



die schrittmacher



**NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN**



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020/21

DIE SCHRITTMACHER GMBH & CO KG



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

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen	5
Leitsatz 06 – Produktverantwortung	6
Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen	8
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>10</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	10
Umweltbelange	12
Ökonomischer Mehrwert	13
Regionaler Mehrwert	14
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>16</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>18</b>
Ansprechpartnerin	18
Impressum	18

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die schrittmacher GmbH & Co. KG ist eine Full-Service Eventagentur. Wir bieten ortsunabhängig 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 der schrittmacher besteht aktuell aus 5 Festangestellten und zahlreichen freien Mitarbeitern. 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 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.

## 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, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeiter 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 <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 29.06.2016

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

#### ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

#### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

**Unterstütztes WIN! -Projekt:** Caritasverband für Stuttgart e.V. - Obdachlosenhilfe

##### Schwerpunktbereich:

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

##### Art der Förderung:

- Finanziell     Materiell     Personell

**Umfang der Förderung:** Sachspenden in Form von warmer Kleidung, Decken, Schlafsäcken u.v.m., um bedürftigen Menschen mehr Sicherheit über den Winter zu verschaffen

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

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

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir haben uns bei der Auswahl der Schwerpunkte intensiv Gedanken gemacht, auf Basis welcher Kriterien wir unseren Fokus schärfen möchten. Uns war es wichtig Nachhaltigkeitsaspekte zu wählen, die wir auch aktiv in unserem geschäftlichen Alltag konsequent umsetzen können. Umweltschutz und die fortschreitende Entwicklung des Klimawandels sind aktuell wie nie zuvor und erste Auswirkungen bereits heute nicht zu verneinen. Als kleine Agentur haben wir zwar im Vergleich zu großen Konzernen einen verhältnismäßig kleinen ökologischen Fußabdruck, doch auch wir möchten unseren Beitrag zu umweltschonendem ökonomischem Handeln leisten. Es kann sich langfristig nur dann etwas ändern, wenn ein Umdenken in unser aller Köpfen stattfindet und wir gemeinsam an einem Strang ziehen. Die globale Pandemie zeigt einmal mehr, wie wichtig das ist und wie divergent der Erfolg in dieser Hinsicht ausfällt. Wir als Eventagentur haben es uns zur Prämisse gemacht, dass wir unseren Kunden nachhaltigere und umweltschonendere Events anbieten können. Indem wir uns intensiv mit der Thematik auseinandersetzen und unsere Einsparpotenziale identifizieren. Unsere Ressourceneffizienz zu steigern und gleichzeitig unsere allgemeine CO<sup>2</sup>-Emissionsbilanz zu verringern. Nicht zuletzt das Thema Mobilität spielt für uns eine entscheidende Rolle, um unser ökonomisches Handeln klimaneutraler zu gestalten.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

### ZIELSETZUNG

Nachhaltiges Wirtschaften und ein verantwortungsbewusster Umgang mit unserer Umwelt sind uns ein großes Anliegen. Unsere Arbeit ist unter normalen Bedingungen durch viele Reisen, dementsprechend viele mit dem Auto zurückgelegte Kilometer, und durch einen erheblichen Ressourcenverbrauch in Bezug auf Papier- und Kunststoffprodukte gekennzeichnet. Wir nehmen diese Verantwortung an und möchten darüber hinaus aktiv ein Bewusstsein hierfür schaffen.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Anstelle von Weihnachtsgeschenken wurde Kleidung gespendet
- Newsletter und Weihnachtsgrüße werden per Mail und nicht per Post auf Papier verschickt.
- Alle Firmenwagen sind geleast, mit Blick auf ökologische Faktoren, wenig Verbrauch und CO2 Ausstoß
- Möglichst viele Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln. finanzielle Anreize für die Anschaffung einer Bahncard 100 oder der Fahrkarten für unsere Mitarbeiter
- Gemeinsame Anreise zum Veranstaltungsort und intelligente Logistikplanung

