



die schrittmacher



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Klimawin BW

Bericht

2024

Die Schrittmacher GmbH & Co.KG

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	3
2. Die Klimawin BW	4
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	Error! Bookmark not defined.
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	Error! Bookmark not defined.
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	4
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	6
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	6
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	7
4. Unsere Schwerpunktthemen	8
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	8
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	8
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	8
4.4 Leitsatz xx – [Name des Leitsatzes xx]	14
4.5 Leitsatz xy – [Name des Leitsatzes xy]	17
5. Weitere Aktivitäten	24
6. Unser Klimawin BW-Projekt	28
6.1 Das Projekt	Error! Bookmark not defined.
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	Error! Bookmark not defined.
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	Error! Bookmark not defined.
6.4 Ausblick	Error! Bookmark not defined.
Impressum	30

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die schrittmacher GmbH & Co. KG ist eine Full-Service Eventagentur. Wir bieten deutschlandweit Firmenevents jeder Größenordnung an und folgen dabei unserer Leitidee, immer mit individuellen Konzepten maßgeschneidert auf die Anforderungen des Kunden einzugehen. Wir wollen Veranstaltungen schaffen, die bewegen und begeistern. Dadurch entstehen immer wieder aufs Neue unvergessliche Events und zukunftsfähige Veranstaltungskonzepte – keine Veranstaltung ist wie die andere.

Von kleinen Workshops über digitalisierte Events bis hin zu Großgruppen Events – wir führen alles mit Herzblut und Leidenschaft durch, unabhängig von der Gruppengröße. Unser Herz schlägt für Veranstaltungen, die uns und unsere Kunden in gleichem Maße begeistern.

Der feste Kern des schrittmacher Teams besteht aktuell aus vier Festangestellten, einer Praktikantin, einem Studenten, einer Büroassistentin und zahlreichen freien Mitarbeitenden, welche uns auf Veranstaltung tatkräftig unterstützen. Auch unser großes Netzwerk an Trainern, Beratern und Dienstleistern verschiedener Branchen besteht nach wie vor und wir sind in der Lage alles aus einer Hand zu liefern. Ein kompetenter Ansprechpartner, der sich um alles kümmert mit reichlich Erfahrung, um ein gelungenes Event durchzuführen. Full-Service aus Leidenschaft.

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.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

2.2 Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 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.“

2.2.2 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.“

2.2.3 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.“

2.1 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:
www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 29.06.2016

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	ja
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	ja	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	ja	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	ja	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Obdachlosen-Wohlfühltage, Botnang		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: nein	materiell: ja	personell: ja

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 1 - Klimaschutz: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 03: Ressourcen und Kreislaufwirtschaft: „Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“
- Leitsatz 07: Mitarbeitendenrechte und -Wohlbefinden: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“
- Leitsatz 10: Regionaler Mehrwert „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Diese Schwerpunktthemen sind nicht nur wichtige Leitprinzipien unserer Eventagentur, sondern sie spiegeln auch unsere ethischen Werte und unsere Verpflichtung gegenüber unseren Mitarbeitern, Kunden und der Umwelt wider. Aus diesem Pflichtbewusstsein heraus setzen wir uns aktiv mit diesen Themen auseinander, um langfristig zur Nachhaltigkeit, Innovation und dem Schutz unserer Umwelt beizutragen.

Der Klimawandel ist längst nicht mehr zu ignorieren! Im Büroalltag achten wir besonders auf die Reduktion von Emissionen und sehen die Energieeffizienz als ein geschäftliches sowie privates Daueranliegen. Damit einhergehend bauen wir unsere Sparsamkeit in der Ressourcenverwendung weiter aus und achten in unserem Wirtschaften, stark und mit Erfolg, auf eine Kreislaufwirtschaft, die sich vor allem im Umgang mit Verbrauchsartikeln zeigt. Hierbei setzen wir vor allem auf Konzepte der Wiederverwendbarkeit. Die Produktverantwortung spielt eine tragende Rolle in unserem Unternehmen, um negative ökologische Einflüsse zu mindern. Nachhaltig organisierte und durchgeführte Veranstaltungen tragen zur Schonung der Umwelt bei und zeigen unser Engagement für ökologische Verantwortung.

Ein weiterer Hauptfokus lag die letzten Jahre auf dem Mitarbeiterwohlbefinden. Wir sind ein kleines, familiäres Team. Hier machen wir es uns zur Aufgabe unsere Mitarbeitenden niemals nur als Arbeitskraft zu sehen, sondern als Mensch, mit diversen Charaktereigenschaften und Bedürfnissen. Jede/r bringt sich anders ein und leistet seinen/ihren individuellen Beitrag zur symbiotischen Arbeitsstruktur. Wir möchten zufriedene Mitarbeiter, ein gutes Arbeitsumfeld schaffen und Vielfalt und Inklusion fördern. Nur so ist es möglich ein festes Kernteam zustande zu bringen, welches gemeinsam komplexe Veranstaltungen plant und in die Tat umsetzt. Dieser Gedankengang überträgt sich unter anderem auch auf den gepflegten Umgang mit unserem stabilen Netzwerk, bestehend aus Dienstleistern, Partnern, Beratern, ... Wir möchten dieses weiterhin pflegen, um ein regionaler Mehrwert zu bleiben. Ein gesundes Netzwerk führt zu mehr Kommunikation über Nachhaltigkeitsthemen untereinander, verhindert lange Lieferketten und schafft ein gesundes Miteinander in der Region. Unsere Handlungsansätze, um Nachhaltig zu sein, sind nicht ausschließlich ökologischer Natur sondern sparen auch Kosten ein.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Unsere Zielsetzung im Bereich Klimaschutz besteht darin, durch konsequente Maßnahmen unsere Emissionen zu reduzieren, erneuerbare Energien effizient zu nutzen und den Übergang zu einer klimaneutralen Eventorganisation aktiv voranzutreiben. Wir möchten nicht nur unsere eigenen Aktivitäten nachhaltiger gestalten, sondern auch als Vorbild und Multiplikator für klimabewusstes Handeln innerhalb unserer Branche agieren. Unser langfristiges Ziel ist es, durch innovative Ansätze und eine kontinuierliche Verbesserung unserer Prozesse einen messbaren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

Um unsere Ziele im Klimaschutz zu erreichen, haben wir bereits zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, die unsere Emissionen verringern und nachhaltige Alternativen fördern:

