



CASTENOW KARMA

2020/2021

**NACHHALTIGKEIT IM
EMPLOYER-BRANDING**

INHALT

Vorwort	3
Unser Nachhaltigkeitsteam	4
1. Schritt für Schritt in Richtung Nachhaltigkeit	6
1.1 Unser Weg bisher	6
1.2 Employer-Branding der Zukunft	9
2. Mit Menschen – für Menschen	16
2.1 Sinnstiftend für Marken – und für uns	17
2.2 Inspiration für Kundschaft und starke Partner*innen	19
2.3 Einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen	20
3. Gemeinsam die Klimaziele erreichen	21
3.1 Umweltschonende Ressourcennutzung	21
3.2 Unsere CO ₂ - Bilanz	23
Kriterientabelle nach DNK-Standard	24
Impressum	25

LIEBE PARTNER*INNEN, LIEBES TEAM,

der fortschreitende Klimawandel und nicht zuletzt die Corona-Pandemie sind Themen, die uns tagtäglich beschäftigen und jede und jeden von uns betreffen. Daher wollen wir, die CASTENOW GmbH, nun etwas zurückgeben: geballtes Engagement für Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Agenturalltag – festgehalten in unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2020/2021.

UNSERE VERANTWORTUNG FÜR GESELLSCHAFT UND UMWELT

Damit die Zukunft für heutige und künftige Generationen lebenswert bleibt, müssen wir bereits jetzt umdenken und konsequent handeln. Wir sind überzeugt, dass jede und jeder Einzelne von uns nicht nur die Möglichkeit, sondern vielmehr die Verpflichtung hat, unseren Planeten zu schützen und damit auch den Menschen zu achten.

Nachhaltigkeit sehen wir als partizipative Grassroot-Bewegung. Die Basis für Veränderung sind wir und unsere täglichen Entscheidungen. Als führende Employer-Branding Agentur wollen wir daher aktiv nachhaltige Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben und damit wahren Impact erzielen. Unser Fokus liegt dabei auf den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 (Sustainable Development Goals [SDGs]) dienen uns als Rahmenwerk.

CASTENOW KARMA: EMPLOYER-BRANDING DER ZUKUNFT

Auch im Employer-Branding spielt Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle: Wo und wie Mitarbeitende heute und in Zukunft arbeiten wollen, hängt von der Haltung und dem Handeln von Arbeitgeber*innen ab. Damit ist Nachhaltigkeit die neue Währung auf dem Markt und beeinflusst nicht nur unsere Art zu kommunizieren und zu beraten – sondern auch das Bild, mit dem wir selbst in die Öffentlichkeit treten.

Mit unserem neuen Projekt CASTENOW Karma verfolgen wir das Ziel, (Arbeitgeber-)Marken fit für eine Zukunft zu machen, die Verantwortung einfordert. Mit kleinen, aber auch großen Taten wollen wir den Unterschied machen –

und den Weg in eine nachhaltigere Welt ebnen. Wie wir unser Vorhaben umsetzen? Das erzählen wir euch hier. Und natürlich freuen wir uns auf den Dialog mit euch!

WIE ALLES BEGANN

Doch zunächst ein kurzer Blick zurück. Unsere Reise begann im Herbst 2020. Wir wussten: Auch wenn wir Nachhaltigkeit groß denken, zählen doch die kleinen Schritte. Eine Abkürzung gibt es nicht. Zunächst fand unser Team Antworten auf die Frage: Was trägt zur ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit unserer Agentur bei? So öffneten wir unsere Perspektive für Verbesserungsmöglichkeiten und setzten sie sukzessive um. Davon profitieren nicht nur Kund- und Belegschaft – die Effekte reichen noch weit darüber hinaus und sind so wertvoll, dass wir sie teilen wollen.

Dieser erste Nachhaltigkeitsbericht dient dazu, unseren Transformationsprozess sichtbar zu machen. Hier erzählen wir, wie wir unser Herzensprojekt angehen und das Ziel einer lebenswerten Zukunft erreichen. Letzteres funktioniert am besten gemeinsam. Daher wollen wir andere für unseren Weg begeistern und mitnehmen.

KOMMT MIT AUF UNSERE REISE IN RICHTUNG NACHHALTIGKEIT

Im Folgenden erfahrt ihr mehr über unsere bisherigen Aktivitäten und erhaltet einen Ausblick auf zukünftige Pläne. Dieser Bericht bildet nur den Startschuss für mehr Transparenz. In Zukunft könnt ihr unsere Reise in Richtung Nachhaltigkeit für Umwelt, Soziales und Wirtschaft noch intensiver verfolgen. Freut euch auf neue Formate und interessanten Input über unsere Kanäle!

