



WIN-CHARTA NACHHALTIG- KEITSBERICHT

2020

**MT.STUTTGART UNSÖLD
GMBH, MITEA STUTTGART**



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	4
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	6
4. Unsere Schwerpunktthemen	8
Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."	9
Leitsatz 4 - Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."	13
5. Weitere Aktivitäten	20
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	20
Umweltbelange	23
Ökonomischer Mehrwert	26
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	27
Regionaler Mehrwert	28
6. Unser WIN!-Projekt	31
7. Kontaktinformationen	34
Ansprechpartner	34
Impressum	34

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

mitea Stuttgart clever mieten - stilvoll feiern

HÖCHSTER EINSATZ FÜR HÖCHSTE ANSPRÜCHE. Im Jahr 1992 erkannte Herbert Unsöld das Potential des Franchisekonzepts von Alles klar! Daher entschied er sich Ende 1992 dem Verbund beizutreten. Vermietet wurde fast alles rund ums Feiern: Von Geschirr, Besteck und Mobiliar über Küchentechnik bis hin zu Cocktailgläsern und Fingerfood Geschirr. Eben alles was man für ein gelungenes Event benötigt. Die Idee des Verbunds war simpel aber zu der Zeit auch revolutionär:

Die Kunden sollen von namhaften Herstellern Geschirr, Gläser, Besteck, Mobiliar, Tischwäsche bis hin zu Küchengeräten alles sofort tafelfertig und hygienisch verpackt mieten können.

Die Gruppe wuchs mit den Jahren zu einem engen Partnernetzwerk zusammen und wurde dadurch zum führenden Anbieter im Bereich Non-Food Catering. Überregionale Kunden, besonders im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung, nutzen die Vorteile dieser Präsenz, und arbeiten bundesweit mit dem Verbund zusammen. Was uns zu anderen unterscheidet ist, unsere persönliche und individuelle Unterstützung bei Fragen rund um das Mieten von Zubehör für Ihre Feier. Bei uns heißt Eventverleih Service: Feiern leicht gemacht, mit einem höchstmöglichen Hygienestandard - auspacken, eindecken, fertig ... eben "tafelfertig". Und den Abwasch erledigen wir. 😊

Auf Grund zahlreicher, ungelöster Fragen seitens des Franchisegebers entschieden wir uns zusammen mit 6 weiteren Standorten den Vertrag mit dem Verbund zu kündigen. Jedoch wollen wir weiterhin Teil einer Gruppe sein. Das Jahr 2020 war nicht nur wirtschaftlich, sondern auch organisatorisch eine große Herausforderung als wir gemeinsam mit den ehemaligen Standorten den alten Lack abkratzen mussten, um ab Januar 2021 wieder im neuen Glanz unter der Marke „mitea clever mieten – stilvoll feiern“, Menschen helfen Momente unvergesslich zu machen.

Sie können sich über unseren Web-Shop, telefonisch oder per E-Mail informieren, anfragen und bestellen. Auch ein Fax finden noch seinen Weg zu uns 😊.

Die Bestellung kann man dann selbst abholen oder sich auch bequem liefern lassen. Die Rückgabe bzw. Abholung des Equipments erfolgt selbstverständlich ungereinigt.

ÜBER UNS

Gemeinsam mit unserer professionellen Spülstraße und unseren Mitarbeitern garantieren wir, dass die Ware immer im perfekten und hygienisch einwandfreien Zustand zum Kunden kommt. Die Ware ist zudem bruchsicher verpackt und eindeutig gekennzeichnet. Dies ermöglicht eine schnelle und effiziente Handhabung des Leih equipments.

Der mitea Standort in Stuttgart beschäftigt zurzeit acht Mitarbeiter in Vollzeit und in der Hochsaison zwischen 7 und 14 Aushilfen. Dieses Jahr feiert unser Betrieb sein 28-jähriges Bestehen. Die Firma wird mittlerweile von der zweiten Generation geführt.

Unsere Dienstleistung wird in der Mehrheit von Firmen in Anspruch genommen, hierbei handelt es sich meist um Caterer, Hotels, Metzger, Partyservices sowie Kantinenbetreiber (95% Geschäftskunden und 5% Privatkunden).