- **DKV-Card Climate +Charge:** Mitarbeitende mit Firmenwagen nutzen die erweiterte DKV-Card, die klimafreundliches Tanken und das Laden von Elektrofahrzeugen ermöglicht.
- **Emissionsbewusster Büroalltag:** In unserem Büroalltag legen wir großen Wert darauf, Emissionen auf ein Minimum zu reduzieren. Dazu gehören Maßnahmen wie Energieeffizienz und die Nutzung umweltfreundlicher Alternativen, sowie z.B. möglichst geringer Papier -und Tonerverbrauch unseres Druckers.
- **Integration des Miles-Abos:** Durch die zunehmende Nutzung des Miles-Abos fördern wir die Reduktion von CO₂-Emissionen im Mobilitätsbereich.
- **Elektroauto und PV-Anlage:** Unser Geschäftsführer nutzt ein Elektroauto, das mit der Energie aus seiner Photovoltaikanlage betrieben wird, um Veranstaltungen klimafreundlicher durchzuführen.
- **Job-Bike und Ladestation:** Mitarbeitenden steht ein Job-Bike-Programm zur Verfügung, und im Keller haben wir eine Ladestation für E-Bikes eingerichtet, um nachhaltige Mobilitätslösungen zu fördern.
- **Nachhaltige Veranstaltungstechnik:** Wir arbeiten nahezu ausschließlich mit Licht- und Tontechnikern zusammen, die emissionsarme, moderne Technologien einsetzen.
- **Klimaneutrale Verpflegung:** Beim Mittagessen oder Kaffee to-go achten wir auf klimaneutrale Alternativen. Ein Beispiel ist unser Ansatz, wiederverwendbare Tassen für den Kaffee beim Gastronom gegenüber zu nutzen und diese bei einem erneuten Besuch zurückzubringen.

Mit diesen Maßnahmen verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz im Klimaschutz, der sowohl ökologische Verantwortung als auch wirtschaftliche Effizienz in den Vordergrund stellt. Unser Engagement zeigt, dass nachhaltiges Handeln nicht nur möglich, sondern auch essenziell für eine zukunftsorientierte Unternehmensführung ist.

Ergebnisse und Entwicklungen

Unsere grüne Tankkarte ermöglicht die Einsicht in Kraftstoffverbrauch und die damit verbundenen Kosten. Der Aufwand bei der Abrechnung der Tankbelege ist geringer und mit jedem Tankvorgang leistet man als Unternehmen einen Beitrag zum Klimaschutz.

Die Heizungen werden beim Verlassen des Büros stets ausgestellt, Lichter werden nicht unnötig lange brennen gelassen und wir pflegen im Allgemeinen eine Kultur der Achtsamkeit.

Das Miles-Angebot erfreut sich wachsender Beliebtheit und wird zunehmend für größere Transporte genutzt. Kleinere Botenfahrten hingegen erledigen wir häufig mit dem E-Bike. Das Carsharing bietet eine umweltfreundliche Alternative zum Einzelautoverkehr. Durch die gemeinsame Nutzung der Fahrzeuge kann der CO₂-Ausstoß signifikant reduziert und die Verkehrsbelastung in der Stadt gemindert werden. Bei Bedarf können wir schnell und flexibel auf neue Aufträge oder Änderungen im Ablauf reagieren. Wir wählen die Art der Fahrzeuge individuell aus und sind nicht auf eigene PKWs angewiesen. Durch flexible Parkmöglichkeiten und anpassbare Buchungszeiträume bieten wir unseren Mitarbeitenden maximale Flexibilität, was den Veranstaltungsablauf erheblich erleichtert. Zudem sparen wir Kosten für einen eigenen Fuhrpark, da Ausgaben für Versicherungen, Wartungen und ähnliche Posten entfallen.

Durch die PV-Anlage in Würzburg nutzen wir Strom aus Sonnenenergie für den Bedarf im Büro und für das E-Auto. Sonnenenergie ist eine saubere und erneuerbare Energie.

Um unnötige Strecken zu vermeiden, verbinden wir zeitlich nahe Events miteinander und bilden Fahrgemeinschaften. Diese Maßnahme ist nicht nur klimafreundlich, sondern stärkt auch den Teamzusammenhalt durch gemeinsame Arbeitsreisen.

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Drucker und Verbrauchsmaterial

Kennzahl/Ergebnis:

- Papierverbrauch pro Mitarbeitenden pro Jahr: 500 Blatt (Basisjahr: 2023)
- Tonerverbrauch pro Agentur/Jahr: 2 Tonerkartuschen (Basisjahr: 2023)
- Anteil recyceltes Papier am gesamten Papierverbrauch: 60 %

Zielsetzung bis ins Jahr 2026:

- Reduktion des Papierverbrauchs um 20 % bis 2025 (400 Blatt pro Mitarbeitenden/Jahr)
- 100 % Einsatz von recyceltem Papier bis 2025
- Verringerung des Tonerverbrauchs auf 1 Kartusche pro Jahr durch Optimierung der Druckprozesse

Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr:

- Papierverbrauch 2024: 450 Blatt pro Mitarbeitenden (10 % Reduktion gegenüber 2023)
- Tonerverbrauch 2024: 1,5 Kartuschen (25 % Reduktion gegenüber 2023)

- Anteil recyceltes Papier 2024: 80 % (Anstieg um 20 % gegenüber 2023)

Indikator 2: Integration des Miles-Abos (Basisjahr 2023)

Kennzahl/Ergebnis:

- Anzahl der gefahrenen Kilometer über Miles-Abo (pro Jahr): 8.000 km (Basisjahr: 2023)
- Anteil der Mitarbeitenden, die das Miles-Abo nutzen: 33 %
- Eingesparte CO₂-Emissionen im Vergleich zu individuellen PKW-Fahrten: 1,2 Tonnen CO₂/Jahr

Zielsetzung bis ins Jahr 2026:

- Steigerung der gefahrenen Kilometer über das Miles-Abo auf 12.000 km bis 2026
- Erhöhung des Anteils der Mitarbeitenden, die das Miles-Abo nutzen, auf 75 % bis 2026
- Gesamte CO₂-Reduktion durch Nutzung des Miles-Abos: 1,56 Tonnen CO₂/Jahr bis 2026

Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr:

- 2024: 10.000 gefahrene Kilometer (Anstieg um 25 % gegenüber 2023)
- 2023: Anteil der Mitarbeitenden mit Miles-Abo: 50 % (Steigerung um 15 % gegenüber 2022)

Indikator 3: Elektroauto und PV-Anlage

Kennzahl/Ergebnis (Basisjahr: 2024):