Natürlich stehen wir noch am Anfang eines abenteuerlichen Weges. Doch wir freuen uns auf die Herausforderung und das Ziel, eine der nachhaltigsten Agenturen Deutschlands zu werden. Mit dieser Transformation möchten wir, CASTENOW, Menschen und Marken inspirieren. Seid auch ihr dabei!

Eure

Sabine Castenow, Dieter Castenow, Jörg Wolf

UNSER NACHHALTIGKEITSTEAM

WIR HABEN GROSSES VOR

Wir sind das CASTENOW Nachhaltigkeits-Team – und damit ganz nah dran an den Themen, die einen verantwortungsvolleren Umgang mit der Welt von morgen und übermorgen erlauben. Bei unserem Einsatz ist klar: Wir denken nicht in abstrakten Theorien, sondern in realen Bedürfnissen – denen unserer Mitarbeitenden, denen unserer Kundschaft und denen all der Menschen da draußen. Dieser Nachhaltigkeitsbericht steckt voller Lösungen und Insights, wie wir die Welt heute schon für morgen ausrüsten und für die Zukunft aufstellen können.

CASTENOW KARMA

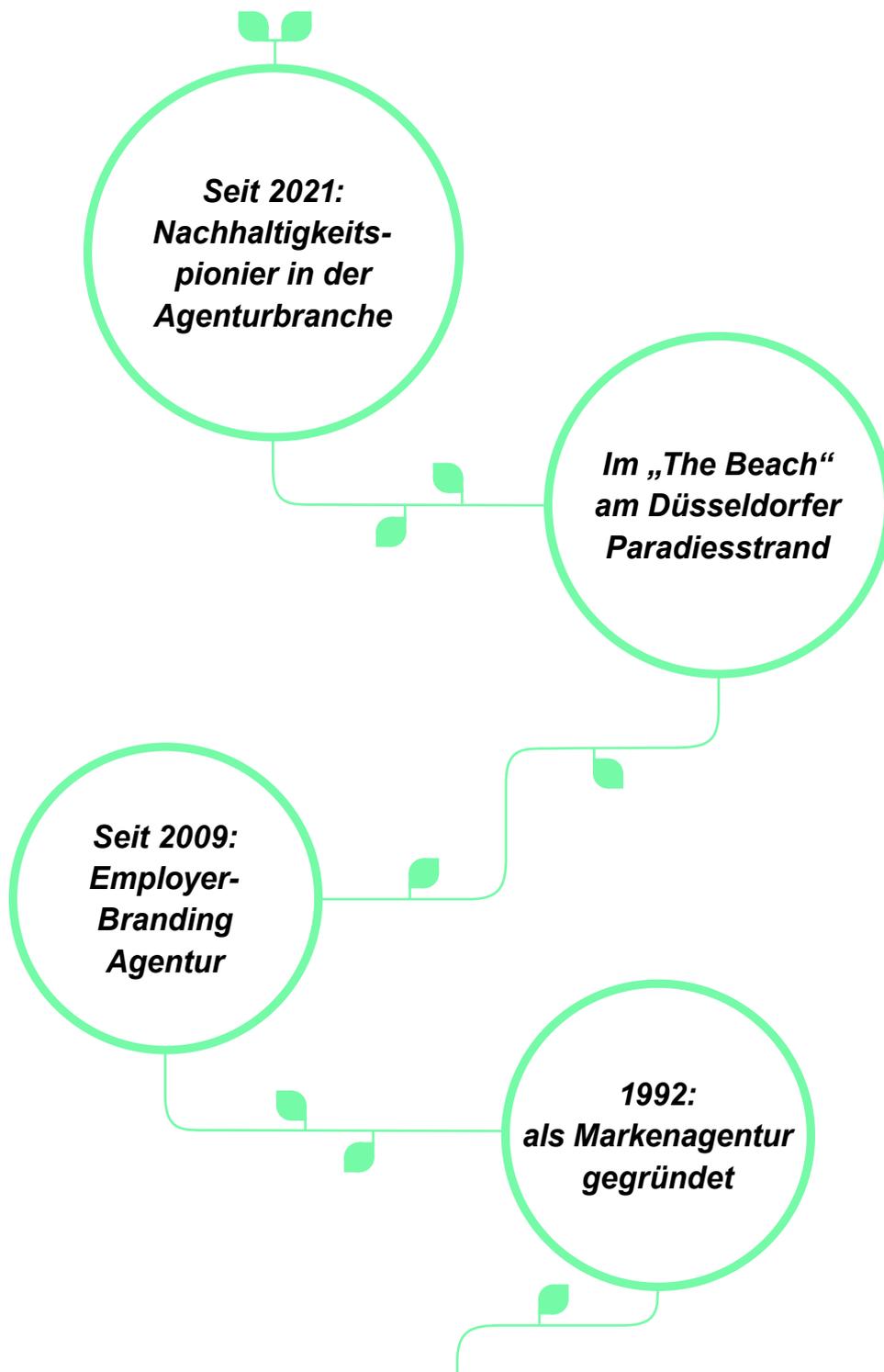


**„ALS GANZHEITLICH
DENKENDE WESEN
WOLLEN WIR AUCH
IM BERUF UNSEREN
BEITRAG LEISTEN,
DIE WELT EIN WENIG
BESSER ZU MACHEN“**

