



Fachagentur für Erlebnismarketing  
[www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)



**NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN**



CC-0, Public Domain

# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022

DULL ENTERTAINMENT GMBH



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)  
Baden-Württemberg

# INHALTSVERZEICHNIS

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Die WIN-Charta .....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....</b>	<b>3</b>
<b>4.</b>	<b>Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>4</b>
	Schwerpunktthema 1: Ressourcen .....	4
	Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung .....	6
	Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken.....	7
<b>5.</b>	<b>Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>9</b>
	Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden .....	9
	Umweltbelange.....	10
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	10
	Regionaler Mehrwert.....	11
<b>6.</b>	<b>Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>12</b>
<b>7.</b>	<b>Kontaktinformationen .....</b>	<b>14</b>
	Ansprechpartnerin / Ansprechpartner.....	14
	Impressum .....	14

# ÜBER UNS

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENDARSTELLUNG

Die Firma Dull Entertainment ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und bietet die Konzeption, Planung und Realisierung von Events, Meetings und Incentives. Als IATA-zertifizierte Full-Service MICE-Agentur und der langjährigen Erfahrung aus über 3000 Projekten seit 1984 kreiert Dull Entertainment außergewöhnliche, innovative und nachhaltige Event- und Meetingkonzepte (Green Events und Green Meetings).

Dull Entertainment bietet hohe Professionalität, Kreativität, Objektivität und Diskretion. Mit über 3000 erfolgreich realisierten Projekten und langjähriger Erfahrung ist das Expertenteam weltweit tätig und schafft emotionale Plattformen, damit die Zielgruppe optimal angesprochen wird und das Thema, das Produkt oder die Dienstleistung in positiver Erinnerung bleibt. Dull Entertainment kreiert mit passenden Kommunikationskonzepten Marktplätze der Begegnung und ermöglicht echte Begegnungskommunikation, die Kommunikation von Menschen mit Menschen.

Der Geschäftsführer Günter Dull ist als Eventexperte Mitglied im Expertenring Region Stuttgart.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

# DIE WIN-CHARTA

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

### DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### **Umweltbelange**

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

#### **Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### **Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 1.4.2017

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER-PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
<b>Leitsatz 1</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 2</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 3</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 4</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 5</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 6</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 7</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 8</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 9</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 10</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 11</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Leitsatz 12</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

### ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

<b>Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Zusatzkapitel: Klimaschutz</b>	<input type="checkbox"/>

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

**Unterstütztes WIN!-Projekt:** PLINC – Plug-In-and-charge

**Schwerpunktbereich:**

<input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima	<input type="checkbox"/> Ressourcen	<input type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung
<input checked="" type="checkbox"/> Mobilität	<input type="checkbox"/> Integration	

**Art der Förderung:**

Finanziell     Materiell     Personell

**Umfang der Förderung:** 1500 Arbeitsstunden

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## 4. Unsere Schwerpunktthemen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 04 – Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."
- Leitsatz 06 – 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."
- Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Alle Leitsätze der WIN-Charta sind seit dem Tag der Gründung Bestandteile unserer Firmenphilosophie. Diese drei Leitsätze haben wir deshalb ausgesucht, da wir diese bei unseren Projekten am stärksten beeinflussen können, egal, ob als externer Berater oder bei der Konzeption, Planung und Realisierung. Als Projektverantwortliche können wir auch Einfluss auf Lieferanten und Dienstleister nehmen, die Leitsätze einbringen und in die Leistungsbeschreibungen einarbeiten.

### Schwerpunktthema 1: Ressourcen

#### ZIELSETZUNG

"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."

#### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben im Jahr 2022 insgesamt 182 Meetings, Incentives und Events durchgeführt. Rund 70% davon konnten wir in zertifizierten Locations platzieren
- Wir konnten den Einsatz von LED-Lichttechnik auf fast 100% erhöhen
- Wir haben den Anteil an regionalen Produkten erhöht
- Wir haben den Anteil von Fair-Trade-Produkten erhöht
- Wir konnten bei 90% aller Veranstaltungen auf Dosen, Einweggeschirr oder Einwegflaschen verzichten, was besonders im außereuropäischen Ausland nicht einfach ist

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten bei erheblich mehr Veranstaltungen im Organisationsplan ein Nachhaltigkeitskonzept integrieren und einen Nachhaltigkeitsmanager einsetzen. Dadurch war es möglich, die Einhaltung der definierten Ziele und Maßnahmen zu überwachen und zu dokumentieren.

