

die
projekt
scheune



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Klimawin BW

Bericht

2024

die projektscheune | simply create UG

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Über uns	1
Unternehmensdarstellung	1
Wesentlichkeitsgrundsatz	2
Die Klimawin BW	3
Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	3
Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	3
Klima und Umwelt	3
Soziale Verantwortung	3
Ökonomischer Erfolg und Governance	4
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	4
Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	5
Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	5
Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	6
Unsere Schwerpunktthemen	7
Überblick über die gewählten Schwerpunkte	7
Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	7
Leitsatz 01 – Klimaschutz	8
Zielsetzung	8
Ergriffene Maßnahmen	8
Ergebnisse und Entwicklungen	9
Ausblick	9
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	10
Zielsetzung	10
Ergriffene Maßnahmen	10
Ergebnisse und Entwicklungen	11
Indikatoren	13
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	16
Zielsetzung	16

Ergriffene Maßnahmen	17
Ergebnisse und Entwicklungen	17
Indikatoren	18
Ausblick	18
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	19
Zielsetzung	19
Ergriffene Maßnahmen	20
Ergebnisse und Entwicklungen	20
Ausblick	21
Weitere Aktivitäten	22
Klima und Umwelt	22
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	22
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	22
Leitsatz 04 – Biodiversität	23
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	24
Soziale Verantwortung	25
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	25
Ökonomischer Erfolg und Governance	26
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	26
Leitsatz 11 – Transparenz	27
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	27
Unser Klimawin BW-Projekt	29
Das Projekt	29
Art und Umfang der Unterstützung	30
Ergebnisse und Entwicklungen	30
Ausblick	31

Über uns

Unternehmensdarstellung

Wir sind “die projektscheune”. Wir vereinen unter dem scheunen-Dach, die Felder Projekt- und Prozessmanagement as a Service, Media-Produktions-Management und Sport-Modelmanagement – unter der Sub-Brand Pro Sportmodels..

Wir bauen schlagkräftige Teams für Media-Produktionen, Marketing- und betriebswirtschaftliche Fragestellungen und steuern deine individuellen Projekte und Prozesse, bei Bedarf systematisch in allen Phasen bis zum Abschluss oder übernehmen ausgewählte Teilbereiche/-aufgaben.

Auch wenn Projekte oft unterschiedlich sind, beruht unsere Zusammenarbeit auf dem immer selben Wert: Gute Teams vereinen individuelle Qualitäten zu einem großen Ganzen. Wir sind deine Expert:innen für erfolgreiches Projektmanagement. Ach, und ein besonderes Faible haben wir übrigens für Sportprojekte, das können wir nicht von der Hand weisen.

Wir sorgen für die perfekte Verbindung aus Inhalt, Gestaltung und Technik und natürlich dem kaufmännischen Rahmen eines Projekts. Wir kennen den Umfang, die Timings und die Herausforderungen der Kunden und sorgen mit unserem Projektmanagement für die Einhaltung aller Parameter in ihrem Prozess.

Unser Streben nach Perfektion ist der Vorteil unserer Kunden! Um ihren Projekten die bestmöglichen Kompetenzen zu bieten, verstehen, definieren, strukturieren und finden wir die passenden Teams. Ob mit der Expertise aus unseren eigenen Reihen oder ergänzend mit Spezialisten aus unserem weit verzweigten Netzwerk.

Wir als Schnittstelle zwischen Dienstleistenden und Auftraggebenden finden für die Fragen der Kunden die bestmöglichen Lösungen, um ihr Projekt erfolgreich zu steuern.

Wir helfen unseren Kunden durch die Phasen der Ideenfindung oder Problembeschreibung, Konzeption, Prozessdefinition, Planung, Personalplanung/ -auswahl und die Durchführung in allen Bereichen. Zudem beraten wir gerne, um maßgeschneiderte Lösungen bei schwierigen Kommunikationsfragen, betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und -strategien zu entwickeln.

Über die gesamtheitliche Überwachung bis hin zum Projektabschluss, sowie der Nachbereitung, stehen wir unseren Kunden zur Seite. Alle Leistungen können wie Bausteine einzeln abgefragt oder in Kombination angefordert werden. Wir erledigen gerne Teilaufgaben, oder steuern für und mit unseren Kunden das komplette Projekt.

Wir – das sind im Kern vier bis fünf (Mitarbeiter:innen Schwankung im Jahre 2024) Festangestellte in Voll- und Teilzeit, Geschäftsführer Elmar und unser fantastisches Netzwerk.

Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



die projektscheune Kernteam 2024

Die Klimawin BW

Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 02.2022

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 04 – Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<input checked="" type="checkbox"/>		
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<input checked="" type="checkbox"/>		

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunkt- setzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 11 – Transparenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<input checked="" type="checkbox"/>		

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: KOMM MIT RAUS, Schorndorf, Rems-Murr-Kreis

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: ☒

soziale Nachhaltigkeit:

Art der Förderung

finanziell:

materiell:

personell: ☒

Unsere Schwerpunktthemen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 - Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Wir fokussieren uns weiterhin auf die Kernthemen aus den Leitsätzen 1, 7, 8 und 10, da sie eng mit unserem Erfolg verknüpft sind und sich positiv auf alle anderen Leitsätze auswirken.

Leitsatz 7, der das Wohl unserer Mitarbeitenden in den Mittelpunkt stellt, ist unser wichtigstes Kapital. In unserer Branche sind es die Mitarbeitenden, die unser Unternehmen ausmachen und seine Identität prägen. Wir sehen die Entwicklung unserer Mitarbeitenden und des Unternehmens als eine Einheit: Wenn es den Mitarbeitenden gut geht, profitiert auch das Unternehmen.

Da Mitarbeitende heutzutage selten ein Leben lang bleiben, ist es unser Ziel, die gemeinsame Zeit so wertvoll wie möglich zu gestalten. So können unsere Mitarbeitenden gut gerüstet ihre nächsten persönlichen Ziele verfolgen, während das Unternehmen durch ihr Engagement ebenfalls wächst.

