeinnützige Arbeit von Mitarbeitern**

Das Unternehmen ermöglicht und fördert aktiv das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeitenden, stellt dafür zeitliche und materielle Ressourcen zur Verfügung und unterstützt sie bei organisatorischen Herausforderungen. Aktiv unterstützt das Unternehmen das Projekt Kinderlachen e.V. in Dortmund mit Arbeitskraft und Material. Die Organisation PLAN wird durch eine Patenschaft von zwei Kindern unterstützt.

### **6.6 Betriebspraktika, Diplomarbeiten, Ausbildungsplätze**

Das Unternehmen fördert aktiv die Bildungsarbeit in seinem Einflussbereich und interagiert mit entsprechenden staatlichen oder privaten Einrichtungen. Es ermöglicht je nach Unternehmensprofil Praktika, Diplomarbeiten oder Forschungsaktivitäten und stellt die dafür notwendigen Ressourcen zur Verfügung. Das Unternehmen bietet Ausbildungsmöglichkeiten an und fördert die Erlangung von anerkannten Abschlüssen.

### **6.7 Förderung von Bildung, Kultur und Sport**

Das Unternehmen beteiligt sich an der Schaffung, Entwicklung und Erhaltung von Einrichtungen und Initiativen, die sich der Förderung von Kultur, Bildung oder Sport verschrieben haben. Es fördert in geeigneter Weise deren Aktivitäten und setzt dafür seine Kompetenzen ein. Aktiv unterstützen wir die Medienakademie WAM und stellen Referenten für die IHK. Weiter bietet das Unternehmen jeder Mitarbeiterin, jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, in Kooperation mit der Mayerschen Buchhandlung, alle zur persönlichen und beruflichen Bildung



notwendige Literatur, kostenfrei zu beziehen. Jede Abteilung des Unternehmens verfügt über eine unlimitierte Einkaufsberechtigung / Einkaufskarte.

#### **6.8 Unterstützung bedürftiger, unterrepräsentierter oder diskriminierter Gruppen**

Das Unternehmen setzt sich aktiv für Bedürftige ein. Es handelt so, dass Diskriminierung innerhalb wie außerhalb vom Unternehmen geahndet wird. Es ermöglicht Randgruppen die Integration und fördert deren Anerkennung im Unternehmen sowie in der Gesamtgesellschaft. Insbesondere das Cybermobbing wird durch das Unternehmen aktiv bekämpft und im Lehrauftrag darüber aufgeklärt.