Sabine Castenow

1. SCHRITT FÜR SCHRITT IN RICHTUNG NACHHALTIGKEIT

1.1 UNSER WEG BISHER



CASTENOW

Kreativ- und Employer-Branding Agentur in Düsseldorf

ZAHLEN & FAKTEN

Geschäftsfelder:

Kommunikationsberatung

Strategische Beratung

Kreativkonzepte

Projektplanung

Konzeption & Gestaltung

Technische Realisierung von

Websites und digitalen Kampagnen

45

Mitarbeitende

100 %

**inhabergeführt
& unabhängig**

Kundschaft aus den Bereichen:

Consumer Brands

Medien

Öffentliche Arbeitgeber

Unternehmensberatung

Spezialisierte Arbeitgeber

Mobilität & Nachhaltigkeit

Pflege & Soziales

Logistik

Geschäftsführer:



Dieter Castenow



Sabine Castenow



Jörg Wolf

**„MIT KLEINEN UND GROSSEN
TATEN WOLLEN WIR GEMEINSAM
DEN UNTERSCHIED MACHEN.“**

Sabine Castenow



1.2 EMPLOYER-BRANDING DER ZUKUNFT

SO SETZEN WIR DEN STRUKTURELLEN WANDEL IN KRAFT

Wie sieht die Arbeitswelt der Zukunft aus? Als eine der führenden Employer-Branding Agenturen setzen wir in Zeiten des Umbruchs unser Gespür für den Wandel ein und entwickeln so vorbildliche Marken und Arbeitgebermarken. Wir analysieren: Wie ticken die Fachkräfte von morgen? Genau diese sollen in ihren Sinnfragen und Zielen abgeholt

werden. Wer gut ausgebildet ist, weiß um die Bedeutung von Klima- und Umweltschutz. Wer die Bilanzen analoger Arbeit kennt, setzt auf Digitalisierung. Wir sind uns sicher: Dieser Change wird alle bestehenden Marketing-Formen, Formate und Themen im Querschnitt verändern. Und Employer-Branding wird ebenfalls davon profitieren.



”

**AUCH
WIR ALS
MITARBEITENDE
MÜSSEN
VERÄNDERUNG
ZULASSEN.**

Verena Emmer,
Account Director

“



EINE CHANCE FÜR WEITERBILDUNG

Wir sind Pionier und Spezialist im Bereich Employer-Branding. Und auch das Thema Nachhaltigkeit soll sich in den kommenden Jahren in die DNA unseres Unternehmens einschreiben. Als Haltungs- und Handlungsprinzip, das messbar Wirkung erzielt. Dabei beziehen wir unser regionales Netzwerk aus Partner*innen, Dienstleister*innen und Kundschaft mit ein.

Als Arbeitgeber prüfen wir unsere Prozesse und Projekte in Sachen Nachhaltigkeit auf Herz und Nieren. Zudem unterstützen wir unsere Kundschaft dabei, sich stetig weiterzuentwickeln und ihre Nachhaltigkeitspositionierung im Employer-Branding zu verankern.

PEOPLE

PLANET

PROFIT



**NACH-
HALTIGKEIT
BRAUCHT
GUTE KOMMUNI-
KATION.**



UNSERE GUIDELINE? DIE 17 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

Um die Nachhaltigkeitsziele innerhalb unserer Branche bestmöglich umzusetzen, haben wir uns in 7 der 17 Bereiche konkret positioniert. Wir sehen uns, als Employer-Branding Agentur, auf diesen Gebieten in großer Verantwortung und schätzen diese Ziele auch als unsere größten Potentialträger ein.

SO GEHEN WIR NACHHALTIGKEIT STATEGISCH AN

Derzeit entwickeln wir die Nachhaltigkeitsstrategie CASTENOW mit konkreten Leitplanken und -zielen. Unser ambitioniertes Ziel: eine rundum nachhaltige Agentur zu werden. Wir wollen ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltig agieren.