- Gefahrene Kilometer mit dem Elektroauto pro Jahr: 15.000 km
- Anteil der geladenen Energie aus der eigenen PV-Anlage: 70 %
- CO₂-Einsparung durch das Elektroauto im Vergleich zu einem Benzin-/Dieselfahrzeug: 2,5 Tonnen CO₂ pro Jahr

Zielsetzung bis ins Jahr 2026:

- Steigerung der gefahrenen Kilometer auf 16.500 km pro Jahr (+10 % gegenüber 2024)
- Erhöhung des Anteils der aus der PV-Anlage geladenen Energie auf 80 % (+18,6 % gegenüber 2024)
- Erhöhung der CO₂-Einsparung auf 2,5 Tonnen CO₂ pro Jahr (+10 % gegenüber 2024)

4.3.4 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1 und 2 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz	Aktuelles Geschäftsjahr	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	2024	2025		Zieljahr 2025	Reduktionsziel in t CO ₂ e oder %	Zielerreichung in %
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e			
Direkte THG-Emissionen Scope 1	14,85 t CO₂/Jahr	Aktuell in Messung	k.A.	12,16 t CO₂/Jahr	-2,59 t	
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	2,02 T (ca.)	k.A.	k.A.	2025	-0,2 T / 10%	
Indirekte THG-Emissionen Scope 3 (optional)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Unsere Agentur hat im Jahr 2023 erstmals eine **Treibhausgasbilanz (THG-Bilanz)** erstellt, um eine fundierte Grundlage für zukünftige Reduktionsmaßnahmen zu schaffen. Die Bilanz umfasst **Scope 1 und Scope 2**, während Scope 3 derzeit nicht vollständig erfasst wird.

Unsere **Hauptquellen für Treibhausgasemissionen** sind:

- **Scope 1:** Heizenergie für unsere Büroflächen (zentrales Heizsystem mit Gas und Fernwärme)
- **Scope 2:** Firmenfahrzeuge (Diesel-, Benzin- und Elektrofahrzeuge mit gemischtem Strommix)

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Ausgangsbilanz erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Basierend auf unserer **THG-Ausgangsbilanz für 2023** haben wir ein **Reduktionsziel von 10 %** bis zum Jahr 2026 festgelegt.

Reduktionsziel:

- **Reduktion von 1,42 t CO₂** (10 % von 14,18 t CO₂)
- **Zielwert für 2026: 12,76 t CO₂**

Zeitraum: 2023 → 2026

- Scope 1: Reduktion durch Heizungsoptimierung (z. B. effizientere Nutzung, Senkung des Energieverbrauchs)
- Scope 2: Reduktion durch Flottenoptimierung (z. B. Umstellung auf emissionsärmere Fahrzeuge, Förderung von Alternativen wie Carsharing)

Scope Aktuell (2023) Ziel (2026) Reduktion

Scope 1 2,02 t CO₂ **1,82 t CO₂ -10 %**

Scope 2 12,16 t CO₂ **10,94 t CO₂ -10 %**

Gesamt 14,18 t CO₂ **12,76 t CO₂ -1,42 t CO₂**

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Um unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren, haben wir folgende Maßnahmen in Scope 1 und 2 eingeleitet:

Maßnahmen in Scope 1 (Heizung & Energie):

- Optimierte Heizungsnutzung: Raumtemperaturen überprüft und angepasst
- Energieeffiziente Maßnahmen im Büro: Bewusstere Nutzung von Heizenergie

Maßnahmen in Scope 2 (Firmenfahrzeuge & Mobilität):

- Umstellung des Strommixes für den Hyundai Kona auf 70 % Ökostrom
- Nutzung des Miles-Abos als Alternative zu Firmenfahrzeugen
- Optimierung der Fahrstrecken & Fahrgemeinschaften zur Reduzierung des Dieserverbrauchs
- Prüfung der Anschaffung eines weiteren emissionsarmen Fahrzeugs

Zwischenergebnisse & Entwicklungen:

- Reduzierung des Heizenergieverbrauchs um ca. 5 % durch effizientere Nutzung
- Bewusstere Nutzung der Firmenfahrzeuge, um unnötige Fahrten zu vermeiden
- Erhöhte Nutzung nachhaltiger Mobilitätsangebote (z. B. Carsharing)

4.3.5 Ausblick

4.4 Ausblick

Für das kommende Berichtsjahr setzen wir uns folgende **weitere Maßnahmen & Ziele**:

- Evaluierung weiterer Energieeinsparmaßnahmen für Scope 1
- Erhöhung des Ökostromanteils auf 100 % für Scope 2
- Langfristige Überprüfung der Fuhrparkstrategie mit Fokus auf emissionsarme Lösungen
- Intensivere Nutzung von Carsharing und alternativen Mobilitätslösungen
- Messbare CO₂-Reduktion im nächsten Berichtsjahr dokumentieren

Künftige Entwicklung:

Wir werden unsere Fortschritte regelmäßig messen und unsere Strategie zur CO₂-Reduktion kontinuierlich anpassen. Unser Ziel ist es, durch effektive Maßnahmen langfristig klimaneutraler zu wirtschaften.

4.5 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

4.5.1 Zielsetzung

Leitsatz 03: Ressourcen und Kreislaufwirtschaft: „Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Durch die Umstellung auf die **digitale Buchhaltung** konnten wir die Genauigkeit unserer Finanzdokumentation deutlich steigern, gleichzeitig wertvolle Zeit sparen und den Papierverbrauch deutlich reduzieren, was einen positiven Beitrag zu unserer Nachhaltigkeit leistet. Auch bei internen Abläufen und Veranstaltungen achten wir verstärkt auf eine Minimierung des Papierverbrauchs.
- Wir arbeiten weiterhin mit Partnern zusammen, die unsere Werte teilen und alternative, **nachhaltige Lösungen anbieten**. Dazu zählen unter anderem Caterer, die auf regionale und umweltfreundliche Zutaten setzen, sowie Anbieter von **energieeffizienter Beleuchtung** oder Tontechnik. Diese Kooperationen tragen dazu bei, den Energieverbrauch bei unseren Veranstaltungen zu senken und den **Fokus auf erneuerbare Energien** zu legen.
- Die **Reduzierung von Einwegartikeln** ist besonders bei Veranstaltungen ein wichtiger Schritt. Wir beraten unsere Kunden zu **nachhaltigen Alternativen**, insbesondere bei Geschirr, Dekoration und Give-Aways. Unsere neuen Konzepte betonen nicht nur die Umweltfreundlichkeit, sondern auch den Wert der Materialien und Gegenstände, was in einem kreativen Eventkonzept ebenfalls von Vorteil ist.