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Entwicklung zu mehr Bahnfahrten und weniger Strecken mit dem Auto haben wir in den letzten Jahren stetig vorangetrieben und werden hier auch weiter den Fokus darauf richten. Wo immer es möglich ist, versuchen wir unnötige Reisen zu vermeiden, hier ist allerdings das Jahr 2020 nicht aussagekräftig, da wir kaum Veranstaltungen durchgeführt haben. Digitale Events werden wir weiter vorantreiben, was unnötiges Reisen der Teilnehmer verhindert und deutlich umweltschonender ist im Falle von Großveranstaltungen.

### INDIKATOREN

Zugegebenermaßen ist es in diesem Bericht schwierig einen Mobilitäts-Vergleich zu ziehen, da bundesweit fast ausnahmslos alle Präsenzveranstaltungen abgesagt wurden und dadurch viele Langstreckenfahrten entfielen. Diese Zahlen zur Bewertung heranzuziehen gibt keinerlei Aufschluss über unser Mobilitätsverhalten in Nicht-Krisenzeiten, weswegen wir uns in diesem Abschnitt zusätzlich auf zurückliegende Daten aus dem Jahr 2019 beziehen wollen.

**Indikator 1:** Zurückgelegte Autokilometer (vier PKWs, davon zwei PKW-Busse)

- 2019: Laufleistung ca. 100.000 km (davon ca. 25.000 km kumulierte Kurzstrecken)
- Ziel: Anteil an Kurzstrecken auf unter 20.000 km senken
- 2020: Laufleistung ca. 48.000 km Autokilometer (pandemiebedingt)

**Indikator 2:** Zurückgelegte Bahnkilometer (zwei Studierende)

- 2019: ca. 40.000 km

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Ziel: Anteil der Kurzstreckenfahrten und Fahrten zu Geschäftsterminen mit der Bahn steigern
- 2020: 11.000 km (pandemiebedingt)

## AUSBLICK

Wir möchten auch zukünftig daran festhalten, dass wir (sofern logistisch machbar) einen großen Anteil unserer Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurücklegen. Besonders Fahrten im Fernverkehr der Deutschen Bahn tragen zu einer positiven Mobilitätsbilanz bei und bieten gleichzeitig die Möglichkeit von unterwegs zu arbeiten. Bei etwa 40.000 zurückgelegten Schienenkilometern im Jahr 2019 entspricht das in etwa einer Menge von 1.280 Kilogramm an emittierten CO<sub>2</sub>-Emissionen bezogen auf eine Person. Zum Vergleich: die gleiche Strecke mit dem Auto zurückgelegt hätte einen CO<sub>2</sub>-Ausstoß von etwa 5.880 Kilogramm pro Person und Jahr zur Folge gehabt. Eine Einsparung von etwa 78% der emittierten CO<sub>2</sub>-Menge kann durchaus als Fortführungsgrund der bisherigen Strategie gesehen werden. Trotz positiver Ökobilanz ist Bahnfahren in den meisten Fällen nicht unbedingt flexibel, wenn kurze Reisezeiten als auch preiswerte Verbindungen als Bewertungsgrundlage herangezogen werden. Mit ausreichend Vorlaufzeit oder aber mit einer Bahncard 100 können diese Nachteile weitestgehend egalisiert werden.

Unser Ziel: Weiterhin unser Mobilitätsverhalten kritisch hinterfragen und im Zweifel Umweltaspekten gegenüber rein finanziellen Kriterien mehr Gewicht verleihen.

## Leitsatz 06 – Produktverantwortung

### ZIELSETZUNG

Wir wollen den Abfall auf unseren Veranstaltungen weiter verringern. Die pandemiebedingt verschärften Hygienemaßnahmen erschweren momentan den Verzicht von Verpackungen und die Verringerung von Einwegartikeln bei Veranstaltungen.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Beim Catering wird oft viel Überschuss produziert, der hinterher weggeschmissen wird. Das versuchen wir zu vermeiden, indem wir in enger Abstimmung mit unseren Catering Partnern stehen, um möglichst genau zu kalkulieren wie viel benötigt wird. Wenn doch mal eine große Menge überbleibt, machen wir darauf aufmerksam das Essen zu spenden.