## INDIKATOREN

[Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen]

### Indikator 1: Nachhaltige Destinationen

- 92 von 182
- Ziel bis 2024: Mindestens 70%
- Im Vorjahr gab es aufgrund der Pandemie keine Veranstaltungen

### Indikator 2: LED-Lichttechnik

- 100%
- Zielsetzung bis 2024: 100% (auch im Ausland)
- Im Vorjahr gab es aufgrund der Pandemie keine Veranstaltungen

## AUSBLICK

Wir werden zukünftig besonders den Trend nach „Green Events“ und „Green Meetings“ bei der Planung und Durchführung mit allen unseren Mitteln unterstützen und verstärken. Wir haben uns vorgenommen, den Nachhaltigkeitsaspekt auch bei Events und Meetings noch stärker einzubringen, bei denen wir nicht hauptverantwortlich tätig sind. Wir können am stärksten auf die Nachhaltigkeitsaspekte einwirken, wenn wir mit der Gesamtorganisation beauftragt sind und im Organisationsplan ein Nachhaltigkeitskonzept integrieren können.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung

### ZIELSETZUNG

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

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Konzeption und Planung
- Einbindung eines Nachhaltigkeitskonzepts in den Organisationsplan
- Beauftragung, bzw. Einsatz eines Nachhaltigkeitsmanagers vor Ort

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten bei mehreren Kunden und Projekten die Nachhaltigkeitsaspekte einbringen und Green-Events und Green-Meetings realisieren. Da der größte Teil der CO<sup>2</sup>-Emissionen durch die Anreise der Teilnehmer erzeugt wird, haben wir verstärkt Veranstaltungsorte ausgesucht, bei denen die Gäste kürzere Anreisen haben und möglichst mit der Bahn anreisen können.

### INDIKATOREN

#### Indikator 1: Anreise

- Verzicht auf Landstrecken- und Mittelstreckenflüge
- Ziel bis 2024: 90%

#### Indikator 2: Green Locations

- Auswahl von grün zertifizierten Locations
- Ziel bis: 2024: 100%

#### Indikator 3: Nachhaltig arbeitende Lieferanten und Dienstleister

- Auswahl von grün zertifizierten Lieferanten und Dienstleistern
- Ziel bis: 2024: 100%

### AUSBlick

Mit der entsprechenden Berücksichtigung der Indikatoren können wir bei der Planung und Realisierung von MICE-Projekten den Anteil der nachhaltigen Projekte erhöhen.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken

### ZIELSETZUNG

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

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben in unseren Konzepten versucht, Destinationen unter nachhaltigen Aspekten auszuwählen
- Wir haben alternative Destinationen zu den gewünschten Fernzielen angeboten
- Wir haben die Anreise mit der Bahn statt mit dem Flugzeug angeboten, geplant und abgewickelt
- Wir haben alternative Konzepte für Meetings und Kongresse in attraktiven Nachbarstädten statt in überlaufenen und ökologisch überlasteten Touristenmetropolen angeboten

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit bei der Planung und Konzeption von MICE-Projekten ist nicht durchgängig vorhanden. Oft scheitern die Bestrebungen am Budget, an exotischen Reisezielen, an Luxus-Gedanken oder an den eigenen Wünschen. Es gelingt uns aber immer öfter, unsere Auftraggeber mit entsprechenden Alternativvorschlägen davon zu überzeugen, eine nachhaltigere Variante zu wählen.