- Wir legen großen Wert darauf, Materialien nicht einfach achtlos wegzuwerfen, sondern suchen schon während der **Beschaffung nach Lösungen zur Weiterverwendung**. Sollte dennoch Abfall bei einer Veranstaltung entstehen, stellen wir sicher, dass die richtigen Container vor Ort sind, um **ordnungsgemäße Entsorgung** und Trennung der Abfälle zu gewährleisten.
- Bei unseren Teamevents, die oft für mehrere Hundert Personen organisiert werden, setzen wir auf eine „**Kombinationsstruktur**“, bei der gleiche Materialien wie Holz oder Pappe für verschiedene Projekte genutzt werden. Unser Lager ist dadurch gut bestückt, ohne dass häufig Nachbestellungen nötig sind, was Ressourcen spart und gleichzeitig ein vielfältiges Angebot ermöglicht.

4.5.3 Indikatoren

In den letzten beiden Jahren haben wir die Umstrukturierung unserer Büroflächen weiter vorangetrieben. Unsere Büroräume dienen nun nicht mehr als Lager, sondern werden vorteilhafter für unsere Mitarbeitenden und deren Bedürfnisse genutzt. Im Keller haben wir eine effiziente Lagerstruktur geschaffen, die uns die Prozesse in der Veranstaltungsvorbereitung erheblich erleichtert.

Die Verwendung von Holz und Pappe ist ein wesentlicher Bestandteil vieler unserer Teamevents. Dank unseres organisierten Lagers sind die Bestände übersichtlicher. So nutzen wir über Jahre hinweg die gleichen Teamschilder, Kennzeichnungen, Tourbooks und Akkreditierungen und verzichten, wo immer möglich, auf Beschriftungen oder individualisierte Gimmicks.

Wir haben uns erneut zum Ziel gesetzt, Restbestände von unseren Veranstaltungen bestmöglich weiterzuverwenden, indem wir sie an Bedürftige oder Institutionen spenden, die davon profitieren können. So haben unser Student und unsere Praktikantin gemeinsam aus Bühnenrückwänden neue Mooswände für ein besseres Raumklima geschaffen. Auch unsere Tische und Teile unserer Möbel sind Leihgaben unserer Kunden.

Darüber hinaus verschenken wir ab diesem Jahr vermehrt künstlerisches Material an die Jugendkunstschule Stuttgart. Wir sind überzeugt, dass das Material dort sinnvoll verwendet wird und den Kindern Freude bereitet. Oft handelt es sich um besondere Materialien, die nicht zum alltäglichen Repertoire der Kunstschule gehören. Wir freuen uns, einen neuen sozialen Aspekt in unsere Ressourcenverantwortung integriert zu haben.

Auch bei Give-Aways, also kleinen Geschenken für unsere Besucherinnen und Besucher, legen wir Wert auf innovative und nachhaltige Umsetzungsmöglichkeiten und möchten uns zunehmend von herkömmlichen Einwegartikeln distanzieren. So erhielten beispielsweise die Gäste einer Veranstaltung mit magischer Thematik wiederverwendbare Eiswürfel und einen Gin zum Selbermischen.

Für einen Kunden veranstalten wir jedes Jahr ein großes Event mit Teilnehmenden aus dem Finanzsektor. Dabei wurde im letzten Jahr das Material der großen Bühnenrückwand nicht

einfach entsorgt, sondern an den Caritasverband für Stuttgart e.V. gespendet. Daraufhin nähte die Lederschmiede für Menschen mit Behinderung stilvolle Geldbeutel aus dem Material, die im nächsten Jahr an die Teilnehmenden verteilt werden. Wir führen dieses Projekt nun zum zweiten Mal durch und sind begeistert von der Zusammenarbeit und dem positiven Feedback!

Bei unserem Event-Catering achten wir stets darauf, dass so wenig Essen wie möglich weggeworfen wird. Wir ermutigen unsere Mitarbeitenden, auch die von Dienstleistern, dazu, Essen mitzunehmen und vor Ort zu genießen.

Indikator 1: digitale Buchhaltung

Kennzahl/Ergebnis:

- Anzahl der Rechnungen pro Jahr (Eingang & Ausgang): 2.000
- Papierverbrauch durch Buchhaltung (Basisjahr 2024): 6.000 Blatt Papier
- CO₂-Emissionen durch Papierverbrauch (Basisjahr 2024): 30 kg CO₂

Zielsetzung bis ins Jahr 2026:

- Reduktion des Papierverbrauchs um 90 % durch vollständige Digitalisierung → Ziel: 600 Blatt pro Jahr
- Reduktion der CO₂-Emissionen um 90 % → Ziel: 3 kg CO₂ pro Jahr
- Einführung eines papierlosen Workflows für Rechnungen und Belege

Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr:

- Papierverbrauch 2024: 6.000 Blatt
- Papierverbrauch 2025 (Übergangsphase): 3.000 Blatt (-50 %)
- Papierverbrauch 2026: 600 Blatt (-90 % gegenüber 2024)
- CO₂-Reduktion 2026: -90 % auf 3 kg CO₂

Indikator 2: Beschaffung nach Lösungen zur Weiterverwendung/ nachhaltige Lösungen anbieten

Kennzahl/Ergebnis (Basisjahr: 2024):

- Anzahl der eingesetzten Materialien pro Jahr: ca. 5.000 Artikel (z. B. Teamschilder, Dekorationsmaterial, Akkreditierungen)
- Wiederverwendungsquote 2024: ca. 50 % → 2.500 Materialien wiederverwendet
- Gespendete Materialien 2024: ca. 20 % → 1.000 Materialien gespendet
- Neubeschaffte Materialien 2024: ca. 1.500 Stück

Zielsetzung bis ins Jahr 2026:

- Erhöhung der Wiederverwendungsquote auf ca. 80 % → 4.000 Materialien wiederverwenden
- Steigerung der Spendenquote auf ca. 30 % → 1.500 Materialien spenden
- Reduktion der Neubeschaffung um über ca. 130 % (theoretisch mehr Materialien recyceln/spenden als neu kaufen)

Die Zahlen sind Circa, da wir bei diesen Materialien keinen 100%ig genauen Bestand zählen, sondern dieser sich nur zu etwa 95% dokumentieren lässt.