Und achten stetig darauf, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern, jeder einzelne übernimmt die Verantwortung. Alle Mitarbeiter achten darauf Müll zu vermeiden, Ressourcen zu schonen und nicht verschwenderisch mit Ressourcen und Materialien umzugehen. Sie achten auf Nachhaltigkeit und die Materialien. Vor allem bei unseren Teamevents benutzen wir viele Bau- und Bastelmaterialien, wie Rohre, Bretter und Pappe. Um nicht noch gute und brauchbare Materialien wegschmeißen zu müssen, reparieren oder bereiten wir diese nach der Veranstaltung für den weiteren Gebrauch wieder auf. Auch greifen wir erstmal auf brauchbare Reste zurück und schauen, wie weit diese brauchbar und verfügbar sind, bevor wir Neues anschaffen. Jede neue Anschaffung wird erstmal hinterfragt. Wir versuchen



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Einweggüter zu vermeiden und schauen nach nachhaltigeren, recycle-baren oder wiederverwendbaren Alternativen.

Im Büro und auf Veranstaltungen achten wir auf Mülltrennung und Recycling, bzw. schauen, dass auf jeden Fall die Möglichkeit dazu gegeben ist – für uns, unsere Partner und die Kunden.

Wir vermitteln auch an unsere Partner/Kunden den Nachhaltigkeitsgedanke weiter. Und achten auf die Transparenz unserer Leistungen, und die unserer Partner.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Unsere bisher ergriffenen Maßnahmen wollen wir auch weiterhin so durchführen. Material wie Holz, Klebeband, Pappe und Rohre wiederverwenden. Diese reparieren oder wieder aufbereiten. Unbrauchbares Holz wird (im Winter) verfeuert. Den Rahmen/das Gestell für unser neues Greenbox-Studio haben wir komplett aus Holzresten gebaut, die sich bei uns im Lager befunden haben.

Jede Anschaffung wird hinterfragt und abgewogen ob oder wieviel man davon braucht.

Im letzten Jahr haben wir, aufgrund der Pandemie-Situation und der daraus resultierenden Einschränkungen im Event-Bereich, sehr wenig Materialien und Güter benötigt. Und es ist auch sehr wenig Müll entstanden, bei der Umsetzung und Durchführung von digitalen und hybriden Events.

Aus unserer Perspektive ist eine quantitative Messung und Auswertung nicht so relevant wie eine qualitative Betrachtung. Wir konnten zum Beispiel feststellen, dass sich die Menge an übrig gebliebenen Speisen in den letzten Jahren auf ein Minimum reduziert hat.

## AUSBLICK

Ein Ziel in der Eventbranche muss sein, den Rohstoffverbrauch zu senken und die knapper werdenden Ressourcen zu schonen, sowie sparsam und effizient einzusetzen. Die Verantwortung liegt bei jedem einzelnen, daher geben wir den Nachhaltigkeitsgedanke an unsere Partner und Kunden weiter. Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck weiter verkleinern.

- Was wir verändern wollen: Beim Catering Abfall/Restmüll reduzieren/ganz vermeiden. Weiterhin und vermehrt auf saisonale und regionale Produkte zurückgreifen
- Verpackungen reduzieren (Schwierigkeiten durch die momentan verschärften Hygiene Vorschriften)
- Anschaffungen auf das Nötigste reduzieren und bei den Produkten auf Umweltaspekte achten

## Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen

### ZIELSETZUNG

Dienstleistungen sind dadurch gekennzeichnet, dass die Zusammenarbeit mit dem Kunden entsteht und der Zeitpunkt von Leistung und Konsum aufeinander fallen. Da Events sozusagen als Produkt aus dem Konsum dritter Güter und deren Verknüpfung zu etwas Neuem entstehen, ist ihre „Haltbarkeit“ nicht von Dauer. Abgesehen von den dadurch produzierten Abfällen stellt sich in heutigen Zeiten ebenso die Frage, ob die Menschen zwingend zur Veranstaltung kommen müssen oder ob es nicht durchaus sinnvoll ist, das Event zu den Teilnehmenden zu bringen. In unserem Fall haben wir den Fokus auf die Entwicklung von digitalen Eventkonzepten gelegt. Sicherlich auch durch die Auswirkungen der Covid19-Pandemie sehen wir uns darin bestärkt, das bisher unzureichend ausgenutzte Potenzial von digitalen bzw. digital-gestützten Events abzuschöpfen.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Digitale Weiterbildung
- Wie funktioniert Livestreaming? – Möglichkeiten und Grenzen
- Digital durchführbare Teamevents
- Anschaffung von entsprechender Hardware, um Live-Streaming zu ermöglichen
- Portables Green Screen-Studio

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Nichtsdestotrotz haben wir mit unserem u.a. flexibel einsetzbaren Green Screen-Studio eine nachhaltige Möglichkeit gefunden, um moderne Zukunftstechnologien mit nachhaltigen Zielsetzungen zu kombinieren. Zu Beginn haben wir uns im Wesentlichen auf eine Lösung fokussiert, die unabhängig vom Standort einsetzbar ist. Im Verlauf der Pandemie mussten wir jedoch feststellen, dass digitale Teamevents zunehmend stärker nachgefragt werden. Aus diesem Grund und zudem aus Gründen der besseren Logistik entschlossen wir uns dazu das Greenbox-Studio fest an einem Platz zu installieren. Durch weitere technische Anschaffungen, spezielle Bodenbeläge sowie Materialien in speziellem Grünton sowie kreativen Lösungen unserer beiden Studenten Aruna und Sebastian konnten wir ein vollwertiges Studio aufbauen. Das Studio eignet sich besonders zur Aufzeichnung von Inhalten für Content-Marketing und zur Moderation von digitalen Events. Aufgrund des eingeschränkten Platzbedarfs greifen wir bei aufwändigen Produktionen auf unsere Kooperationspartner und Technikdienstleister zurück.

Unserer Meinung nach braucht es nicht immer ein großes Studio, dessen Ausmaß meist den Bedarf übersteigt, durch einen großen Anteil an unbenutzten und vor allem stromfressenden Geräten. Bei nachhaltigem Handeln kommt es nicht auf generalisierte Handlungsabläufe, sondern auf die Kompetenz an, auch flexibel Dinge zu einem nachhaltigen Ergebnis zu führen. Diesem Ziel sind wir durch unsere Greenbox und den dafür benötigten Kompetenzen ein großes Stück näher gekommen.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## INDIKATOREN

Die Basis für unsere Analyse stützt sich auf die Quote von eingegangenen Angeboten, welche in Aufträge umgewandelt werden konnten. Digitale Eventkonzepte sind auch für unsere Kunden neu, daher lässt sich ein gewisses Maß der Akzeptanz und die Einstellung gegenüber diesen Konzepten aus der Auftragsquote herauslesen.

**Indikator 1:** Durchgeführte digitale Teamevents versus eingegangene Anfragen

- 2020: 7 virtuelle Teamevents aus 19 Anfragen
- Ziel 2022: mind. 10 virtuelle Teamevents pro Jahr

**Indikator 2:** Durchgeführte hybride Streaming-Events

- 2020: 4 aufwändige Produktionen, 2 mittlere Events
- Ziel 2022: mind. 3 große Produktionen pro Jahr

## AUSBLICK

Wir sind nach gut sechsmonatiger Anlaufphase zum Zwischenergebnis gekommen, dass digitale Konzepte auch nach der Pandemie Teil unseres Portfolios bleiben werden. Unsere digitalen Teamevents wurden gut von unseren Kunden angenommen und ermöglichen uns so auch weiterhin eine Weiterentwicklung in dieser Richtung. Wichtig ist es uns dieser Stelle zu betonen, dass digitale Eventkonzepte pauschal nicht zwingend nachhaltig sein müssen, gerade wenn wir an das Thema Stromverbrauch denken. Daher gilt es genau abzuwägen, wie die Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Durchführung geschaffen werden können und inwiefern das Konzept angepasst werden muss.