Das Geschäft umfasst neben der Vermietung von Party-/Veranstaltungszubehör auch weitere zusätzliche Dienstleistungen, wie zum Beispiel Auf- und Abbau von Mobiliar oder die Durchführung des Geschirrrücklaufs bei Großveranstaltungen. Somit kann sich unser Kunde voll und ganz auf das wesentliche konzentrieren: Nämlich die Betreuung der Gäste oder das Feiern selbst.

Wir kümmern uns darum die gebrauchten Mietgegenstände schnell und effizient zurück in die Verpackung zu laden und alles bereit für den Abtransport zu machen.

Das Geschäftsmodell: Sharing Economy oder Curricular Economy hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Mehr und Mehr Waren/Gebrauchsgegenstände werden anderen zur Verfügung gestellt und nach dem Gebrauch wieder zurückgegeben. Als bekannte Beispiele sind hier z. B.: Autos, Wohnungen etc. zu nennen. Dadurch, dass ein Gegenstand von mehreren Menschen genutzt wird und somit nicht von jedem Einzelnen angeschafft werden muss, spart dies Ressourcen bzw. die eingesetzten werden effizienter genutzt.

In unserem Fall leiht der Kunde für seine Veranstaltung das nötige Zubehör und durch die mehrfache Wiederverwendung trägt dies insgesamt zur Nachhaltigkeit bei. Auch hier gilt wieder: Die Teile werden effizienter genutzt und man spart somit Ressourcen.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis

ÜBER UNS

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."*

DIE WIN-CHARTA

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: 31.08.2017

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSET- ZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTA- TION	QUANTITATIVE DOKUMENTA- TION
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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 BE-
ARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Wir haben das #changemaker-Team des Friedrich-von-Alberti-Gymnasiums Bad Friedrichshall unterstützt. Die Schüler haben Spenden für die Nichtregierungsorganisation (NGO), Maison Shalom gesammelt. Hier wollen die Macher im Mahama Camp, 300 km südlich von der Hauptstadt Ruandas, Kigali, ein Schulungsrestaurant eröffnen.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für Nachhaltige Entwicklung
-
- Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 1200 EUR sowie 20 Arbeitsstunden

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 4 - Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen"

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als Teil der Veranstaltungs- und Eventbranche wurden wir, Ende Februar, Anfang März 2020 von der rasanten Verbreitung der Infektionskrankheit COVID-19 in Deutschland, voll getroffen. Unsere Auftragsbücher waren praktisch von einem Tag auf den anderen wie leergefegt.

Daher wird sich unter anderem der diesjährige Bericht von den vorherigen Berichten unterscheiden. Als Organisation müssen wir einen Umsatzausfall von 80% bis 95% verkraften, was eine nie dagewesene Situation ist. Wir haben uns dieses Jahr entschieden den Schwerpunkt auf den Leitsatz 7 „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze zu setzen. Zum einen, weil viele Firmen aus unserer Branche um Ihren Erhalt kämpfen. Außerdem haben wir 2020 alles darangesetzt, unsere Dienstleistung nachhaltig für die Zukunft auszurichten und somit die Firma und unsere Mitarbeiter zu erhalten. Trotz des immensen Geschäftsausfalls war die Hauptmaßnahme, sich vom bisherigen Franchisegeber zu trennen und gemeinsam eine neue Marke zugründen. Denn nur so sehen wir langfristigen den Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze sowie die Nachhaltigkeit und Innovation für gesichert.

Das Thema Ressourceneffizienz (Leitsatz 4) ist und bleibt auch im Krisenjahr ein Schwerpunkt Thema. Die Vermietung und mehrfache Nutzung von Gebrauchsgütern ist nun mal ein zentraler Gedanke unserer Geschäftsidee. Und ist somit auch ein wichtiger Leitsatz für unser gesamtes Handeln.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

ZIELSETZUNG

(1) Gründung einer neuen Marke bis zum 01. Januar 2021, mit dem Ziel das Unternehmen langfristig zukunftsfähig zu machen, Arbeitsplätze zu schaffen und Nachhaltigkeit voranzutreiben.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Verlassen der alten Franchisegruppe und Gründung einer neuen Marke zusammen mit 6 weiteren ehemaligen Standorten
- Mitarbeiter so gut es geht aus der Kurzarbeit holen, um an der Neugründung mitzuwirken