4.5.4 Ausblick

Im nächsten Jahr möchten wir die Zusammenarbeit mit der Initiative Trash Galore intensivieren. Sie setzen sich mit Erfolg für die Kreislaufwirtschaft in der Eventbranche ein und liefern messbare Daten für die Abfallvermeidung. Der Aspekt der Messbarkeit wird zu einem Faktor, welcher uns immer mehr am Herzen liegt, um erreichte Ziele sichtbar zu machen und Verbesserungsmöglichkeiten zahlenbasiert einzusehen. Wir möchten unsere Full-Service-Struktur weiter auszubauen und versuchen, Dienstleister teilweise selbst zu ersetzen. Vor allem, wenn es um Mobiliar oder Items geht, die wir öfter verwenden, möchten wir darauf achten selbst nachhaltige und hochwertige Produkte zu beschaffen, welche langlebig sind und unnötige Transportwege minimieren. Auch das Lager soll weiter ausgebaut werden, um weiterhin eine ressourcensparende Event-Abwicklung garantieren zu können.

- Zusammenarbeit mit nachhaltigen Initiativen und bedürftigen Vereinen intensivieren
- Unser Ziel: Kreislaufwirtschaft sichtbar machen

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -Wohlbefinden

4.5.5 Zielsetzung

Die Schrittmacher sind eine kleine, aber feine Agentur mit zwei Geschäftsführern und einer Hand voll festangestellter Mitarbeiter. Wir arbeiten immer weiter daran, unseren Mitarbeitenden eine Büro-Atmosphäre zu bieten, welche Raum für individuelle Entfaltung ermöglicht und gleichzeitig ein Wohlfühlort des Austausches und Miteinanders schafft. Wir respektieren unterschiedliche Lebensrealitäten und integrieren diese in die Unternehmensstruktur. Egal ob diese Bedürfnisse einen familiären, gesundheitlichen oder anderen persönlichen Ursprung haben. Wir setzen uns immer das Ziel, Mitarbeitende langfristig bei uns zu beschäftigen und Ihnen die Vereinbarkeit mit Beruf und Privatleben, trotz Branchenbedingter Arbeitszeiten, zu ermöglichen und erleichtern. Es wird immer aufs Neue eine Challenge bleiben alle Bedürfnisse unter einen Hut zu bekommen, wir ergreifen aber immer neue Maßnahmen, um unseren wertvollen Standards gerecht zu bleiben. Wir haben Ende dieses Jahres (2024) einen dualen Studenten im Team Willkommen geheißen. Wir integrieren ihn von Anfang an in Arbeitsprozesse unterschiedlichster Bereiche und wir erarbeiten gemeinsam eine Arbeitsstruktur, die es ermöglichen soll, die facettenreiche Eventbranche mit einem erfolgreichen Theorieteil zu verbinden. Außerdem

beschäftigen wir auch in diesem Jahr wieder eine Praktikantin welche eng mit unserem Studenten zusammenarbeitet. Ab 2025 dürfen wir eine neue Büroassistentin begrüßen. Wir freuen uns die neuen Mitarbeitenden zu integrieren und sind gespannt auf deren Ideen und Arbeitsweisen.

4.5.6 Ergriffene Maßnahmen

- Wir sind kulant bei der Gestaltung der Arbeitszeit. Unser, im letzten Jahr eingestellter, fester Mitarbeiter bringt morgens oft die Kinder zur Schule. Andere machen Sport. Auch wenn man wegen eines Termins mal früher das Büro verlässt, wird nicht diskutiert.
- Es werden ständig neue Möbel oder andere Stimmungsmacher in die Büro- und Aufenthaltsräume integriert. Hierbei sind der Kreativität unserer Mitarbeitenden keine Grenzen gesetzt. Wir wollen den Alltag dadurch fröhlicher gestalten und besonders Student/innen und Praktikant/innen zur handwerklichen Arbeit animieren.
- Auch unsere Wände wurden von Graffiti-Sprayern aus der Region besprüht. Diese Gemälde bringen eine lockere Atmosphäre mit sich und sollen den Anreiz auslösen, selbst kreativ zu werden. Bilder, Pflanzen dürfen aufgestellt werden, um ein besseres Raumklima zu garantieren
- In diesem Zug hat auch jeder die Möglichkeit seinen/ihren Arbeitsplatz individuell zu gestalten. Wir möchten eine wohlige Atmosphäre schaffen, in der jeder alles vorfindet, was er/sie für sich benötigt, um die beste Leistung zu bringen. Wir arbeiten gerne unter einem Dach und haben die Möglichkeit, Angelegenheiten persönlich zu besprechen.
- Durch die günstige Kombination unserer deutschlandweiten Events haben wir mehrmals im Jahr die Situation, dass wir zusammen auf "schritti-tour" gehen. Durch diese Reisen verbinden wir Arbeitszeit mit schönen gemeinsamen Momenten.
- Als kleine Agentur möchten wir unseren Mitarbeitenden trotzdem gewisse Benefits ermöglichen. Daher darf sich weiterhin jeder zwischen einem Deutschlandticket oder einer Bezuschussung für ein Sportangebot entscheiden.
- Untereinander wird immer Absprache, über laufende oder zukünftig anstehende Projekte gehalten, um unterschiedliche Ansichtsweisen mit in den kreativen und organisatorischen Prozess einer Veranstaltung einzubeziehen. Dadurch generieren wir eine diverse Unternehmensidentität und profitieren von gegenseitigen Tipps und Herangehensweisen.
- Die Integration unseres Studenten und der Praktikantin zeigt sich als positiv und es gibt eine direkte Ansprechperson, welche todo's verwaltet und Arbeitsprozesse erläutert. Wir bringen Ihnen die unterschiedlichen Bereiche der Eventplanung, von Planung bis Durchführung, nahe, ohne Sie zu überlasten.

4.5.7 Ergebnisse und Entwicklungen

Nachhaltigkeit und Mobilität:

Über zwei Drittel unserer Belegschaft nutzt den öffentlichen Nahverkehr oder das Fahrrad für den Arbeitsweg. Für das E-Bike unseres Studenten steht eine Ladestation im Keller bereit. So fördern wir umweltbewusste Mobilität und unterstützen die nachhaltige Gestaltung des Arbeitsalltags.

Der flexible Meetingraum als kreativer Treffpunkt:

Unser sich ständig wandelnder Meetingraum ist fest in den Arbeitsalltag integriert und wird vor allem für unsere Jour-Fix am Montagmorgen als gemeinsame Besprechungszentrale genutzt. Wenn uns externe Besucher im Büro treffen, dient der Raum als kreativer Space für neue Ideen und als Ort des Austauschs. Ob Dienstleister oder Kunden – an der großen Tafel finden genügend Personen Platz, um in entspannter Atmosphäre zusammenzuarbeiten.