- Weiterentwicklung unserer digitalen Kompetenzen
- Unser Ziel: externe Wahrnehmung als kompetente Ansprechpartner durch unsere Kunden auch im Bereich von digitalen Eventkonzepten

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Diskriminierung und Rassismus sind bei uns im Unternehmen in keiner Weise gestattet. Die Rechte unserer Mitarbeiter und deren Schutz ist uns besonders wichtig. Da es im Rahmen von Events und Projekten zu Überstunden kommt, gibt es flexible Arbeitszeitgestaltung oder als Ausgleich zusätzliche Urlaubstage, um finanzielle und zeitliche Ausbeutung zu verhindern. Wir können uns glücklich schätzen, dass bei unseren Veranstaltungen bisher keine rassistisch motivierten Vorfälle oder Diskriminierungen stattgefunden haben. Da wir derartiges Verhalten in keiner Weise unterstützen, jedoch keine persönlichen Erfahrungen in dieser Richtung gesammelt haben, gibt es in unserem Unternehmen keinen akuten Handlungsbedarf. Wir versuchen allerdings eine entsprechende Wertegrundhaltung an unsere Auszubildenden weiterzugeben und berücksichtigen diese Werte ebenso bei der Auswahl neuer Mitarbeiter\*innen.

#### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Direkte und offene Kommunikation ist uns sehr wichtig. Unsere Mitarbeiter sollen sich wohlfühlen und gerne bei uns arbeiten. Eigenverantwortung, Zuverlässigkeit und Selbständigkeit werden bei den schrittmachern allen Mitarbeitern und vor allem den Auszubildenden nähergebracht. Die Planung und Durchführung von Veranstaltungen sind mit sehr viel Verantwortung für das eigene Handeln und die Koordination aller am Projekt Beteiligten verbunden, diese wird den Mitarbeitern schon früh übertragen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Für eine reibungslose Zusammenarbeit und bessere Kommunikation zwischen den Büros in Stuttgart und Würzburg oder aus dem Home-Office nutzen wir als feste Drehscheibe die Videokonferenzplattform Microsoft Teams in unserem Alltag
- Jeden Montagmorgen findet ein Jour-fixe via Teams statt, um die anstehenden Projekte der Woche und To-Dos abzustimmen
- Regelmäßige Gespräche und Austausch mit den zwei Auszubildenden, um rechtzeitig auf Anliegen oder mögliche Schwierigkeiten aufmerksam zu werden und reagieren zu können
- Regelmäßiger Austausch über Projekte, damit alle Mitarbeiter an Entscheidungen beteiligt sind und ihre Meinung einbringen können
- Mitarbeitergespräche zwischen Geschäftsführern und Mitarbeitern

Ergebnisse und Entwicklungen:

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unser dualer Student Sebastian übernimmt Projekte eigenständig und steht als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung
- Jedes Anliegen kann im Unternehmen mit den Geschäftsführern besprochen werden, Transparenz und Offenheit sind uns sehr wichtig und fest in unserer Geschäftspraxis verankert
- Gesteigerte Mitarbeitermotivation, da alle Beteiligten mitsprechen und in Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden
- Gutes und offenes Arbeitsklima, mit viel Austausch

Ausblick:

- Unsere duale Studentin Aruna soll im Laufe ihrer Ausbildung Projekte zunehmend eigenständiger übernehmen und in der Lage sein, Projektprozesse eigenverantwortlich abzuwickeln
- Zufriedene Mitarbeiter mit gleichen Wertegemeinschaft bilden für uns eine essentielle Basis für erfolgreiche Zusammenarbeit

### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Bei allen Prozessen berücksichtigen und beachten wir alle Anspruchsgruppen und deren Interessen. Unsere Anspruchsgruppen sind Mitarbeiter, Auszubildende, Praktikanten, Veranstalter, andere Dienstleister, Kooperationspartner, Kunden im B2B-Bereich, Event-Besucher und freie Mitarbeiter (Freelancer).