### INDIKATOREN

#### Indikator 1: Exotische Fernziele

- Wir konnten 5 große Veranstaltungen aufgrund unserer Alternativvorschläge verlegen und dadurch nicht nur die nachhaltigere Variante auswählen, sondern unserem Kunden auch noch viel Budget sparen
- Ziel bis 2024: Möglichst alle Veranstaltungen ohne exotisches Fernziel

#### Indikator 2: Austausch

- Laufender Austausch mit Nachhaltigkeitsexperten im In- und Ausland
- Beobachtung der Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit
- Vorträge bei Kunden zum Thema nachhaltige Veranstaltungen

### AUSBLICK

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte bei der Planung von MICE-Projekten wird auch in den nächsten Jahren eine wichtige Rolle spielen, da zu diesem Zeitpunkt am meisten bewirkt werden kann. Wir werden unsere Kunden dabei beraten, die richtigen Destinationen und Locations zu finden, bei denen möglichst nachhaltige Events realisierbar sind. Wir werden auch weiterhin versuchen, bei den zukünftigen Planungen unsere Kunden davon zu überzeugen, dass besonders bei Incentives Luxus und 5-

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Sterne-Niveau nicht auf Kosten der Umwelt gehen darf. Die Auswahl der Ziele ist dabei das wichtigste Kriterium, da die Reise die größte Auswirkung hat.

Wir haben bei einem Kongress analysiert, dass insgesamt 207 Tonnen CO<sup>2</sup> ausgestoßen wurde. Davon fielen 179 Tonnen auf die Anreise mit dem Flugzeug. Da der Kongress auf Madeira stattfand, gab es nur diese Anreisemöglichkeit. Wir hatten empfohlen den Kongress auf dem Festland auszurichten. Durch unsere Analyse konnten wir den Kunden später davon überzeugen, dass die Nachhaltigkeitsaspekte bei den nächsten Kongressen berücksichtigt werden.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## 5. Weitere Aktivitäten

### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

#### **LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden uns wie bisher für gute und sichere Arbeitsplätze einsetzen
- Wir werden weiterhin dafür sorgen, dass bei den von uns beauftragten Dienstleistern und Lieferanten die Arbeitsbedingungen und Löhne den Anforderungen der WIN-Charta entsprechen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Dienstleister und Lieferanten werden durch unsere Vorgaben für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert

#### **LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden weiterhin mit unseren Mitarbeitern, Dienstleistern und Lieferanten fair umgehen, unsere sehr gute Unternehmenskultur einbringen und die Aspekte der Ethik in allen Projektschritten berücksichtigen
- Wir werden die persönlichen Belange, das Wohlbefinden und die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter berücksichtigen

#### **LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden mit unseren Dienstleistern und Lieferanten fair und offen umgehen
- Wir werden weiterhin auf langfristige Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Lieferanten und Kunden setzen

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden unnötige Reisen vermeiden
- Wir werden unsere Mitarbeiter dabei unterstützen, auch die Homeoffices entsprechend nachhaltig und ergonomisch einzurichten

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir möchten unseren über 39-jährigen Erfolg mit Kompetenz und Zuverlässigkeit sichern
- Wir möchten neue Arbeitsplätze schaffen
- Durch unsere Mitgliedschaft im Expertenring Region Stuttgart möchten wir mehr Unternehmen in Baden-Württemberg als Kunden gewinnen und damit die Reisezeiten unserer Mitarbeiter verkürzen

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mit unserem „Plug in and charge“-Projekt möchten wir die Elektromobilität fördern
- Durch reservierbare E-Ladeplätze möchten wir mehr Menschen dazu bewegen, auf E-Mobile umzusteigen

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen

## LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In Sachen Anti-Korruption arbeiten wir eng mit unseren Kunden an der Einhaltung
- Durch Rahmenverträge können wir diese Maßnahme langfristig festlegen

## Regionaler Mehrwert

## LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden weiterhin versuchen, unsere dazu zu bewegen, ihre Meetings, Tagungen, Events, Kongresse, Produktpräsentationen, Messen und Incentives nicht in fernen Ländern, sondern in Deutschland und in Baden-Württemberg durchzuführen. Wir werden bei unseren Angeboten und Konzepten alternative Destinationen im Ländle anbieten

## LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

# UNSER WIN!-PROJEKT

## 6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

PLINC – Plug-in-and-charge. Aufbau und Verbesserung der Ladeinfrastruktur für Elektroautos weltweit.