Ein positives Arbeitsklima:

Das gelassene Büroklima trägt dazu bei, dass Missverständnisse im Allgemeinen vermieden werden. Diskussionen werden konstruktiv und gesund geklärt, sodass jeder seinen Platz im Team findet. Diese Atmosphäre sorgt dafür, dass die Zusammenarbeit harmonisch und effektiv bleibt.

Gemeinsam wachsen und nachhaltige Events gestalten:

Durch die gemeinsame Planung und Durchführung von Events sowie nachhaltige Reisen wird das Team noch stärker zusammengeschweißt. Besonders unseren Studenten und Praktikanten bieten sich dabei wertvolle Einblicke in die Veranstaltungsorganisation und Eventdurchführung. Neben der Arbeit stehen wir auch für persönliche Themen wie Wohnungssuche oder unirelevante Fragen als Ansprechpartner zur Verfügung.

Grüne Akzente im Büro:

Als wir von einem großen Finanzkongress übrig gebliebene Moos-Platten geschenkt bekamen, nutzten unsere Mitarbeitenden die Gelegenheit, mobile Mooswände zu bauen. Diese bereichern nun unseren Arbeitsalltag mit frischer Luft und angenehmem Grün. Eine dieser Mooswände findet sich auch im offenen Esszimmer, das in Kombination mit einer kleinen Tafel und Barhockern der perfekte Ort ist, um gemeinsam das Mittagessen zu genießen und sich auszutauschen.

Raum für Privatsphäre und Konzentration:

Das Büro ist so gestaltet, dass sich niemand gegenseitig auf den Füßen steht. Es gibt ausreichend Rückzugsräume, um sich lauten Geräuschen zu entziehen und in Ruhe zu arbeiten. Diese durchdachte Gestaltung sorgt für eine produktive und angenehme Arbeitsatmosphäre.

4.5.8 Indikatoren

Indikator 1: Nachhaltigkeit und Mobilität:

- Kennzahl/Ergebnis:
 - ÖPNV- oder Fahrradnutzung im Team: 67 % der Mitarbeitenden
 - CO₂-Reduktion durch nachhaltige Arbeitswege (geschätzt): 3 Tonnen CO₂ pro Jahr
- Zielsetzung bis 2026:
 - Steigerung der umweltfreundlichen Mobilität auf 80 %
- **Ausbau der Fahrrad-Infrastruktur** (zusätzliche Abstellmöglichkeiten und Förderungen)
- Prüfung auf E-Firmenwagen oder Jobticket-Modelle

Indikator 2: Grüne Akzente im Büro

▪ Kennzahl/Ergebnis:

Anzahl der installierten Mooswände: 3

Verbesserung der Luftqualität: Subjektiv spürbar, keine Beschwerden mehr über trockene Luft

Gemeinsame Essbereiche eingerichtet: Ja

▪ Zielsetzung bis 2026:

Weitere **Mooswände** auf andere Bürobereiche ausweiten

Messbare CO₂-Absorption und Feinstaubbindung durch Pflanzen ermitteln

Nachhaltige Möbelnutzung weiter fördern (z. B. Mehrweg-Büromaterialien und Upcycling)

4.5.9 Ausblick

Trotz meist akzeptabler Gesprächslautstärke kommt es in der Eventbranche häufiger zu lauten Gesprächen. Wir möchten natürlich Euphorie und Bestimmtheit vermitteln. Deshalb arbeiten wir an einer Lösung für eine Art Ruheraum oder suchen nach Alternativlösungen. Auch die Mittagspause wollen wir verstärkt zu einer Zeit des Austausches machen und Anfangen füreinander zu kochen. Das spart Geld, animiert neue Gerichte auszuprobieren und schafft achtsamen Umgang im Miteinander. Wir versuchen gemeinsame Aktionen regelmäßiger in den Arbeitsalltag zu integrieren, um den Teamgeist weiter zu stärken. Auch der Meetingraum soll ausgebaut werden, um eine noch angenehmere und funktionalere Arbeitsumgebung zu schaffen. So sollen beispielsweise die Fenster künftig abgedunkelt werden können, um Blenden bei Videocalls zu vermeiden. Zudem möchten wir mehr gemütliche Sitzmöglichkeiten bereitstellen und andere Raumnutzungen optimieren. Obwohl Kulanz bei den Arbeitszeiten ein wichtiger Bestandteil unserer Maßnahmen zur Förderung des Wohlbefindens ist, möchten wir anfangen, Kernzeiten zu definieren, um zu garantieren, dass am Morgen to dos besprochen und Arbeitsaufträge besser verteilt werden können. Das ist vor allem für neue Mitarbeitende von Vorteil, um Arbeitsabläufe und die Struktur besser zu verstehen. So haben alle einen besseren Überblick und Misskommunikation kann vermieden werden. Mit diesen Initiativen sind wir für die kommende Zeit gewappnet und können langfristige Zufriedenheit und Effizienz im Team garantieren.

- Unser Ziel: Für Mitarbeiterwünsche wollen wir weiterhin ein offenes Ohr haben und auf solche eingehen, wenn sie finanziell und strukturell leicht umsetzbar sind.
- Wir streben an, unsere internen Arbeitsprozesse zu vereinheitlichen und zu beschleunigen, um agiler und effizienter arbeiten zu können. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das sowohl Flexibilität als auch Struktur bietet.

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

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

4.6 Zielsetzung

Unsere Agentur ist tief in der Region verwurzelt und setzt sich aktiv für die Stärkung der lokalen Wirtschaft und Gemeinschaft ein. Wir glauben daran, dass unser wirtschaftliches Handeln nicht nur uns, sondern auch unserem Umfeld zugutekommen sollte.

Daher verfolgen wir folgende Ziele:

- Förderung regionaler Unternehmen durch bevorzugte Vergabe von Aufträgen an lokale Dienstleister und Lieferanten.
- Unterstützung von sozialen, kulturellen und ökologischen Initiativen in der Region.
- Nachhaltige Nutzung und Weiterverwendung von Ressourcen, um lokale Wertschöpfungsketten zu stärken.
- Stärkung der Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und gemeinnützigen Organisationen.
- Förderung regionaler Talente durch Kooperationen mit Hochschulen, Bildungseinrichtungen und sozialen Einrichtungen.

Diese Ziele sollen sicherstellen, dass unser Unternehmen nicht nur erfolgreich wirtschaftet, sondern auch langfristig einen positiven Beitrag zur Entwicklung der Region leistet.

4.7 Ergriffene Maßnahmen

Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern:

- **75 % unserer Lieferanten** stammen aus der Region.
- Bevorzugung von **lokalen Catering-Anbietern, Technikfirmen und Druckereien** für unsere Veranstaltungen.
- Nachhaltige **Leihmöbel von regionalen Partnern** für unsere Events, um Transportwege zu minimieren.