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Qualitätssicherung durch Feedbackgespräche mit Kunden, Dienstleistern und Partnern nach der Veranstaltung
- Intensive Zusammenarbeit mit dem Kunden im Planungsprozess
- Bewertungs- und Kommentarfunktion auf der Website
- Maßgeschneiderte Dienstleistungen für die Zielgruppe

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Besondere Rücksicht auf die Gesundheit aller Mitarbeiter. Jedem wird Home-Office ermöglicht
- Weiterhin intensive Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern, pandemiebedingt momentan hauptsächlich über Mail, Telefon- und Videokonferenzen
- Durch unsere digitalen und hybriden Konzepte können wir auch Personen aus Risikogruppen die Teilnahme an dem Event ermöglichen

Ausblick:

- Wir legen sehr viel Wert auf eine reibungslose Zusammenarbeit und Abläufe
- Das Ziel ist eine langfristige und wiederholende Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, Partnern und Kunden

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Beachtung von Mülltrennung und Entsorgung
- Materialien werden, wenn möglich mehrfach genutzt. Holzbretter werden u.a. nach Verwendung neu aufbereitet für die nächste Verwendung vorbereitet
- Kunden werden auf nachhaltige Alternativen aufmerksam gemacht
- Lediglich absolut notwendiges wird ausgedruckt

Ergebnisse und Entwicklungen:

Wir versuchen zunehmend auf Plastik, Wegwerf- und Einmalartikel sowohl bei Veranstaltungen als auch im Büroalltag zu verzichten und geben unseren Kunden Anreize zu nachhaltigem Denken.

Ausblick:

- Weitere Reduzierung des Ressourcenverbrauchs bei uns und unseren Dienstleistern
- Bei Veranstaltungen Nachhaltigkeit zeigen und vermitteln
- Vermitteln, dass die Verantwortung bei jedem einzelnen liegt

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wiederverwendung von Material wie Holz, Pappe und Klebeband. Unbrauchbares Holz wird verfeuert
- Überschüssiges Essen wird gespendet
- Anschaffungen werden hinterfragt unter dem Aspekt der Häufigkeit und Vielseitigkeit ihres Einsatzes
- Zusammenarbeit mit festen Dienstleistern, in deren Grundsätzen auch nachhaltiges Wirtschaften verankert ist

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Einer der beiden Geschäftsführer Bernd Leske besuchte einen Schulungslehrgang für Hygiene, sodass wir unseren Kunden guten Gewissens individuelle Eventlösungen unter Beachtung der geltenden Hygienauflagen erstellen können
- Unser dualer Student Sebastian hat sich intensiv in verschiedenen Bereichen – hauptsächlich im Bereich Streaming und Visual Design - weitergebildet, damit unser Fullservice noch besser wird und unsere Kunden alles aus einer Hand bekommen

# WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Weiterhin Fort- und Weiterbildung, um neue Kompetenzen bei Mitarbeitern zu schaffen, sodass unsere Produkte noch besser und nachhaltiger werden
- Interdisziplinäres Arbeiten begünstigen und auf Trendentwicklungen in der Branche reagieren

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einstellung unserer neuen dualen Studentin Aruna trotz der wirtschaftlich sehr angespannten Lage
- Zukunftsfähige ökonomische Aufstellung durch Offenheit gegenüber neuen konzeptionellen Ansätzen und Lösungen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Trotz Pandemie haben wir unermüdlich nach bestmöglichen Lösungen für das Unternehmen und die einzelnen Mitarbeiter gesucht
- Weiterbildung und Etablierung von mobilen Testteams zur Bekämpfung der Covid19-Pandemie