Innovation ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Dies gilt nicht nur für unsere eigenen Dienstleistungen, sondern auch für die unserer Kunden und Partner. Wir suchen stets nach neuen Ideen, auch außerhalb unseres Kernbereichs. Mit unseren beiden Marken bleiben wir agil, indem wir unser Wissen und Können ständig neu kombinieren, um uns und unsere Kunden zu verbessern. Dabei schrecken wir auch nicht davor zurück, Ideen wieder zu verwerfen oder uns selbst neu zu erfinden.

Wir sind fest in unserer Region verwurzelt und stolz darauf, sie auch überregional zu repräsentieren. Obwohl viele Medienstandorte attraktiver erscheinen mögen, wollen wir bewusst von Stuttgart aus agieren. Indem wir die kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMUs) der Region bei der Transformation unterstützen, stärken wir unseren Standort und profitieren gleichzeitig von ihrer Innovationskraft. Die ausgewählten Schwerpunktthemen sind für uns entscheidend, um den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern.

Leitsatz 01 – Klimaschutz

Zielsetzung

Leitsatz 1: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, unseren CO₂-Ausstoß signifikant zu reduzieren und so unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Dafür setzen wir auf eine umfassende Strategie, die zwei zentrale Handlungsfelder vereint. Zum einen forcieren wir die Steigerung der Energieeffizienz, etwa durch den Einsatz moderner LED-Beleuchtung. Zum anderen richten wir unsere Prozesse auf eine nachhaltige Beschaffung aus, indem wir bei der Auswahl von Produkten und Partnern verstärkt auf Umweltaspekte und kurze Lieferketten achten.

Ergriffene Maßnahmen

Um unsere Energieeffizienz zu steigern, setzen wir auf smarte und bewusste Lösungen. Wir rüsten unsere Räumlichkeiten mit moderner LED-Beleuchtung aus, um den Stromverbrauch deutlich zu senken.

Gleichzeitig schulen wir unsere Mitarbeitenden, um einen bewussten Umgang mit Ressourcen im Alltag zu fördern. Dazu gehören einfache, aber wirkungsvolle Maßnahmen wie:

- Geräte bei Nichtbenutzung ganz ab und nicht nur in den Standby-Modus zu schalten.
- Die Spülmaschine nur voll beladen und so nur einmal wöchentlich laufen lassen.
- Effizientes Lüften (Stoßlüften), um Energieverluste zu minimieren.
- Die Raumtemperatur anpassen, wenn das Büro nachts, an Wochenenden/ Feiertagen oder während der Produktion nicht genutzt wird.

Durch diese Kombination aus einfacheren technologischen Upgrades und Verhaltensänderungen reduzieren wir unseren Strom- und Wasserverbrauch nachhaltig.

Um eine nachhaltige Beschaffung zu fördern, legen wir bei der Auswahl neuer Geräte und Dienstleister besonderen Wert auf Energieeffizienz und regionale Partnerschaften.

Indem wir uns für lokale Anbieter entscheiden, können wir lange Transportwege vermeiden und somit den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte und Dienstleistungen signifikant reduzieren.

Diese Maßnahmen dienen nicht nur dem Klimaschutz, sondern tragen auch dazu bei, unsere Betriebskosten langfristig zu senken. Die erzielten Einsparungen können wir wiederum in weitere nachhaltige Projekte investieren.

Ergebnisse und Entwicklungen

Die aufgeführten Maßnahmen können von allen Mitarbeitenden gut umgesetzt werden. Sie werden regelmäßig dazu angehalten, mit Strom und Wasser effizient umzugehen. Dafür schulen wir unsere Mitarbeitenden ebenfalls regelmäßig.

Unsere Möglichkeiten, den Energieverbrauch im Gebäude zu senken, sind begrenzt. Als Untermieter unserer Büroräumlichkeiten haben wir keinen direkten Einfluss auf die vom Vermieter getroffenen Entscheidungen bezüglich der Nutzung eines auf unsere Ziele angepassten Energie- und Strommix. Wir sind uns der Bedeutung von Energieeffizienz bewusst und tun unser Bestes, um unseren eigenen Verbrauch maximal in die richtige Richtung zu beeinflussen. Die grundlegenden energetischen Entscheidungen für das Gebäude obliegen unserem Vermieter.

Ausblick

Unser Ziel für 2025 ist es, den CO₂-Ausstoß zu senken und die Energieeffizienz durch weitere Maßnahmen weiter zu steigern.

Ziel ist es, 2025 zusätzlich folgende Maßnahmen zu berücksichtigen und umzusetzen:

- **Mobilität:** Bei der Nutzung von Fahrzeugen möchten wir möglichst auf Hybrid- und E-Fahrzeuge umstellen und Fahrgemeinschaften bilden.
- **ÖPNV-Ticketzuschüsse:** Wir bezuschussen Jobtickets für öffentliche Verkehrsmittel. Dies soll unsere Mitarbeitenden motivieren, das Auto stehen zu lassen.

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

Zielsetzung

Leitsatz 7: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."

Aktuell können wir bei unserem kleinen Team von vier bis fünf (Schwankung im Jahre 2024) Mitarbeiter:innen immer noch recht gut auf die Kernthemen des Leitsatzes eingehen.

Es gibt unregelmäßig Einzelgespräche mit allen Mitarbeiter:innen und wöchentlich fix terminierte Team-Meetings, an denen alle Themen, die gerade aktuell sind, besprochen werden können (egal ob privat, beruflich, bzgl. Ausbildung o. sonstiges). Es gibt einmal die Woche Anwesenheitspflicht für die Mitarbeiter:innen in den Büroflächen, in der restlichen Zeit steht es den Mitarbeitenden frei, vom Büro aus zu arbeiten, Home-Office zu machen oder auch flexibles Arbeiten zu nutzen.

Durch eine komplett digitale Arbeitsumgebung und den Einsatz vielfältiger Tools ist das interaktive Arbeiten auch remote für alle Mitarbeiter:innen möglich.

Wir glauben daran, dass es wie bei vielen Themen in Zukunft der richtige Mix sein wird, der sich durchsetzt und gemeinsame Ziele fördert. Wir glauben nicht an die totale Digitalität und daran, ausschließlich remote zu arbeiten. Wir glauben auch, dass gute Teams und deren Individuen vom sozialen, persönlichen Miteinander profitieren und so auch das Unternehmen profitieren kann.