WAS WIR MIT DIESEM BERICHT ERREICHEN WOLLEN

- Die Basis für eine Nachhaltigkeitsstrategie schaffen
- Unseren Transformationsprozess dokumentieren
- Unsere Mitarbeitenden, unsere Kundschaft und unsere Partner*innen sensibilisieren
- Unsere Attraktivität als Arbeitgeber steigern

UNSERE LANGFRISTIGEN ZIELE

1. UMWELT

- Ressourcen effizient nutzen
- Optimierung und Reduktion des CO₂-Fußabdrucks unserer Agentur

2. SOZIALES

- Soziales Engagement in der Gesellschaft
- Gesunde Work-Life-Balance für unsere Mitarbeitenden

3. WIRTSCHAFTLICHES

- Investitionen in die Interessen unserer Mitarbeitenden:
Sinn, Sicherheit & Potenzialentwicklung
- Innovationsmanagement: neue Geschäfts- und Entwicklungschancen nutzen

NACHHALTIGKEIT LEBEN – UND TÄGLICH NEU DEFINIEREN



„NACHHALTIGKEIT IST EINE RIESENCHANCE FÜR ARBEITGEBER.“

Jörg Wolf, Sabine Castenow

Junge Menschen erwarten von ihren Arbeitgeber*innen heute konkrete Antworten darauf, ob sie verantwortungsvoll mit unserem Planeten umgehen. Gleichzeitig bietet das Thema die Chance, gemeinsam an Projekten zu arbeiten – so, wie wir es mit unserer Nachhaltigkeitsinitiative machen.

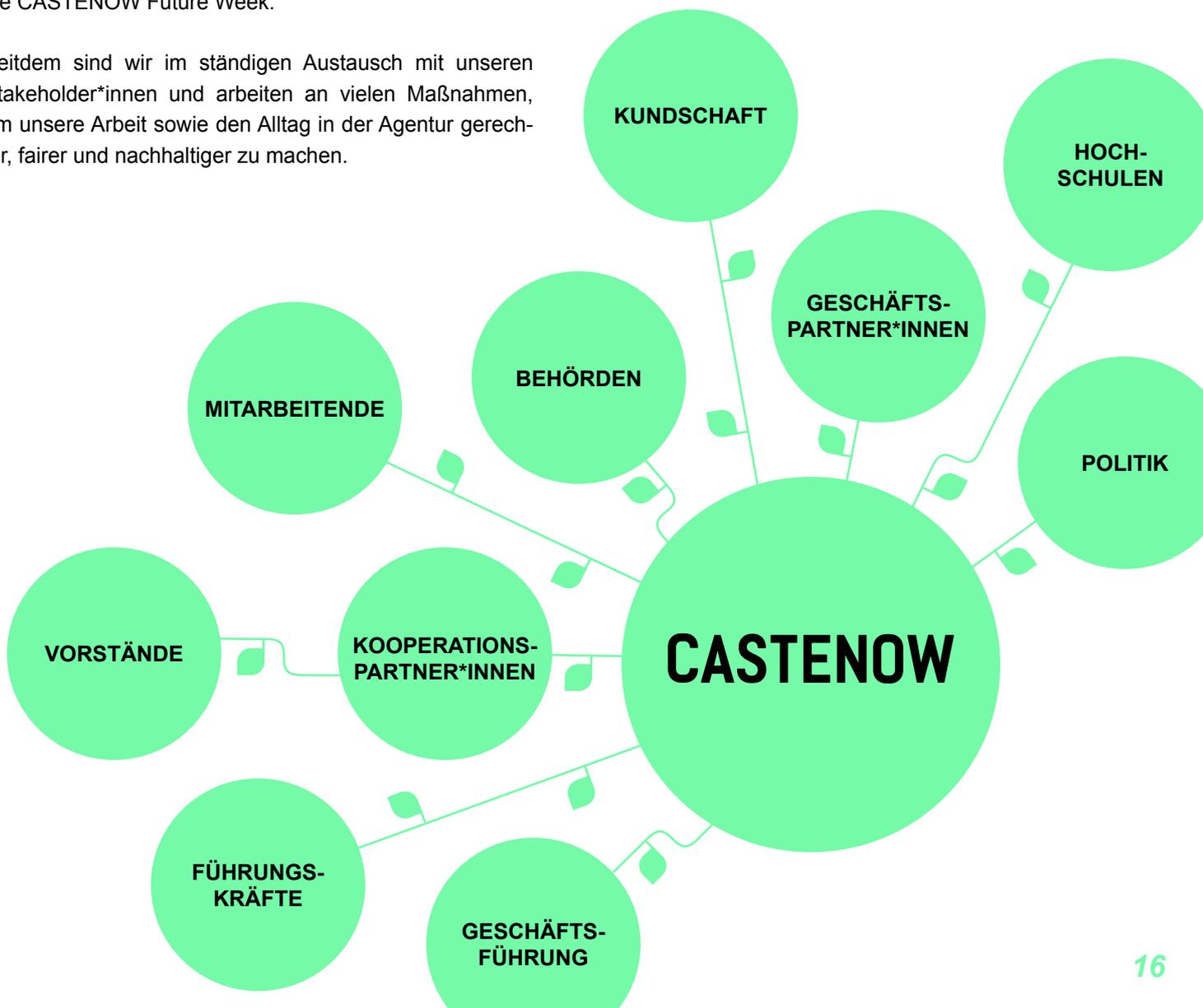
2. MIT MENSCHEN – FÜR MENSCHEN

Menschen sind nicht nur unsere Passion, sondern unsere wichtigste Ressource. Daher ist es nur logisch, sie in das Zentrum unserer Nachhaltigkeitsvorhaben zu stellen – angefangen bei unseren eigenen Mitarbeitenden mit ihren Talenten, Erfahrungen und Werten.