Ausblick:

- Sicherung und Beibehaltung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen während der Pandemie und danach
- Weiterhin in den Aufbau neuer Kompetenzen und die Weiterbildung der Mitarbeiter investieren, um u.a. auf Branchentrends reagieren zu können

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser dualer Student bekommt finanzielle Unterstützung für eine BahnCard100, die sich aufgrund seiner vielen Bahnkilometer in allen Punkten auszahlt.
- Wir übernehmen die Studiengebühren unserer beiden dualen Studenten für ihr komplettes Studium und helfen ihnen dadurch ihre Fixkosten zu senken.
- Im Rahmen der pandemiebedingten Digitalisierung haben wir uns entschlossen, mehr technisches Equipment wie einen Laptop sowie Grafik- und Schnittprogramme anzuschaffen. Darüber hinaus haben wir in Beleuchtung und Mikrofone für unser Greenbox-Studio investiert. Insbesondere unsere

## WEITERE AKTIVITÄTEN

digitalen Eventkonzepte werden dadurch aufgewertet. Jede Anschaffung wird genauestens hinterfragt, Alternativen betrachtet und die für uns passenden Produkte ausgewählt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Neue Firmenwagen wurden geleast, um den Verbrauch und den CO2 Ausstoß zu verringern.
- Im Rahmen der pandemiebedingten Digitalisierung haben wir uns entschlossen, mehr technisches Equipment wie einen Laptop, Grafikprogramme, Beleuchtung und Mikrofone für digitale Eventkonzepte anzuschaffen. Jede Anschaffung wurde genauestens hinterfragt, Alternativen betrachtet und die für uns passenden Produkte ausgewählt.

Ausblick:

- Die Studiengebühren unserer beiden dualen Studenten werden weiterhin übernommen.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Korruption wird bei uns in keinster Weise gebiligt. Unser Team besteht aus fünf eng zusammenarbeitenden Kollegen. Es gab bisher noch keinen Fall von Korruption oder etwas Ähnliche. Demzufolge mussten wie auch noch keine Anti-Korruptionsmaßnahmen durchführen.
- In unseren Strukturen gibt es keine Korruption, wir und unserer Partner hinterfragen unser eigenes Handeln und befolgen die in der Win Charta vorgegebenen Werte.

Ausblick:

- Auch in Zukunft wollen wir Korruption in unserem Unternehmen vermeiden und dafür sorgen, dass es gar nicht erst dazu kommt.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regionale Dienstleister für Events anfragen, die eine möglichst kurze Anfahrt haben
- Networking und enge Zusammenarbeit mit regionale Partnern, miteinander anstelle von konkurrierendem Marktverhalten, kollaboratives Arbeiten

Ergebnisse und Entwicklungen:



## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unser Netzwerk aus Dienstleistenden ist stetig gewachsen, sodass wir an vielen deutschen Standorten mehrere Optionen zur Verfügung haben
- Besonders im Raum Stuttgart verfügen wir über ein breites Netzwerk an Kooperationen, die uns bei der Vergabe von Aufträgen unterstützen

Ausblick:

Auch zukünftig die bestehenden Maßnahmen beibehalten, um ein stetig wachsendes und dynamisch agierendes Netzwerk in der Region aufzubauen

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Soziales Projekt mit einer Wohngruppe der Caritas in Stuttgart Süd und mit der Einrichtung Olga46
- Finanzielle Unterstützung für Mitarbeiter bei der Anreise mit Bus und Bahn zum Veranstaltungsort

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Viele unserer Kunden unterstützen den Nachhaltigkeitsaspekt und fahren häufiger mit der Bahn, anstatt einem Reisebus
- Einige unserer Kunden spenden die während eines Projekts entstandenen Ergebnisse

Ausblick:

Wenn wir etwas aus dem Jahr 2020 mitgenommen haben, dann ist es Herausforderungen stets offen zu begegnen, und auch die Chancen in Krisen zu erkennen und diese zu nutzen. Besonders für die Zukunft erachten wir es als wichtig, flexibel auf sich ändernde Anforderungen zu reagieren und mit einem möglichst nachhaltigen und lösungsorientierten Vorgehen ein positives Resultat zu erzielen.