Denn nur wer seine Mitmenschen beruflich wie auch persönlich kennt, kann ganz bewusst auf deren Bedürfnisse und Vorlieben Rücksicht nehmen und so zu einem besseren Miteinander beitragen.

Um auf eine wachsende Mitarbeiterzahl und die Anforderungen an die Führungskräfte besser vorbereitet zu sein, wollen wir einige lose gelebte Dinge fest institutionalisieren.

Ergriffene Maßnahmen

Im Jahr 2024 wurde der Wandel hin zu einer strukturierten und reflektierten Gesprächskultur weiter vorangetrieben. Die Einzelgespräche mit allen Mitarbeiter:innen wurden erstmals durchgehend im Tertial-Rhythmus umgesetzt.

Die Gespräche fanden auf Basis eines weiterentwickelten Gesprächsbogens statt, der klare Leitplanken vorgibt und Themen wie Zufriedenheit, Wohlbefinden, Wünsche, Verbesserungsvorschläge und individuelle Zielsetzungen strukturiert abfragt.

Die wöchentlichen Teammeetings wurden zusätzlich weiterentwickelt. Neben dem etablierten Schulterblick auf die vergangene Woche und dem Vorausblick auf anstehende Aufgaben wurde neben der Einschätzung des Wohlbefindens „Wie fühlen sich die Mitarbeitenden?“ in 2024 die neue Rubrik „Was lief gut, was lief schlecht?“ fest integriert.

Zur Förderung von Transparenz in strategischen Themen wurden 2024 neue Kommunikationsformate eingeführt. In regelmäßigen Abständen fanden kurze, offene Informationsrunden („Strategie-Snacks“) statt, bei denen die Führungskräfte oder Projektinhaber Einblicke in aktuelle Entwicklungen gaben und Fragen aus dem Team aufgegriffen werden konnten.

Für das Jahr 2025 wollen wir den eingeschlagenen Weg weiterführen und vertiefen. Geplant ist daher folgendes:

- Die Einzelgespräche weiter zu professionalisieren, z. B. durch Schulungen für Führungskräfte zur Gesprächsführung und Feedbackkultur.
- Die Gesprächsbögen wollen wir im Jahr 2025 erneut prüfen und gezielt weiterentwickeln – insbesondere mit Blick auf Zielentwicklung und langfristige persönliche Perspektiven.
- In den Teammeetings wollen wir stärker auf Eigenverantwortung und Moderation durch Mitarbeitende setzen, um den Austausch auf Augenhöhe zu fördern.
- Die strategische Transparenz soll weiter erhöht werden – durch regelmäßige Q&A-Sessions mit der Geschäftsführung.
- Die Ergebnisse aus den Einzelgesprächen und Teamrunden sollen systematisch ausgewertet werden, um konkrete Maßnahmen daraus abzuleiten und nachzuverfolgen.

Ergebnisse und Entwicklungen

Leitsatz 07: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."

Das Geschäftsjahr startet bei uns mit einem Jahresauftakt, welcher 2024 bedingt durch den Umzug und einen vorgeschalteten Workshop im letzten Quartal 2023 nicht im Januar, sondern im März stattgefunden hat. Diesmal nicht in einer externen Location, sondern in den neuen Räumlichkeiten und in etwas geraffter Form. Bei diesem Jahresauftakt wird (in beiden Formatformen) das vergangene Jahr beleuchtet, kurz besprochen, ein Blick darauf geworfen, was im Allgemeinen gut und was eher wenig gut lief, anschließend geht der gemeinsame Blick dann im Hauptanteil nach vorne auf das kommende Geschäftsjahr.

Rückblick auf 2024:

Ein Detail schauen wir uns als Referenz Umsatzzahlen der verschiedenen Bereiche an, welche wir über das vergangene Jahr verteilt erreicht haben, um allen einen Überblick und ein Gefühl für den aktuellen Stand der Firma zu ermöglichen. Diese werden in der Zeitachse ins Verhältnis zu vergangenen Jahren (immer mit Blick auf unerwartete Ereignisse – bspw. Corona) gesetzt, um allen Mitarbeitern ein Grundverständnis auch im Zahlen-Kontext zu ermöglichen.

Zudem besprechen wir unsere Ziele und Projekte für das anstehende Geschäftsjahr, um alle Mitarbeiter abzuholen und gemeinsam darauf vorzubereiten.

Der Termin wird zusätzlich für neue Mitarbeiter:innen genutzt, um diese grundlegend zu allen aktuellen Themen abzuholen und sie noch einmal im Team Willkommen zu heißen.

Im Jahr 2024 verzeichneten wir insgesamt 35,25 Krankheitstage, ausgehend von einer sich verändernden Teamgröße von zunächst 6, später 4 Mitarbeitenden. Dieser Anstieg im Vergleich zu den Vorjahren ist angesichts der personellen Veränderungen, einzelner längerer Ausfälle sowie saisonal bedingter Erkrankungen nachvollziehbar.

Trotz der gestiegenen Zahl an Krankentagen konnten wir keine direkten Rückschlüsse auf eine generelle Unzufriedenheit im Team ziehen. Unsere regelmäßigen Einzelgespräche und Teammeetings boten weiterhin einen verlässlichen Rahmen, in dem persönliche Belastungen oder Herausforderungen offen angesprochen und in vielen Fällen frühzeitig begleitet werden konnten.

Die mittlerweile etablierten Gesprächsbögen halfen auch in 2024 dabei, strukturierte Gespräche zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft zu ermöglichen. Besonders wertvoll war dabei die Möglichkeit zur frühzeitigen Thematisierung von individuellen Bedürfnissen, Belastungen oder Verbesserungsvorschlägen.

Zusätzlich wurden auch 2024 wieder partizipativ gestaltete Workshops durchgeführt, die Mitarbeitenden Raum für Reflexion, persönliche Weiterentwicklung und teambezogene Themen boten. Diese Formate stärkten nicht nur die Zusammenarbeit, sondern auch das individuelle Wohlbefinden.

Unsere wöchentlichen Teammeetings blieben ein wichtiger Ankerpunkt im Arbeitsalltag. Die inhaltliche Weiterentwicklung – etwa durch die Integration der Rubriken „Was lief gut, was lief schlecht?“ sowie „Wie geht es euch gerade?“ – förderte einen offenen Austausch und machte Stimmungen sichtbar, bevor sie sich negativ auf das Arbeitsumfeld auswirken konnten.