Wir glauben an den Erfolg durch Zusammenarbeit. Und die schließt neben unseren Mitarbeitenden unsere Kundschaft, unsere Partnerschaften und Interessengruppen mit ein. Im intensiven Austausch treiben wir gemeinsam Innovation voran – ehrlich, auf Augenhöhe und mit Wirkung.

In den Jahren 2020 und 2021 setzten wir im Team erste Impulse für eine nachhaltigere Arbeitswelt, indem wir eine Bühne für die Realisierung unserer Veränderung schafften: die CASTENOW Future Week.

Seitdem sind wir im ständigen Austausch mit unseren Stakeholder*innen und arbeiten an vielen Maßnahmen, um unsere Arbeit sowie den Alltag in der Agentur gerechter, fairer und nachhaltiger zu machen.





2.1 SINNSTIFTEND FÜR MARKEN – UND FÜR UNS

Unsere Kreativen und Kommunikationsstrateg*innen erschaffen ganze Markenwelten, um Fachkräfte und Unternehmen zusammenzuführen. Darum wissen sie genau, wie motivierend eine sinnstiftende Aufgabe und ein*e wertschätzende*r Arbeitgeber*in sind. Beides wollen wir, CASTENOW, von ganzem Herzen bieten und sein. Und: Wir wollen wachsen. Für neue Perspektiven, neue Expertisen und neue starke Schultern.

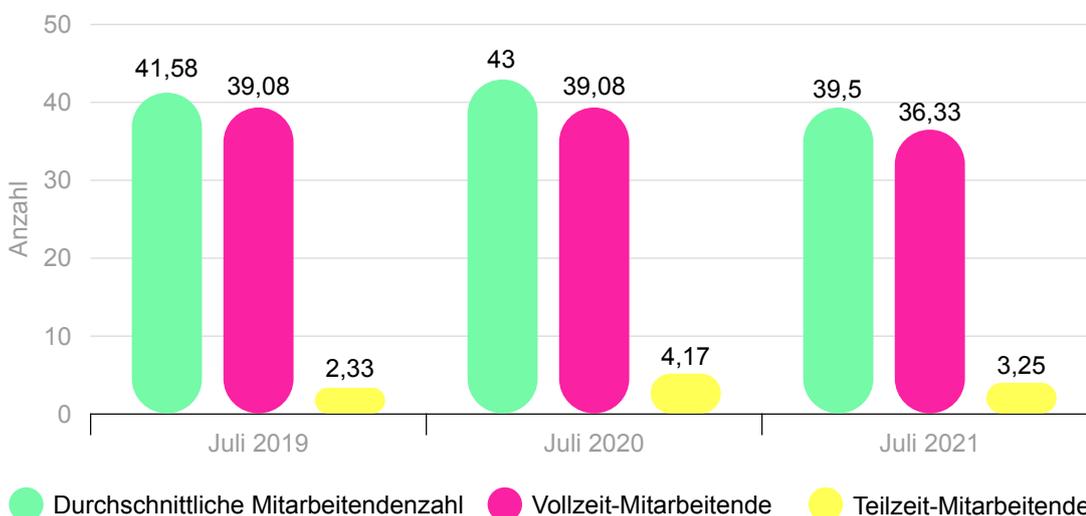
RAUM FÜR GESTALTUNG

Unsere Mitarbeitenden können sich ihre Arbeitswelt selbst gestalten, eigene Ideen einbringen und werden an Entscheidungen beteiligt.

RAUM FÜR WEITERENTWICKLUNG

Wir ermöglichen Weiterbildungen und persönliches Wachstum.