## 6. Unser WIN! -Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Bereits seit einigen Jahren verbindet uns mit dem Caritasverband für Stuttgart e.V. ein Herzensprojekt. In den letzten Jahren haben wir u.a. im Stuttgarter Süden in einer Wohngemeinschaft für Kinder ein Nachmittagsprogramm durchgeführt. Die Kinder leben in den WGs, da sie aus verschiedenen Gründen nicht Zuhause leben können. In den Schulferien sind die Kinder viel in der Hausgemeinschaft und um etwas Abwechslung zu bringen, haben die schrittmacher eine Mitmachaktion für die Kinder organisiert.

In den Osterferien 2018 waren zwei unserer Mitarbeiter bei der Wohngruppe, um gemeinsam mit den Kindern eine Seifenkiste aus Holz zu bauen. Die Seifenkiste ist auch bei den Kindern geblieben und wird wann immer möglich gefahren. Für die Olgastr. 46 als Anlaufstelle für Obdachlose und Bedürftige haben wir gemeinsam mit unserem Filmemacher Jan einen Jubiläumsfilm konzipiert und gedreht.



### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Pandemiebedingt war es im letzten Jahr leider nicht möglich gemeinsame Aktionen live vor Ort durchzuführen, weshalb wir uns dazu entschlossen haben, eine große Kleiderspende für die Obdachlosenbetreuung der Caritas Stuttgart e.V. zu starten.

Dass das letzte Jahr für viele Menschen eine große Herausforderung war, ist gemeinhin bekannt. Jedoch gibt es in unserer Gesellschaft einige Menschen, die auf der Straße leben und unabhängig von Krisenzeiten kein einfaches Leben führen und oftmals von der Gesellschaft vergessen werden. Um zumindest einen kleinen Teil dazu beitragen zu können, dass Menschen ohne festen Wohnsitz die kalte Jahreszeit im Freien gut überstehen, haben wir einen Sammelaufruf für warme Kleidung, Decken und Schlafsäcke gestartet. Ehrlicherweise müssen wir an dieser Stelle gestehen, dass wir nicht mit einer derart großen Resonanz und Fülle an gespendeten Kleidungsstücken gerechnet haben. Besonderen Dank möchten wir daher an Menschen aus dem direkten Umfeld der schrittmacher aussprechen, besonders unseren Familien, Freunden und Bekannten, die uns tatkräftig mit ihren Spenden unterstützt haben.

# UNSER WIN! -PROJEKT

## AUSBlick

Auch in Zukunft möchten wir gemeinsam mit der Caritas Stuttgart soziale Projekte unterstützen. Abgesehen davon, dass der rege Austausch im vergangenen Jahr pandemiebedingt, nicht stattfinden konnte, sollen die Aktivtage mit den Kindern jährlich stattfinden. Außerdem möchten die schrittmacher ihr Netzwerk nutzen, um vor allem den Kindern schöne Erlebnisse zu ermöglichen, an die sie sich gerne erinnern werden. Wir hoffen, dass wir unsere Beziehung zur Caritas auch weiterhin stärken und gemeinsam helfen können.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin**

Nadja Mende

E-Mail: [mende@dieschrittmacher.de](mailto:mende@dieschrittmacher.de)

Tel.: 0711/66 48 10 17

### **Impressum**

Herausgegeben am 7. April 2021 von

die schrittmacher GmbH & Co. KG

Herzogstr. 15, 70176 Stuttgart

Telefon: 0711/66481017

E-Mail: [mende@dieschrittmacher.de](mailto:mende@dieschrittmacher.de)

Internet: [www.dieschrittmacher.de](http://www.dieschrittmacher.de)



die schrittmacher