Zielsetzung für 2025:

Für 2025 setzen wir uns das Ziel, die krankheitsbedingten Ausfallzeiten zu stabilisieren und – wenn möglich – wieder zu reduzieren. Dabei orientieren wir uns an einem Zielwert von maximal 25 Krankheitstagen pro Jahr, ausgehend von der aktuellen Teamgröße.

Wir wollen weiterhin präventiv wirken: durch feinfühliges Gesprächsführung, verlässliche Strukturen für Rückmeldung und Austausch sowie den Ausbau gesundheitsfördernder Maßnahmen im Alltag. Darüber hinaus sollen die bestehenden Gesprächsinstrumente evaluiert und weiterentwickelt werden, um das Thema Gesundheit und Belastung noch gezielter zu adressieren.

Indikatoren

Zu den gewählten Indikatoren, um gestützt ein besseres Bild und belastbare Ergebnisse zum Wohlbefinden der Mitarbeiter zu erhalten.

Indikator 1: Gesundheitsstand

- Krankheitstage der Mitarbeiter des aktuellen Berichtsjahres 2024 - 35,25 Tage (ausgehend von 4-6 Mitarbeiter:innen)
- Zielsetzung für das Jahr 2025 ist die Krankheitstage wenn möglich zu reduzieren und ein Ziel von maximal 25 Tagen zu erreichen (ausgehend von drei - vier Mitarbeiter:innen)

Jahr	Anzahl Mitarbeitender (Ø)	Krankheitstage gesamt	Krankheitstage pro Person (Ø)	Anmerkung
2022	4	0	0	Basisjahr, keine Krankmeldungen
2023	6	7	1,17	Sehr geringer Wert im Vergleich zum Branchendurchschnitt
2024	7 → 5 (wechselnd)	35,25	~5,88	Anstieg durch Teamgröße und individuelle Langzeit-Ausfälle und persönliche Krankheitsbilder
Ziel 2025	ca. 3–5	max. 25	max. 5–6	Stabilisierung durch Prävention, Gesprächskultur & Gesundheitsfokus

Indikator 2: Ergonomie am Arbeitsplatz

Im Jahr 2024 haben wir unseren Fokus auf eine gesunde und ergonomische Arbeitsplatzgestaltung weiter ausgebaut. Neben dem bereits vorhandenen Steharbeitsplatz wurden die manuell höhenverstellbaren Schreibtischen durch elektrisch flexibel verstellbare Schreibtische ausgetauscht.

Durch den Wechsel zwischen Sitz- und Steharbeitsplätzen sowie die bewusste Bewegung zwischen festen und geteilten Arbeitsbereichen konnten zusätzliche ergonomische Impulse gesetzt und präventiv körperlichen Beschwerden entgegengewirkt werden.

Ein bedeutender Schritt in diesem Jahr war der Umzug in neue Büroräume, die mehr Platz, bessere Lichtverhältnisse und eine flexiblere Raumnutzung bieten. Dadurch wurden sowohl ergonomische Standards verbessert als auch neue Möglichkeiten für Kommunikation, Rückzug und Teamarbeit geschaffen.

Unsere regelmäßigen Einzelgespräche auf Augenhöhe, die auf einem strukturierten und weiterentwickelten Gesprächsbogen basieren, halfen dabei, individuelles Wohlbefinden, Bedürfnisse und mögliche körperliche Belastungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Maßnahmen einzuleiten. Alle Gespräche beinhalten eine beidseitige Bewertung der aktuellen Situation und ermöglichen so einen ehrlichen Abgleich zwischen Mitarbeiter:innen und Führungskraft.

Auch im Bereich Teamkultur und gesundheitsfördernde Maßnahmen wurden neue Impulse gesetzt. Erste Ideen aus dem Team – etwa monatliche gemeinsame Fahrradtouren oder Koch-Events – wurden aktiv aufgegriffen und unterstützt. Wichtig war uns dabei stets, dass alle Aktivitäten auf Freiwilligkeit basieren und Raum für unterschiedliche Interessen im Team bieten.

Neben sportlichen Formaten sollen zukünftig auch Workshops außerhalb des Arbeitskontexts zur Stärkung des Teamgeists und der persönlichen Entwicklung beitragen.

Der traditionelle Jahresauftakt bildete auch 2024 wieder den Startpunkt für Reflexion und Ausblick: Rückblick auf Erfolge und Herausforderungen des Vorjahres, Vorstellung anstehender Projekte sowie Diskussion möglicher neuer Vorhaben. Auch die individuelle und kollektive Weiterentwicklung stand im Fokus – etwa durch geplante Schulungen, Workshops und individuelle Entwicklungsmaßnahmen.

Für das Jahr 2025 wollen wir unsere ergonomischen Standards weiter verankern und gezielt ausbauen – insbesondere durch:

- Die regelmäßige Evaluation und Weiterentwicklung der Arbeitsplatzgestaltung, angepasst an individuelle Bedürfnisse und Tätigkeitsprofile.
 - Die Förderung gesundheitsbewusster Routinen und Bewegungsanreize im Büroalltag.
 - Die Ausweitung gemeinsamer, freiwilliger Aktivitäten (z. B. Radfahren, Kochen, kreative Workshops), um das Wohlbefinden und die Verbindung im Team zu stärken.
- Die Verstetigung der Einzelgespräche mit weiterentwickelten Gesprächsbögen, die auch ergonomische Aspekte systematisch berücksichtigen.

Unser Ziel bleibt: ein Arbeitsumfeld, das Gesundheit, Motivation und Entwicklung gleichermaßen fördert – für jede:n Einzelne:n und für das Team als Ganzes.

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

Zielsetzung

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Im Jahr 2024 haben wir die digitale Transformation weiter vorangetrieben und alle Arbeitsprozesse auf digitale Tools umgestellt. Damit konnten wir den unnötigen Verbrauch von Materialien und Fahrten weiter minimieren. Unsere Arbeit in den beiden Marken ist weitestgehend digitalisiert.

Besonders hervorzuheben ist, dass bei Pro Sportmodels alle Prozesse von der Kundeninteraktion bis hin zur Model-Verwaltung komplett digitalisiert sind.