Spenden und soziale Projekte:

- Weiterverwendung von übrig gebliebenem Eventmaterial durch **Spenden an lokale Einrichtungen**, z. B. die **Jugendkunstschule Stuttgart**.
- Bühnenmaterial wurde gespendet und von der **Caritas Stuttgart** für Upcycling-Projekte genutzt (z. B. Herstellung von Taschen aus alten Bühnenrückwänden).

- Künstlerisches Material, das nicht mehr benötigt wird, geht an lokale **Schulen und soziale Initiativen**.

Förderung lokaler Kunst und Kultur:

- **Kooperation mit lokalen Künstlern** zur Gestaltung unserer Büroflächen (z. B. Graffiti-Kunstwerke).
- Unterstützung von **regionalen Musikern und Kunstschaffenden** durch die Integration in unsere Events.

Nachhaltige Eventorganisation mit regionalem Fokus:

- **Veranstaltungsorte bevorzugt in der Region buchen**, um lokale Infrastruktur zu stärken und Transportwege zu reduzieren.
- Nachhaltige Produktion von Eventmaterialien mit Partnern aus der Umgebung.

Kooperationen mit Bildungseinrichtungen:

- **Praktikumsplätze und Werkstudentenstellen** für Studierende aus der Region.
- Zusammenarbeit mit Hochschulen und Berufsschulen für nachhaltige Eventprojekte.

4.8 Ergebnisse und Entwicklungen

- **75 % der Zulieferer stammen aus der Region** (angestrebtes Ziel: **85 % bis 2026**).
- **Mehrere Materialspenden an soziale Einrichtungen** umgesetzt, z. B. für kreative Upcycling-Projekte.
- **Zusammenarbeit mit lokalen Künstlern und Handwerkern gefördert**, um nachhaltige und kulturell wertvolle Projekte zu realisieren.
- **Regionale Veranstaltungsorte priorisiert**, um Transportwege und CO₂-Emissionen zu minimieren.

4.9 Ausblick

- **Ausbau der regionalen Lieferketten**, um bis **2026 mindestens 85 % der Dienstleistungen aus der Region** zu beziehen.
- **Entwicklung neuer lokaler Partnerschaften** für nachhaltige Projekte und soziale Verantwortung.
- **Weiterführung der Spendenaktivitäten** für nicht mehr benötigte Eventmaterialien und Ressourcen.

- **Langfristige Kooperationen mit Hochschulen und Bildungseinrichtungen intensivieren**, um Nachwuchstalente zu fördern und praxisnahe Projekte zu ermöglichen.
- **Förderung nachhaltiger und sozialer Projekte** in Zusammenarbeit mit lokalen Initiativen.

4.10 Fazit:

Durch unser konsequentes Engagement für den regionalen Mehrwert stärken wir nicht nur die lokale Wirtschaft, sondern tragen auch aktiv zur sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit in unserer Umgebung bei. Mit unseren zukünftigen Maßnahmen und Kooperationen wollen wir diesen positiven Einfluss weiter ausbauen und langfristig festigen.

5. Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

5.1 Leitsatz 02 – Klimaanpassung

Ziele:

- Nachhaltige Eventplanung unter Berücksichtigung klimatischer Veränderungen
- Reduktion von Hitze- und Wetteranfälligkeit bei Outdoor-Events
- Minimierung klimabedingter Risiken für Eventlogistik

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bevorzugung von Veranstaltungsorten mit nachhaltiger Infrastruktur (z. B. Solaranlagen, gute Dämmung)
- Nutzung von wasserfesten und wiederverwendbaren Materialien für Wetterschutz
- Schulung der Mitarbeitenden zu klimabewusster Planung und Umsetzung von Events

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Anpassung von Eventlogistik und Materialwahl an klimatische Herausforderungen
- Reduktion wetterbedingter Ausfälle und Materialschäden

Ausblick:

- Entwicklung eines standardisierten Notfallkonzepts für extreme Wetterbedingungen

5.2 Leitsatz 04 – Biodiversität

Ziele:

- Förderung von grünen Eventkonzepten mit mehr Naturintegration
- Minimierung der ökologischen Auswirkungen von Veranstaltungen

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bevorzugung von Veranstaltungsorten mit naturnaher Gestaltung und Grünflächen
- Integration von Pflanzenwänden und nachhaltigen Dekorationen in Eventdesigns
- Zusammenarbeit mit lokalen Umweltorganisationen zur Förderung der Biodiversität

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mooswände und nachhaltige Begrünung in Büro- und Eventräumen etabliert
- Erhöhte Sensibilisierung für Biodiversität in der Eventbranche

Ausblick:

- Entwicklung von Eventformaten, die aktiv zur Biodiversitätsförderung beitragen (z. B. Baumpflanzaktionen)

5.3 Leitsatz 05 – Produktverantwortung

Ziele:

- Nachhaltige Materialauswahl für Eventproduktionen
- Reduktion von Einwegartikeln und umweltbelastenden Materialien

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einsatz von recycelbaren, wiederverwendbaren oder biologisch abbaubaren Materialien
- Bevorzugung von nachhaltigen Giveaways (z. B. Mehrwegprodukte statt Einwegartikel)
- Prüfung der Nachhaltigkeit von Drucksachen (z. B. FSC-zertifiziertes Papier)

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 70 % der verwendeten Eventmaterialien sind wiederverwendbar oder nachhaltig produziert
- Einwegprodukte in Eventproduktionen um 50 % reduziert

Ausblick:

- Erhöhung des Anteils nachhaltiger Materialien auf 90 % bis 2026

5.4 Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

Ziele:

- Sicherstellung fairer Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Förderung von ethisch verantwortungsvollen Lieferantenbeziehungen

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bevorzugung von Lieferanten mit nachgewiesenen Sozial- und Umweltstandards
- Klare Vereinbarungen mit Partnern zur Einhaltung von Arbeitsrechten
- Verzicht auf Materialbeschaffung aus nicht zertifizierten Quellen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 80 % der Lieferanten erfüllen definierte soziale und ökologische Kriterien
- Erste Lieferkettenanalyse zur Bewertung der Arbeitsbedingungen abgeschlossen

Ausblick:

- Vollständige Umstellung auf sozial nachhaltige Lieferanten bis 2026

5.5 Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

Ziele:

- Stärkung des Dialogs mit Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit über nachhaltige Eventkonzepte
- Förderung von transparenter Kommunikation und Mitgestaltungsmöglichkeiten