Die zurzeit immer noch zu geringe Reichweite wird oft mit der Nutzung der E-Mobile für das tägliche Pendeln gerechtfertigt. Das einzig richtige und nachhaltige Mobilitätskonzept für Pendler auf der Kurzstrecke sollte jedoch der ÖPNV und für Langstrecken die Bahn sein. Für Mittelstrecken wie z.B. Stuttgart-Frankfurt müsste man ohne Bedenken ein E-Mobil nutzen können und dabei sicher sein, dieses am Ziel aufladen zu können.

Das Aufladen soll daher dezentralisiert und das Speicherpotential der sogenannten „Bürgerenergie“ genutzt werden. Es gibt zurzeit rund 4000 Windkraft- und über 1,2 Millionen Solaranlagen. Zusätzlich gibt es zahlreiche weitere kommerzielle Solar- und Windfarmen. Die Anzahl dieser privaten und kommerziellen Stromerzeugungsanlagen mit Stromspeicher (stationär und mobil) wird im Rahmen der Dezentralisierung und smarten Steuerung der Stromnetze und der virtuellen Kraftwerke schnell steigen und sehr flexibel handzuhaben sein.

Die Idee von PLINC® und die damit verbundene Aufgabe ist, private und kommerzielle Ladestationen öffentlich anzubieten, zu reservieren und abzurechnen. Die Reservierung und Buchung ist völlig unabhängig von der verwendeten Art der Steckdose oder Ladesäule. Voraussetzung für das Anbieten eines Ladeplatzes in PLINC® ist jedoch, dass die Energie aus erneuerbarer Energie wie z.B. Solar-, Wind- oder Wasserenergie stammt oder der Anbieter einen Stromvertrag mit 100% EE hat.

Die bei PLINC® registrierten Ladeplätze sind von den PLINC®-Usern vorab per App buchbar und reservierbar. Ein Ladeplatz wird somit garantiert. Die Freischaltung des Anschlusses, die Messung, Rückmeldung und Abrechnung der abgenommenen Strommenge erfolgt automatisch über die PLINC®-Einheit, die in der Leitung zwischengeschaltet wird, unabhängig davon, welche Spannung diese Leitung hat und welche Ladeeinheit oder welcher Anschluss zur Verfügung gestellt wird. Die Einheit wird einem günstigen Preis zu erwerben sein und von einem Elektriker montiert werden können.

Die PLINC®-Einheit kann auch in bestehende Ladesäulen integriert und so die Abrechnungsproblematik gelöst werden. Ladevorgänge und die Abrechnung sind über PLINC® weltweit einheitlich möglich.

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir haben die Idee entwickelt und die gesamte Planung und Konzeption erarbeitet. Wir haben bis jetzt ca. 1500 Arbeitsstunden und ca. 300.000,- € investiert.

Wir haben 2500 eMails geschrieben, 800 Telefonate geführt und an 100 Besprechungen teilgenommen.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Leider gibt es für unsere innovative Idee keine Unterstützung, obwohl diese die Ladeinfrastruktur erheblich verbessern und Deutschland in eine Vorreiterrolle bringen könnte.

Weder die Wirtschaftsförderungen, noch die entsprechenden Ministerien und Förderstellen beteiligen sich aktiv an unserem Projekt, obwohl es die Probleme beim Aufbau der Ladeinfrastruktur schnell und kostengünstig lösen könnten.

Wir suchen weiterhin Pilotkunden und Investoren und hoffen, im nächsten Jahr an gleicher Stelle positiv berichten zu können.

## AUSBLICK

Wir bleiben dran.

# KONTAKTINFORMATIONEN

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin / Ansprechpartner**

Günter Dull

### **Impressum**

Herausgegeben am 17.1.2023 von



Dull Entertainment GmbH  
Fachagentur für Erlebnismarketing  
Events – Meetings – Incentives

Bettina-von-Arnim-Weg 23  
71120 Grafenau  
Telefon: 07033-460490  
E-Mail: [info@dull-entertainment.de](mailto:info@dull-entertainment.de)  
Internet: [www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)