Im administrativen Bereich ist die Umstellung auf digitale Arbeitsprozesse nahezu abgeschlossen.

Wir nutzen digitale Tools für Buchhaltung und Dokumentenverwaltung, was bereits eine hohe Effizienzsteigerung ermöglicht hat. Bei der Belegübermittlung von Kunden und Dienstleistern sind wir jedoch noch nicht bei 100 % digitalisiert.

Bei unserem Bereich von die projektscheune sind wir immer noch von externen Einflüssen abhängig, da einige Prozessschritte, insbesondere im Bereich der Medienproduktion, teils höhere Kosten und Ressourcenverbrauch durch digitale Lösungen verursachen. Hier müssen wir nach wie vor papierbasierte Prozesse in Bezug auf Rechteabtretungen und Sicherheitsunterweisungen optimieren.

Ein Ziel für 2024 war es, den Anteil von Papier weiter signifikant zu reduzieren. Dienstleister und Kunden werden ermutigt, bei der Angebots- und Rechnungsstellung auf digitale Dokumente umzusteigen.

Auch im Bereich der Rechteklärung und Sicherheitsunterweisungen streben wir an, digitale Verfahren zu etablieren. Dies wird nicht nur die Ressourcennutzung optimieren, sondern auch die Effizienz der Produktion erhöhen. Dies haben wir im Jahre 2024 noch nicht ganz geschafft und verfolgen dieses Thema somit weiter mit Nachdruck für das kommende Geschäftsjahr.

Im Hinblick auf eigene Produktinnovationen wollen wir Schritt für Schritt unsere Konzeptentwicklungen auf die nächste Stufe heben und weiter digitalisieren.

Daran wollen wir uns messen:

- Abschaffung des Einsatzes von Papier bei Beratungs-Sessions und Workshops im Jahr 2024.
- Weiterer Ausbau des digitalen Beleg austauschs mit Dienstleistern und Kunden.
- Erhöhung digitaler Prozesse bei Rech teklärungen und Sicherheitseinweisungen am Set.

Ergriffene Maßnahmen

- In den Jahren 2022, 2023 und 2024 fanden jährlich Meetings für alle Mitarbeiter statt, um den Übergang zu einer papierlosen, nachhaltigen Arbeitsweise zu fördern.
- Seit Beginn der Implementierung arbeiten wir mit den digitalen Buchhaltungsprogrammen SevDesk und Datev, wodurch die Belege und Rechnungen digital übermittelt werden. In diesem Bereich wurden auch kontinuierlich Mitarbeiter:innen eingelernt.
- Der gesamte Arbeitsalltag ist digital und browserbasiert. Alle genutzten Tools und Plattformen ermöglichen eine papierlose Kommunikation und Dokumentation.

Ergebnisse und Entwicklungen

Im Jahr 2024 haben wir den Schritt in die digitale Zukunft weiter erfolgreich vollzogen.

Der Austausch von Papier durch digitale Belege ist für uns nicht nur eine ökologische Notwendigkeit, sondern auch eine Schlüsselmaßnahme, um im digitalen Zeitalter wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch die Einführung digitaler Lösungen wie elektronische Rechnungsstellung, digitale Belegerfassung und cloudbasierte Dokumentenverwaltung konnten wir den Verbrauch an Arbeitsmaterialien signifikant verringern und gleichzeitig unsere Effizienz und Zusammenarbeit verbessern. Dies hat uns nicht nur dabei geholfen, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, sondern auch unsere Marktposition als verantwortungsbewusster Akteur zu stärken.

Unsere digitalen Lösungen haben nicht nur den Papierverbrauch reduziert, sondern auch unsere Kommunikation und Zusammenarbeit verbessert, sowohl intern als auch mit unseren externen Partnern.

Insgesamt haben unsere Maßnahmen eine positive Entwicklung hin zu mehr Digitalisierung und Effizienz in den Arbeitsabläufen gezeigt. Dies hat uns nicht nur geholfen, Kosten zu senken, sondern auch die Produktivität und Kommunikation weiter zu steigern.

Indikatoren

Indikator 1: Papierverbrauch und -reduktion

- Die Menge des verbrauchten Papiers vor und nach Implementierung der digitalen Lösungen
- Ziel bis Ende 2025 ist eine 95% digitalisierung sämtlicher Schritte und Vorgänge
- Wir haben bereits rund 90% unseres Alltags in 2024 digitalisieren können

Indikator 2: Reduktion der Projektdurchlaufzeiten durch digitalen Prozessen

- Die Implementierung digitaler Arbeitsprozesse hat es uns ermöglicht, die Durchlaufzeiten in vielen Bereichen zu optimieren. Besonders im Bereich der Projektbriefings konnten wir die durchschnittliche Zeit zur Erstellung durch den Einsatz eines kollaborativen, digitalen Projektmanagement-Tools um 10 % im Jahr 2024 reduzieren.

Ausblick

Unser Ziel für 2025 ist es, die Durchlaufzeiten für wiederkehrende Projektbriefings weiter zu minimieren und die Effizienz in der Projektplanung und -umsetzung durch weitere digitale Lösungen weiter zu steigern.

Für 2025 setzen wir weiterhin auf die vollständige Digitalisierung und den papierlosen Arbeitsplatz. Dabei fokussieren wir uns nicht nur auf eine papierlose interne Kommunikation und Dokumentation, sondern auch auf eine rein digitale und papierlose Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern. Der Austausch von Projektdokumentationen, Rechnungen und Belegen soll vollständig digital erfolgen, sodass eine nahtlose digitale Zusammenarbeit mit allen Partnern gewährleistet ist.

Ziele bis Ende 2025:

- 100 % papierlose Kommunikation mit allen Kunden und Geschäftspartnern.
- Weiterer Ausbau der digitalen Tools und Plattformen sowie regelmäßige Schulungen zur Steigerung der Effizienz und Interaktivität der Mitarbeiter:innen
- Weitere Sensibilisierung der Belegschaft für nachhaltige und digitale Vorgehensweisen und deren Einfluss auf die Unternehmensziele
- Motivation durch Erfolg von Geschäftspartnern, ebenfalls nachhaltige Praktiken zu verfolgen, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren und die Zusammenarbeit effizienter zu gestalten

- Jährliche Evaluierung der Fortschritte hinsichtlich der gesetzten Ziele und Anpassung der Strategien bei Bedarf

Diese Zielsetzung trägt im Kontext der Nachhaltigkeit auch zur langfristigen wirtschaftlichen Stabilität und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei.