ZIELSETZUNG

(2) Der Veranstaltungsbranche in der Politik mehr Gehör verschaffen. Wir möchten dauerhaft ein Bündnis unterstützen, um für die Politik sichtbar zu sein.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Als Teil der Veranstaltungswirtschaft unterstützen wir die Aktion #Alaramstufe Rot um in der Politik auf die extreme Situation der Firmen in der Veranstaltungswirtschaft hinzuweisen



Bild 1 Orte der "Night of Light" um auf die schwierige Lage in der Veranstaltungsbranche hinzuweisen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ZIELSETZUNG

(3) Unsere Dienstleistung -auch im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit- bekannter machen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Teilnahme Anfang des Jahres an der INTERGASTRA in der Messe Stuttgart. Einer der europäischen Fach- und Leitmessen für Gastronomie und Hotellerie.
- Teilnahme an diversen Hochzeitsmessen, um unsere Dienstleistung bei privat Personen vorzustellen

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Kündigung beim ehemaligen Franchisegeber war der erste Abschnitt. Im zweiten wesentlich komplexeren Abschnitt setzten sich alle Partner zur gemeinsamen Abstimmung zusammen. Anfangs in Person und später digital. Zu besprechen gab es eine ganze Reihe von Themen. Angefangen vom Markennamen, Logo, Claim, Softwareumgebung, Rechtliches etc. Das erste Erfreuliche: Die gesamte Gruppe ist der Meinung, dass sich beim Thema Einwegverpackung (Folie, Tüten, Deckel) unbedingt etwas ändern muss. In unserem zweiten Schwerpunkt (Leitsatz 4) werden wir näher darauf eingehen. Eine weitere erfreuliche Nachricht ist, dass das Thema Digitalisierung und papierloses kommissionieren /Lieferschein nun aktiv in der Gruppe angetrieben werden soll. Das Thema Papierlos war auch schon ein Schwerpunkt im unserem Vorjahres Bericht.

Allem in Allem hat sich der große Aufwand gelohnt: Am Ende steht die neue Marke „mitea clever mieten – stilvoll feiern“. Diese bildet die Grundlage für den Neustart sowie die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und die Sicherung der Arbeitsplätze. Außerdem sind wir überzeugt, dass so die Nachhaltigkeit weiterhin ein zentrales Thema bleiben wird.

Mit dem Beginn der Pandemie und den verbundenen Einschränkungen waren durch den massiven Umsatzausfall auch die Arbeitsplätze in Gefahr. Doch dank der Kurzarbeit und unserer stabilen Finanzlage können wir unser Team halten und dies ist auch weiterhin das oberste Ziel der Geschäftsleitung. Zwar ist die Maßnahme der Kurzarbeit einerseits ungeheuer wichtig, jedoch erleiden unsere Mitarbeiter/innen andererseits auch schmerzhaftes Lohnausfälle. Damit der Neustart des Unternehmens gelingt, muss

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

der „alte Lack“ abgekratzt werden und dies ist nicht ohne unsere Mitarbeiter/innen umsetzbar. So gut es uns finanziell möglich ist, holen wir immer ein Team von maximal 3 Personen aus der Kurzarbeit. Verteilt auf einer Lagerfläche von 1100 m², Maskenpflicht und Abstandsgebot von Minimum 1,5 Meter geben wir, dem Virus keine Grundlage sich zu verbreiten. Homeoffice ist leider nicht möglich da die Arbeiten, die Anwesenheit im Lager erfordern. Aber mit den oben genannten Maßnahmen, geben wir dem Team bei der Umgestaltung mitzuwirken damit es auch zu Ihrer Marke wird. Zudem lässt sich dadurch auch der Lohnausfall abmildern.

Wir möchten an dieser Stelle auch Erwähnen das bedingt durch den Lohnausfall, ein Mitarbeiter dies nicht länger stemmen konnte und uns daher verlassen hat. Wir sind daher jedem Mitarbeiter/in für Ihren Einsatz und Durchhaltevermögen zutiefst dankbar.

Die Bedeutung, von der Politik gesehen und gehört zu werden, ist uns erst in der Pandemie richtig klar geworden. Um bei Hilfen etc. beachtet zu werden muss es Menschen geben, die in der Politik unsere Situation erklären und dadurch sicherstellen, dass die Hilfen so effektiv wie möglich werden. Daher haben wir das Bündnis #Alarmstufe Rot finanziell aber auch durch den Besuch von Kundgebungen in Stuttgart unterstützt.