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Abstimmung mit Kunden zu nachhaltigen Eventoptionen
- Integration von Feedback-Systemen zur Evaluierung nachhaltiger Maßnahmen

- Beteiligung an lokalen Nachhaltigkeitsnetzwerken und Branchendialogen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erhöhte Nachfrage nach nachhaltigen Eventkonzepten durch aktive Beratung
- Positive Resonanz von Partnern auf nachhaltige Maßnahmen

Ausblick:

- Aufbau einer Nachhaltigkeits-Community in der Eventbranche

5.6 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Ziele:

- Sicherung langfristiger wirtschaftlicher Stabilität
- Nachhaltiges Unternehmenswachstum mit sozialer Verantwortung

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Fokus auf nachhaltige, wirtschaftlich rentable Eventformate
- Langfristige Kundenbindung durch nachhaltige Beratung und Qualität
- Förderung von internen Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitenden

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Umsatzstabilität trotz Branchenschwankungen durch nachhaltige Konzepte
- Erfolgreiche Integration von dualen Studierenden und Praktikanten ins Unternehmen

Ausblick:

- Skalierung nachhaltiger Geschäftsmodelle für zukünftiges Wachstum

5.7 Leitsatz 11 – Transparenz

Ziele:

- Offene Kommunikation über nachhaltige Maßnahmen und Fortschritte

Erhöhung der internen und externen Nachvollziehbarkeit von Nachhaltigkeitszielen

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Erstellung und Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts
- Regelmäßige Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen für das Team
- Klare Kommunikation der Nachhaltigkeitsrichtlinien an Kunden und Partner

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erster Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und positive Resonanz erhalten
- Erhöhte Kundenanfragen zu nachhaltigen Eventlösungen

Ausblick:

- Weitere Digitalisierung zur Verbesserung der Datenverfügbarkeit und Berichterstattung

5.8 Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

Ziele:

- Nachhaltigkeit als festen Bestandteil der Unternehmenskultur etablieren
- Mitarbeitende und Partner aktiv in nachhaltige Prozesse einbinden

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung eines internen Anreizsystems für nachhaltiges Verhalten (z. B. nachhaltige Mobilitätsförderung)

- Förderung von Innovationsprojekten mit Nachhaltigkeitsfokus
- Austausch mit anderen Unternehmen über Best Practices

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Nachhaltigkeitsmaßnahmen wurden aktiv von Mitarbeitenden und Kunden aufgenommen
- Erste Pilotprojekte zur Nachhaltigkeitstransformation erfolgreich umgesetzt

Ausblick:

- Weiterentwicklung von Nachhaltigkeits-Workshops und Schulungsangeboten

6. Unser Klimawin BW-Projekt

6.1 Das Projekt

Dieses Jahr durften wir den Obdachlosen-Wohlfühltag in Botnang in der Nikodemuskirche mit begleiten, organisieren und auch finanziell unterstützen.

Es wurde ein Ort geschaffen an welchem Menschen, die auf der Straße leben und oft von der Gesellschaft vernachlässigt werden, sich wohlfühlen und Ihre Bedürfnisse erfüllen konnten.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Michael Richter, der Ideenbringer, holte uns mit seiner Vision ins Boot. Wir waren sofort von der Idee überzeugt und wollten unterstützen, wo wir nur können. Gemeinsam rockten wir die Veranstaltung und sammelten dabei nicht nur wichtige Erfahrungen, sondern auch unvergessliche Erinnerungen.

Michael war selbst obdachlos und hat eine tragische Vergangenheit hinter sich. Diese Erfahrungen haben ihn geprägt und motiviert, sich mit ganz viel Herz für die Obdachlosen seiner Stadt einzusetzen und er konnte an dem Tag ca. 250 Menschen ohne Zuhause mobilisieren. Das zeugt von großem Engagement und Wille für seine Idee.

Die Vorbereitungen waren intensiv. Wir schrieben Ablaufpläne, organisierten Sanitäranlagen und sorgten dafür, dass kostenfreie Licht- und Tontechnik von b&b zur Verfügung stand. Der Veranstaltungstag war ein voller Erfolg und übertraf unsere Erwartungen bei weitem:

Es gab einen Friseur, der den Menschen einen neuen Look schenkte, Ärzte kümmerten sich um kranke und verletzte. Sogar ein Tierarzt war vor Ort und verarztete die geliebten Tiere. Ein Zeichen dafür, dass auch die vierbeinigen Begleiter nicht vernachlässigt werden sollten. Ein Optiker stellte kostenfrei Brillen zur Verfügung. Während des gemeinsamen Essens und Trinkens entstand eine Atmosphäre des Austauschs und der Gemeinschaft. Die Gespräche waren tiefgründig und viele teilten ihre Geschichten und Erlebnisse aus dem Alltag auf der Straße.

Unsere zwei Mitarbeitenden Vorort haben tatkräftig unterstützt. Es war aber kein schöner Anblick, erzählt uns unsere Kollegin. Es ist erschreckend, wie schlecht es manchen Menschen geht. Umso stolzer durften die beiden auf sich sein, als das Event abgewickelt war.

Wir arbeiten weiterhin eng mit dem Caritasverband für Stuttgart zusammen und haben auch dieses Jahr wieder Jacken gespendet, um den Menschen auf der Straße in der kalten Winterzeit etwas Wärme zu schenken.

Umfang der Förderung: 2 Personen für ca. 3 Tage jeweils (6 MannTage Projektleitung)

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Durch das Projekt haben wir, gemeinsam mit Michael, vielen Obdachlosen eine große Freude bereitet. Die Angebote wurden gerne angenommen und die Auswahl gelobt. Durch dieses Projekt wurde vielen Menschen gesundheitlicher und seelischer Beistand geleistet. Auch wir selber durften wichtige Erfahrungen machen, die uns bewegten und zum Umdenken motivierten. Ein achtsamer Umgang mit der Umwelt und die Wertschätzung eigener Privilegien hilft, um einen positiven Beitrag zur Gesellschaftsstruktur zu leisten.

6.4 Ausblick

Die Zusammenarbeit mit dem Caritasverband für Stuttgart wird auch in den nächsten Jahren weitergeführt. Wir sind immer offen für neue Projekte dieser Art in die Tat umzusetzen und schon fleißig auf der Suche nach Initiativen, die wir in Stuttgart unterstützen können.



die schrittmacher



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

die schrittmacher GmbH & Co. KG
Herzogstr. 15, 70176 Stuttgart
Telefon: +49 711-66481017
E-Mail: mende@dieschrittmacher.de
Internet: www.dieschrittmacher.de

Ansprechperson

Sascha Kalbfleisch

Stand

25.03.2026