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

Zielsetzung

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Wo stehen wir?

Seit Beginn erhalten wir über 80% unserer Kundenanfragen aus der Region, was uns ermöglicht, durch unsere Dienstleistungen einen Mehrwert zu schaffen. Der Anteil an regionalen Projekten ist auf 75% gesunken, was jedoch nicht auf ein geringeres Interesse, sondern auf ein wachsendes Geschäft hinweist. Wir differenzieren nicht zwischen Kunden, die sich der WIN Charta verpflichtet haben und anderen Unternehmen.

Bei der Auswahl unserer Dienstleister setzen wir weiterhin zu über 80% auf regionale Partner. Bei der Model-Vermittlung ist diese Einschränkung aufgrund der Kriterien nicht immer möglich.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Wir möchten zunehmend Dienstleister wählen, die ebenfalls nachhaltige Geschäftsprozesse verfolgen. Diese Grundhaltung soll jedoch nicht die einzige Entscheidungsgrundlage sein, sondern als Beispiel für andere dienen. In der Akquise möchten wir verstärkt Unternehmen ansprechen, die nachhaltiges Wirtschaften als wichtig erachten. So können wir als Multiplikator agieren und auch bei Unternehmen, die diesen Weg noch nicht verfolgen, ein Umdenken anstoßen.

Daran wollen wir uns messen

- Erhöhung der Ansprache von Kunden und Geschäftspartnern, die sich der WIN Charta oder ähnlichen Nachhaltigkeitsinitiativen verpflichtet haben, um weitere 5% in 2024.
- Mindestens 50% der Neukunden und Partner sollen aus der Region stammen.
- Der Anteil an regionalen Dienstleistern soll auf mindestens 85% erhöht werden.

Ergriffene Maßnahmen

- Teilnahme an regionalen Networking-Events und direkte Kontaktaufnahme mit potenziellen Kunden und Partnern aus der Region, um unsere Ziele zu fördern.

Die Maßnahmen zur Ansprache von Kunden mit einem Fokus auf die WIN Charta sowie zur Förderung regionaler Partnerschaften haben sich positiv entwickelt. Die Anzahl regionaler Neukunden konnte im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden, auch wenn der prozentuale Anteil aufgrund eines höheren Anteils an Neukunden außerhalb Baden-Württembergs etwas zurückging. Die Einsatzquote regionaler Dienstleister blieb stabil bei über 80%, was die Bedeutung lokaler Partnerschaften unterstreicht. Insgesamt wurden die gesetzten Ziele erreicht, jedoch blieb die Geschäftsentwicklung weiterhin schwankungsanfällig.

Für das Jahr 2025 wollen wir auf diesen Erfolgen aufbauen, die regionalen Beziehungen weiter stärken und neue nachhaltige Projekte entwickeln, auch wenn gesamtwirtschaftliche Herausforderungen berücksichtigt werden müssen.

Unser Ziel bleibt es, langfristig einen Mehrwert für die Region und unsere Partner zu schaffen.

Ergebnisse und Entwicklungen

Geplante Aktivitäten für 2025

- Förderung regionaler Wirtschaftsnetzwerke: Wir wollen weiterhin regionale Netzwerke ausbauen, in denen Dienstleistungsunternehmen, lokale Produzenten und andere Akteure zusammenarbeiten können, um Synergien zu schaffen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu generieren.
- Weiterbildung unserer Mitarbeiter: Auch im Jahr 2025 planen wir, gezielte Schulungen und Workshops anzubieten, um die Qualifikationen unserer Arbeitskräfte zu fördern und sie auf die Anforderungen des Marktes vorzubereiten. Dies wird zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Region beitragen.
- Bevorzugte Auswahl regionaler Anbieter: Bei der Beschaffung von Material und Dienstleistungen werden wir auch weiterhin regionale Anbieter bevorzugen, um die lokale Wirtschaft zu stärken und nachhaltige Geschäftspraktiken zu fördern.

Ausblick

Ziel für 2025

- **Praxisorientierte Schulung:** Wir setzen auf praxisnahe Schulungen für unser Kernteam und wollen unsere Mitarbeiter aktiv in reale Projektsituationen einbinden, um den Lerneffekt zu maximieren, ohne sie zu überfordern.
- **Steigerung der regionalen Neukundenakquise:** Der Ausbau regionaler Neukunden bleibt ein zentrales Ziel. Wir streben an, die Quote regionaler Dienstleister bei mindestens 80% zu halten, wo wir Einfluss auf die Auswahl haben.

Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

Ziele:

- „Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Schutz der Mitarbeitenden vor extremer Hitze, z.B. durch flexibel Arbeitszeitmodelle (flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten) und Bereitstellung von ausreichend Trinkwasser

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das Risikobewusstsein wächst durch die negativen Folgen des Klimawandels

Ausblick:

- Identifikation und Umsetzung weiterer Maßnahmen, wie z.B. die Installation von Klimaanlage oder Entwicklung eines Vorsorgeplans bei Notfällen (bspw. bei Hochwasser)

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Ziele:

- „Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir überprüfen unsere bestehenden Prozesse sukzessive im Hinblick auf diesen Leitsatz und entwickeln neue Abläufe nur noch unter Berücksichtigung der relevanten Anspruchsgruppen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Bestehende Prozesse werden systematisch analysiert und im Sinne des Leitsatzes angepasst. Ziel ist es, Abläufe effizient, zielgerichtet und transparent zu gestalten.

- Optimierungen umfassen u. a. die Reduktion redundanter Arbeitsschritte oder die Implementierung neuer Technologien.
- Die konsequente Anwendung des Leitsatzes stärkt eine Kultur ständiger Reflexion. Mitarbeitende sind dazu eingeladen, sich aktiv mit Verbesserungsvorschlägen einzubringen.

Ausblick:

- Stärkung der Kundenbeziehungen und nachhaltiger Serviceprozesse. Ausbau transparenter Kommunikation mit allen Stakeholdern.
- Identifikation potenzieller Zielkonflikte im Zuge der digitalen Transformation und aktive Lösungsentwicklung.