Bild 2 Teilnahme an der Demo des Aktionsbündnis #Alarmstufe Rot in Stuttgart

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Um den Unternehmenserfolg weiterhin sicherzustellen, nutzten wir diverse Messen, um unsere Dienstleistung bekannter zu machen. Daher entschieden wir uns im Jahr 2020 an der INTERGASTRA sowie der TrauDich! als Aussteller teilzunehmen. Einerseits meinen wir so mit neuen und bestehenden Kunden aus dem B2B-Bereich sprechen zu können und Ihr Feedback und Wünsche sammeln. Andererseits mit Privatkunden in Kontakt treten und Ihnen zeigen, warum Sie mit unserer Dienstleistung sich auf das wesentliche konzentrieren können: Und zwar auf das Feiern selbst. Leider ist die Hochzeitsmesse Pandemiebedingt ausgefallen. Wir freuen uns aber an dem Ausweichtermin wieder teilzunehmen.

INDIKATOREN

Indikator 1: Gründung einer neuen zukunftsfähigen Marke

- Erarbeitung eines Markennamens mit Claim und Logo
 - Abgeschlossen
- Anmeldung der Marke beim europäischen Patent und Markenamt.
 - Abgeschlossen
- Erstellung einer Website mit Webshop.
 - Zum 01.01.2021
- Es herrscht Konsens bei allen Standorten, die Einwegverpackung zu reduzieren.
 - Ergebnisse Ende 2021
- Konkrete Konzepte für die Digitalisierung in der Logistik erarbeiten.
 - Ergebnisse Ende 2021

Indikator 2: Mitarbeiter halten und Lohnausfall abmildern

- Pandemiebedingt den Verlust eines Mitarbeiters
- Lohnausfall bedingt durch Kurzarbeit reduzieren
 - Von anfangs 100% Kurzarbeit konnten wir die Maßnahme auf mittlerweile durchschnittlich 65% „reduzieren“
- Wenn möglich die Kurzarbeit weiter abbauen
 - Hoffnung für 2021 dauerhaft unter 50% Kurzarbeit
 - Ergebnisse Ende 2021
- Den verlorenen Arbeitsplatz wieder besetzen
 - Realistisch: zweites / drittes Quartal 2022
- Schaffung neuer Arbeitsplätze

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Nach derzeitigem Stand 2023

Indikator 3: Unsere Marke und Dienstleistung bekannter machen

- Teilnahme der Messe INTERGASTRA im Februar 2020
- Geplante Teilnahme an der Trau Dich! Oktober 2020
 - Pandemiebedingter Ausfall
 - Geplant am Nachholtermin 2021 teilzunehmen
- Restliches Marketingbudget 2020 durch Umsatzausfall zusammengestrichen
- Für 2021 kleine Werbeaktionen geplant (Zeitschriften/Sozialen Medien)
 - Ergebnisse Ende 2021

AUSBLICK

Erst die COVID-19 Pandemie und die damit verbundenen Verluste hat das Schwerpunktthema „Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze“ groß in den Fokus gerückt. Wir kämpfen ums Überleben und dafür eine Perspektive zu bekommen. Die Auswirkungen der Pandemie und Ihren Maßnahmen werden uns noch über die nächsten Jahre begleiten. Daher werden wir im Bericht 2021 und mit Sicherheit darüber hinaus diesen Leitsatz als Schwerpunkt behandeln. Zu berichten gibt es über den Start der neuen Marke und dem momentanen Umfeld, die Entwicklung der Kurzarbeit in unserm Betrieb und die Einschätzung neue Arbeitsplätze zu schaffen.

Leitsatz 4 - Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."

ZIELSETZUNG

(1) Schrittweise Ablösung von Einwegplastik durch ein ökologisch abbaubares Produkt welches für unsere Zwecke geeignet ist.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Mit der Marken Neugründung haben wir dieses Problem in der Gruppe aufgegriffen
- Erstes Resultat: Schaffung eines eigenen Kreislaufes, in der die gebrauchte Einwegkunststoffverpackungen gesammelt und an den Produzenten zurückgegeben wird