Mitarbeitendenentwicklung CASTENOW



”

**DAVON PROFITIEREN
WIR NICHT NUR AM
ARBEITSPLATZ.**

Alina Rudenko,
Account Manager

“



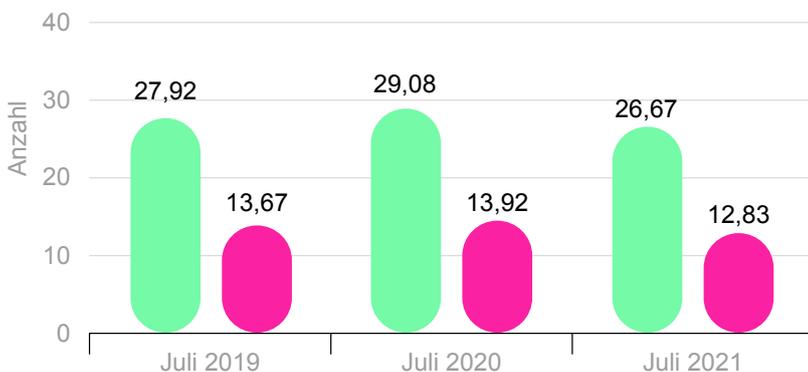
RAUM FÜR LEBEN

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und sorgen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Dazu zählt für uns: eine faire Bezahlung.

RAUM FÜR GLEICHE CHANCEN

Diversity ist eine Bereicherung für unser Team: Wir setzen unsere Mitarbeitenden nach persönlichen Stärken ein – unabhängig von Alter, Geschlecht oder anderen Merkmalen.

Diversity CASTENOW



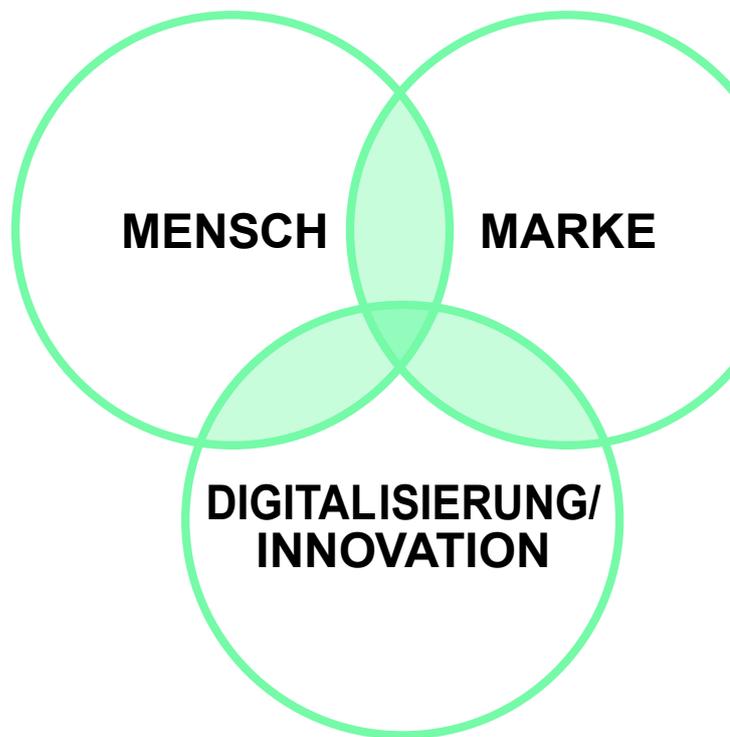
● Durchschnittlicher Frauenanteil ● Durchschnittlicher Männeranteil

2.2 INSPIRATION FÜR KUNDSCHAFT UND PARTNER*INNEN

Unsere Innovationskraft als Kreativagentur hilft uns auch beim Transformationsprozess. Daher gehen wir für die Veränderung in Richtung Nachhaltigkeit gerne als Pionier voraus.

Auch wenn es auf diesem Weg viele unbekannte Variablen gibt: Unsere langjährige Erfahrung, wie kreative Prozesse funktionieren, macht uns den Wandel leichter. Schließlich sind wir immer offen für Neues: So können wir auf Markttrends flexibel und mit neuartigen Lösungen reagieren. Mit unserer Transformation zur ersten Agentur für Nachhaltigkeit möchten wir auch unsere Kund*innen dazu inspirieren, die eigenen Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen. Win-win-Situation: Davon profitieren Mitarbeitende und Marke!

Wir arbeiten stets mit dem Dreiklang aus Marke, Menschen und Digitalisierung/Innovation. Unser kreatives Mindset entfaltet sich über die gesamte Wertschöpfungskette und das Dienstleistungsangebot hinweg. Genau daraus resultieren neuartige, überraschende und erlebbare Kampagnen.



”
**AUCH UNSERE
GESCHÄFTS-
PARTNER*INNEN SOLLTEN
INSPIRIERT WERDEN.**

—
Ralf Lohrum,
Reinzeichnung

“

2.3 EINEN MEHRWERT FÜR DIE GESELLSCHAFT SCHAFFEN

DER MENSCH STEHT BEI UNS IM MITTELPUNKT

Unsere Haltung ist dabei eindeutig und unverrückbar. Ohne eine bewusste politische Einflussnahme machen wir uns stark und zeigen Stimme: Wir setzen uns ein für die Einhaltung und Achtung von Menschenrechten. Kinder- und Zwangsarbeit verurteilen wir aufs Schärfste. Fair Play ist für uns der Schlüssel zu wertschätzenden Geschäftsbeziehungen. Bei unseren Zulieferern und Partnerschaften achten wir auf die Einhaltung der ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen. Für die Zukunft planen wir, eine gemeinsame Guideline zu entwickeln. Denn diese soll für unsere Zusammenarbeit verbindliche Standards setzen.



my school is
almaawiya.