Leitsatz 04 – Biodiversität**Ziele:**

- „Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Weiterentwicklung und Ausbau bereits bestehender ressourcenschonender Prozesse, um Ökosysteme zu schützen, die aufgrund des hohen Ressourcenbedarfs zerstört werden
- Schrittweise Etablierung von Recycling- und Zirkularitätsprinzipien als feste Auswahlkriterien bei der Beschaffung, um somit die Umweltbelastung durch Müll zu senken und Böden, Wasser und Arten zu schützen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Integration nachhaltiger Kriterien in die Beschaffung hat die Ressourceneffizienz erhöht.
- Mitarbeitende wurden für die Themen Recycling und Zirkularität sensibilisiert und aktiv in Besprechungen einbezogen. Durch Maßnahmen wie z. B. das Leihen technischer Geräte von regionalen Dienstleistern oder die Wiederverwendung von Hardware konnten Abfälle reduziert und Kosten eingespart werden. Es entsteht ein Bewusstsein für den Wert von Ressourcen, was sich letztlich auch auf das Verständnis für den Schutz natürlicher Lebensräume auswirkt.

Ausblick:

- Schaffung eines klaren Bewertungsrahmens für Lieferanten entlang der Prinzipien der Kreislaufwirtschaft.
- Beschaffungsentscheidungen sollen sowohl ökonomisch als auch ökologisch nachhaltig gestaltet werden.
- Wir wollen unterstützen, Lebensräume zu erhalten und aufzubauen, anstatt sie zu beeinträchtigen

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

Ziele:

- „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Konzentration auf steuerbare Aspekte im gemieteten Büro (Heizung, Lüftung, Lichtnutzung).
- Förderung emissionsarmer Mobilität im Arbeits- und Familienkontext, um auch im privaten Bereich das Bewusstsein zu schärfen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch klare Richtlinien im Büro konnte die Energieeffizienz gesteigert werden.
- Maßnahmen zur Förderung des Modal-Splits (z. B. Deutschlandticket als Jobticket) stießen auf positive Resonanz.
- Die vorhandene Duschmöglichkeit erleichtert die Nutzung des Fahrrads für den Arbeitsweg.

Ausblick:

- Flächendeckende Einführung des Deutschlandtickets für Mitarbeitende.
- Förderung klimaneutraler Mobilität (z. B. Radfahren).
- Der Umzug in ein neues Büro mit besserer ÖPNV-Anbindung im Stuttgarter Westen erfolgt Anfang 2024 – auch dort stehen Duschen zur Verfügung.

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

Ziele:

- „Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Dokumentation und Analyse interner Prozesse zur Identifikation von Optimierungspotenzialen.
- Die Brand-DNA legt für etwaige künftige Produkte Nachhaltigkeit als Grundprinzip fest.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch Prozessdokumentation wurden Abläufe transparenter und effizienter gestaltet.
- Dienstleister werden zur nachhaltigen Arbeitsweise angeregt.
- Auch 2024 lag der Fokus weiterhin zu 100 % auf Dienstleistungen, es wurde kein haptisches Produkt eingeführt.

Ausblick:

- Fortführung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP).
- Stärkere Integration nachhaltiger Prinzipien in Projektbeteiligungen.
- Offenheit für die Einführung nachhaltiger Produkte, sofern sich entsprechende Möglichkeiten ergeben.

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Ziele:

- „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Absicherung bestehender Geschäftsfelder durch Erweiterung und Innovation.
- Fokus auf Qualitätssicherung und strategische Weiterentwicklung.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Zusammenschluss dreier Marken führte 2023 zur projektscheune und besteht weiterhin.
- Pro Sportmodels bleibt als Marke bestehen, wurde aber strategisch eingebettet.
- Dienstleistungen wurden geschärft, Synergien genutzt, Überschneidungen beseitigt – das Ergebnis ist ein klareres Angebot für Kunden.

Ausblick:

- Aufbau eines strukturierten Innovationsmanagements zur gezielten Weiterentwicklung bestehender Leistungen.
- Überprüfung geschäftsferner, aber struktur ähnlicher Felder als mögliche Zukunftssegmente.

Leitsatz 11 – Transparenz

Ziele:

- „Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ähnlich wie bei einem Code of Conduct sind alle Mitarbeitenden dazu angehalten, sich an bestimmte ethische Standards zu halten
- Regelmäßige Prüfung auf Unregelmäßigkeiten und Einhaltung von Richtlinien
- Eine klare und offene Organisationsstruktur, die Verantwortlichkeiten darlegt und zeigt, wer welche Entscheidungen trifft

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Geschäftsführung agiert als Vorbild und lebt, sowie kommuniziert die Werte
- Mitarbeitende werden ermutigt, Bedenken und Vorschläge zu äußern, um an der Verbesserung der Prozesse mitzuwirken
- Auswahl von Partnern, die ebenfalls ethische Standards einhalten

Ausblick:

- Vertrauen stärken durch Weiterführung dieser Maßnahmen

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

Ziele:

- „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Mitarbeitenden werden in nachhaltigen Themen geschult, um ihre Rolle im Gesamtbild verstehen zu können

- Die Mitarbeitenden werden ermutigt, neue Ideen für mehr Nachhaltigkeit jederzeit einzubringen
- Kommunikation nach außen: Wir teilen unsere Bemühung und Unterstützung, z.B. von unserem Klimawin-Projekt, und arbeiten so auch mit einer lokalen Organisation zusammen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Verbessertes Markenimage und höhere Glaubwürdigkeit: Offene Kommunikation und nachweisbare Fortschritte beim Thema Nachhaltigkeit stärken das Vertrauen der Öffentlichkeit, von Kunden und Geschäftspartnern
- Die Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen schafft Vertrauen und Partnerschaft

Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem KLIMAWIN-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

Das Projekt

KOMM MIT RAUS?

KOMM MIT RAUS ist ein Projekt, das durch einen guten Freund unseres Geschäftsführers ins Leben gerufen wurde. Tim Schopf und sein Team beschreiben ihr Konzept wie folgt:

"Wenn du etwas in der Tiefe verstehen willst, fange an, es zu lehren!"

KOMM MIT RAUS ist ein inhabergeführtes Dienstleistungsunternehmen mit vielfältigen Angeboten in der Natur - vom Kindergeburtstag über die Waldpädagogische Veranstaltung bis zum Survival-Wochenende. Tim Schopf und Michael Kreitmayr planen und führen die Angebote und Kurse nach Absprache individuell zugeschnitten durch.

Du bist gerne draußen in der Natur? Du suchst Abenteuer oder ein besonderes Erlebnis? Oder einfach nur Zeit zum Abschalten und Durchatmen? Dann KOMM MIT RAUS und genieße die Natur!

Ob im Wald oder auf der Wiese, wir bieten Abenteuer und Erlebnisse für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an zwei Standorten in Schorndorf, dem Rems-Murr-Kreis. Wir schaffen einen Zugang zu Erlebnisbereichen, von denen in unserer Zeit ansonsten viele abgeschnitten bleiben. Draußen finden wir Entspannung, können Stress abbauen, unsere Gedanken sortieren und die Aufmerksamkeit neu fokussieren. Wir können uns frei bewegen, Abläufe entschleunigen und uns in Geduld üben, Zeit in einem anderen Zusammenhang sehen und der Kreativität freien Lauf lassen. Klingt romantisch? Ist am Anfang aber anstrengend... und trotzdem entspannend!

Wälder und Wiesen bieten uns viele Möglichkeiten, sich losgelöst von engen Räumen und vorgegebenen Pfaden selbst zu erfahren und frei zu bewegen. Mit unserem waldpädagogischen / erlebnispädagogischen Ansatz öffnen wir die Augen für neue Wege, um sich auf die Natur einzulassen und sie zu "begreifen".

Wir finden das Projekt deshalb förderungswürdig (auch wenn privatwirtschaftlich geführt), da wir denken, die Grundlage für wirklich nachhaltiges Wirtschaften ist Verständnis.

Und hier wird Verständnis auf einer anderen Ebene vermittelt, neu erlernt und aufgezeigt, was nachher wirtschaftliches Handeln durch viele Meta-Ebenen positiv beeinflussen kann.

Art und Umfang der Unterstützung

Deshalb unterstützen wir (entweder komplett oder in kleineren Gruppen) Tim und sein Team und stehen mindestens einen kompletten Einsatz bei einer Veranstaltung zur Verfügung.

Die Arbeitszeiten unserer eingesetzten Mitarbeiter werden durch uns übernommen und so wollen wir das Projekt weiter voranbringen. Sprich 4 Mitarbeiter werden entweder einen Tag zusammen, oder in kleineren Gruppen an Mitarbeitern an mehreren Tagen für diesen Einsatz zu Mitarbeitern von Tim.

Die Mechanik, nach der wir unseren Einsatz im privatwirtschaftlichen Kontext einbringen und dieser dennoch der Gemeinnützigkeit dient ist folgende: Unser Einsatz wird für Projekte von Vereinen oder finanzschwachen Teilnehmern als größtmöglicher Rabatt verrechnet, welchen Tim und sein Team unter normalen Umständen in der Form nicht einräumen können.

Umfang der Förderung im Jahr 2024: 4 Mitarbeiter x 8 Arbeitsstunden = 32 Stunden

Ziel Umfang der Förderung im Jahr 2025: 4 Mitarbeiter x 12 Arbeitsstunden = 64 Stunden

(Regelförderung ergänzt durch die Rest-Förderung 2023)

Ergebnisse und Entwicklungen

Da unser Einsatz aufgrund einer strukturellen Veränderung seitens “Komm mit raus” und danach durch unserer verfügbaren Zeiten (im folgenden Zeitraum in Konkurrenz zu Kundenprojekten) bisher in 2023 noch nicht realisiert werden konnte, haben wir unsere Studienkapazitäten in Abstimmung mit Tim und seinem Team mit ins Jahr 2024 genommen und dort zur Hälfte abgeleistet. Die restlichen übrig gebliebenen Stunden werden Anfang 2025 aufgeholt, ebenso wie die Stunden, die für 2025 ohnehin eingeplant sind.

Aus zwei Gesichtspunkten wird das befördert: Zum einen wollen wir unser initial vorgestelltes Projekt noch “abschließen”, zum anderen wollen wir das Projekt weiter fördern, da wir weiterhin überzeugt sind, die richtige Wahl getroffen zu haben.

Diese Aktivitäten von uns können direkt während der angebotenen Programme mit den Teilnehmern stattfinden, sodass wir in die Arbeit mit den Gruppen eingebunden sind, oder sie können im Vorfeld bei der Präparation des Kursgeländes durch uns durchgeführt werden, sodass Tim und sein Team lediglich anleiten müssen und ihre Zeit und Kraft für die eigentliche Arbeit sparen.



Wir sind zuversichtlich, dass wir durch diese Maßnahmen auch unsere Zusammenarbeit und das nachhaltige Verständnis stärken und gleichzeitig einen wertvollen Beitrag zum Gelingen des Projekts leisten können. Die konkrete Umsetzung hat 2024 für uns in der Nachsaison stattgefunden. Wir haben in einem intensiven Einsatz das Kursgelände Winterfest gemacht und allgemeine Arbeiten, wie das Bearbeiten und Lagern von Holz-Vorräten für das kommende Jahr, übernommen. Unser Engagement zeigt, dass wir trotz der Herausforderungen, die die Umstrukturierung mit sich gebracht hat, fest entschlossen sind, das Projekt voranzutreiben und die Partnerschaft zu festigen.

Ausblick

Wir zahlen durch die Unterstützung dieses Projekts auf den Aspekt des 10. Leitsatzes *Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."* ein.

Das Projekt wird auch in 2025 weiter umgesetzt und durch die projektscheune unterstützt.

Weitere Arbeitseinsätze finden Mitte und Ende 2025 statt.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

die projektscheune |

Simply Create UG

Gutenbergstraße 90/1

70197 Stuttgart

Telefon: +49 151 24122005

E-Mail: info@dieprojektscheune.de

Internet: <https://dieprojektscheune.de>

Ansprechperson

Elmar Burke

Telefon: +49 (0) 151 24122005

E-Mail: elmar@dieprojektscheune.de

Stand

01.09.2025