Das gesamte Jahr lang Unterstützung einer Schulklasse im Norden von Kenia auf dem Archipel Lamu.

Hochschule Düsseldorf
University of Applied Sciences

HSD

Seit 2018 sind wir Mitglied im Förderverein (Fachbereich Wirtschaftswissenschaften) der HSD, um Menschen eine gute Ausbildung zu ermöglichen.



NACHWUCHS-FÖRDERUNG

Seit 2020 arbeitet unser Geschäftsführer Jörg Wolf als Ko-Dozent an der HSD und gibt sein Praxiswissen an den Nachwuchs weiter.



Ntchisi Forest

26.100 gepflanzte Bäume seit 2018 für die Wiederaufforstung des Ntchisi Rainforest, Malawi.

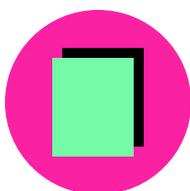
CASTENOW

3. GEMEINSAM DIE KLIMAZIELE ERREICHEN

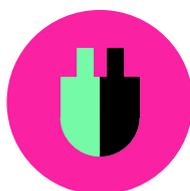
Unser Planet ist in Not – und kann sich nicht selbst schützen. Es ist daher unsere Aufgabe, verantwortungsbewusst mit seinen Ressourcen umzugehen. Um mehr Bewusstsein für diese Lage zu schaffen, haben wir im ersten Schritt unsere Mitarbeitenden und Führungskräfte für ökologisch faires Handeln sensibilisiert. Diese nachhaltige Unternehmenskultur vertreten wir offen nach außen. Auch unsere

Kundschaft und unsere Partnerschaften möchten wir dazu inspirieren, in ihrem Unternehmen genauer hinzusehen.

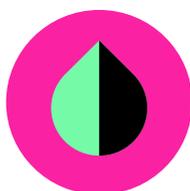
Im Rahmen unserer ersten Corporate-Carbon-Footprint-Ermittlung haben wir jetzt die natürlichen Ressourcen analysiert. Folgende wesentliche Ressourcen werden von uns genutzt:



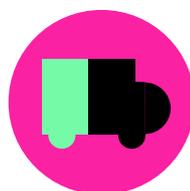
Papier



Energie



Wasser



Verkehr



Abfall

3.1 UMWELTSCHONENDE RESSOURCENNUTZUNG

Für das Geschäftsjahr 2020/2021 haben wir erstmals unseren ökologischen Fußabdruck berechnen lassen. Das hilft uns zu verstehen, wie viele Ressourcen wir verbraucht haben und welche Emissionen entstanden sind.

Die Erstellung der CO₂-Bilanz erfolgte nach dem internationalen Greenhouse Gas Protocol durch UNO INO. Bei der Ermittlung des CO₂-Unternehmensfußabdrucks wurden alle drei Scopes des Corporate Carbon Footprint berücksichtigt:

Scope 1: umfasst die direkte Freisetzung klimaschädlicher Gase im eigenen Unternehmen (z. B. Fuhrpark, Kältemittel).

Scope 2: umfasst die indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase durch Energielieferer (z. B. Strom).

Scope 3: umfasst die indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase in der vor- und nachgelagerten Lieferkette (z. B. Abfall, Papierverbrauch, Pendlerverkehr).

UNSERE BISHERIGEN MASSNAHMEN, UM RESSOURCEN ZU SPAREN

STEP 01

KLIMASCHUTZ

- Leitungswasser-
Aufbereitungssystem
- Unterstützung lokaler Anbieter*innen für Catering oder Versorgung der Mitarbeitenden
- Strom aus erneuerbaren Energien

GREEN IT

- Leasing-Lösung für unsere Hardware
- Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Green IT
- Deutliche Reduzierung der IT-Beschaffung

STEP 02

REDUZIERUNG

Papier- & Toner-Verbrauch

- Zentraler Drucker für alle Mitarbeitenden
- Awareness beim Verbrauch von Papier und Toner
- Innovative digitale Produktideen statt klassische Werbematerialien

STEP 03



3.2 UNSERE CO₂-BILANZ

	Kategorie	t CO ₂ e	%
Scope 1		14,96	16,78
	Fuhrpark (Menge)	14,96	16,78
Scope 2		0,00	0,00
	Fernwärme	0,00	0,00
	Strom	0,00	0,00
Scope 3		74,21	83,22
	Abfall	0,20	0,22
	Dienstreisen	17,54	19,67
	Elektronik	1,96	2,20
	Fuhrpark (Menge)	7,70	8,64
	Papier & Druckersachen	0,41	0,46
	Pendlerverkehr Mitarbeitende	43,73	49,04
	Strom	1,81	2,03
	Verpflegung	0,77	0,89
	Wasser	0,09	0,10
Gesamtergebnis		89,17	100,00

PROBLEME SEHEN UND ANGEHEN

Das Gute vorweg: Schon jetzt setzen wir komplett auf erneuerbare Energien, wenns um Strom geht. Dennoch – eine unserer immer noch größten Aufgaben: den CO₂-Unternehmensfußabdruck weiter reduzieren.

Womit wir rechnen müssen: einem höheren CO₂-Verbrauch nach Ende der Corona-Pandemie. Wir müssen also Ziele und Maßnahmen festlegen, die wir langfristig leben – heute, morgen und übermorgen.

Gesamtemission	89,17 t CO ₂ e		
Bäume	Flächenbedarf	Luftballons	Pro Mitarbeiter*in
7.134 Bäume	10 Fußballfelder	18.190.680 Luftballons	2,26 t/CO ₂
Pro Jahr bindet eine Buche im Schnitt 12,5 Kilogramm CO ₂	Pflanzdichte 1.000 Bäume pro Hektar Ein Fußballfeld ca. 0,7 Hektar	In einen handelsüblichen Luftballon passen 2,5l Ein kg CO ₂ entspricht einem Volumen von 509l Ein kg CO ₂ füllt also 204 Luftballons	Pro-Kopf-Emission in Deutschland 11,2 t CO ₂ Klimaverträglich wären <1 t CO ₂ pro Kopf

Grafik: die jährliche CO₂-Menge, ins Verhältnis gesetzt

KRITERIENTABELLE NACH DNK-STANDARD

Über den Bericht: Keine Berichtspflicht, als CASTENOW GmbH sorgen wir freiwillig für Transparenz. Berichtsjahr, sofern nicht anders angegeben, ist das Geschäftsjahr 1. August 2020 bis 31. Juli 2021. Anlehnung an das Berichtsformat des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Keine externe Prüfung, da keine Berichtspflicht.

	Kriterien	Seite(n)	Kommentar
Allgemein			
	Allgemeine Informationen	3, 4, 6, 7	Weitere Informationen Homepage
Strategie			
	Strategie	3, 4, 10	Kontinuierliche Überprüfung
	Wesentlichkeit	12,16	Regelmäßige Überprüfung wesentlicher Themen und Ziele
	Ziele	13	2022 ff. weitere Konkretisierung der Ziele geplant
	Tiefe der Wertschöpfung	6,7	
Prozessmanagement			
	Verantwortung	4	
	Regeln und Prozesse	14	Werden sukzessive weiter ausgebaut
	Kontrolle	14	
	Anreizsystem	18	
	Beteiligung von Anspruchsgruppen	16	Hauptzielgruppe Mitarbeitende, regelmäßige Überprüfung
	Innovations- und Produktmanagement	7,9 ff, 19	Weitere Informationen Homepage
Umwelt			
	Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen	21 ff.	
	Ressourcenmanagement	21 ff.	
	Klimarelevante Emissionen	21 ff.	Optimierung des CO ₂ -Fußabdrucks
Gesellschaft			
	Arbeitnehmerrecht	17, 20	
	Chancengleichheit	18	
	Qualifizierung	17	
	Menschenrechte	20	
	Gemeinwesen	20	
	Politische Einflussnahme	20	
	Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	20	

Hinweis: weitere Informationen in der DNK-Entsprechenserklärung



IMPRESSUM

Herausgeber:

CASTENOW GmbH

Bremer Straße 67
D-40221 Düsseldorf
Vertreten durch die Geschäftsführung
Dieter Castenow, Sabine Castenow, Jörg Wolf
info@castenow.de
www.castenow.de

Begleitung:

UNO INO eG
Nürnberg

Konzeption und Gestaltung:

CASTENOW GmbH

Fotos:

Jule Dißmann

Folgt uns auf Social Media:

 www.instagram.com/castenow

 www.linkedin.com/company/castenow-gmbh

Veröffentlichung dieses Berichts:

Juni 2022

UNSERE ZIELSETZUNG

Über künftige Nachhaltigkeits- und Emissionsziele informieren wir euch natürlich auch im nächsten Bericht. Für diesen ersten haben wir zunächst einmal unsere Hausaufgaben gemacht. Dazu zählen: eine Statusquo-Aufnahme, die Berechnung unseres ökologischen Fußabdrucks und der Nachhaltigkeitsbericht. Diese Punkte bilden eine handfeste Grundlage für die Entwicklung unserer Strategie!