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Zweites Resultat: Einwegverpackung in Mehrwegverpackung umwandeln
- Wechsel des Verpackungsherstellers
- Kontaktaufnahme mit weiteren Herstellern/Designer um Artikel die bisher als Einwegverpackung genutzt werden in Mehrwegverpackung zu ändern
- Erarbeitung wie die Arbeitsprozesse angepasst werden müssen, um sowohl die Einwegverpackung zu sammeln als auch Mehrwegpackungen wieder einsetzbar zu machen
- Weiterhin auf der Suche nach einer nachhaltigen, ökologisch abbaubaren Alternative für Einwegkunststoffverpackungen

ZIELSETZUNG

(2) Im Zuge der Marken Neugründung nicht alles „Alte“ entsorgen, sondern alles wiederverwendbare, soll wiederverwendet werden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Eingesetzte und neue Arbeitskleidung nicht entsorgt, sondern eine Möglichkeit gesucht diese, mit unserer neuen Marke umzugestalten



Bild 3 bestehende Arbeitskleidung, neugestaltet



Bild 4 bestehende Arbeitskleidung, neugestaltet

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Den alten Markennamen auf Mehrwegverpackung z.B. Boxen, Gläserracks, Schilder etc. mit unserem neuen Markennamen/Logo bekleben



Bild 5 Boxen, neu beschriftet

- Auch Schilder (Firmenschilder, Willkommensschilder, Parkschilder, Hinweisschilder etc.) wurden nicht einfach entsorgt, sondern neu beklebt



Bild 6 Alte Fassadenschilder, neu beklebt

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Wie schon im Schwerpunkt „Unternehmenserfolg“ erwähnt, ist das Thema Reduktion von Einwegverpackung aus Kunststoff (Folien, Tüten, Deckel) war auch ein wichtiges Thema in den Abstimmungsgesprächen bei der Markengründung.

Wir setzen Tüten und Deckel aus Plastik ein, um z.B. Besteck, Gläseracks und Boxen zu verpacken damit das Porzellan, Besteck und Gläser im Lager keinen Staub ansetzen, bzw. beim Kommissionieren und Ausliefern weiterhin hygienisch sauber bleiben und sofort eingesetzt werden können. Diese Verpackung wird jedoch nur einmal eingesetzt und in der Regel vom Kunden entsorgt.

In Zukunft sollen die Folien und Tüten gesammelt werden, damit wir diese wieder mitnehmen. Unser Kunststoffhersteller bekommt diese Verpackung wieder zugeführt, woraus dieser dann neue Verpackungen für uns herstellt.



Bild 7 Die Einwegtüten und Folien werden in Zukunft gesammelt und dem Hersteller zurückgegeben

Ein weiterer Punkt sind die transparenten Kunststoffdeckel zum Abdecken der Boxen. Diese sind in der Regel auch nur einmal einsetzbar und sollen in Zukunft von Mehrwegdeckel ersetzt werden. Die Komplexität liegt darin, dass diese auf die existierenden Boxen passen sollen und die Box mit Deckel weiterhin stapelbar und formschlüssig ineinanderpassen sollen. Hinzu kommen noch weitere logistische und optische Anforderungen. Dazu haben wir mit Designern und Herstellern gesprochen, wie dies umgesetzt werden kann und um Vorschläge gebeten.

Weiterhin haben wir uns Gedanken gemacht wie die Arbeitsprozesse angepasst werden müssen, um dies umzusetzen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Mittelfristig soll weiterhin Einwegkunststoff zum hygienischen Verpacken der Artikel genutzt werden. Mit den Mehrwegdeckel kann der Kunststoff, welcher bei den Einwegdeckel anfällt, vermeiden werden. Mit den neuen Kunststoffkreislauf stellen wir sicher, dass der Rohstoff der Einwegverpackung möglichst effizient wiederverwendet werden kann. Mittels eines Vergleiches zwischen dem Gewicht des eingekauften Kunststoffs und dem rückgeführten Kunststoff soll quantitativ die rückgeführte Menge erfasst werden.

Bei einer Marken Neugründung wie in unserm Fall, ist es notwendig, dass alles entfernt wird was mit der vorherigen Marke zu tun hatte. Doch einfach wegwerfen und neukaufen ist keine nachhaltige Lösung. Daher wurde nach Möglichkeiten gesucht, durch Umgestaltung, möglichst viele Teile wiederzuverwenden. Die Arbeitsklamotten sind ein besonderes Beispiel: Erst Anfang 2019 hatten wir viele neue Klamotten wie T-Shirts, Winterjacken, Westen, Poloshirts gekauft und bedruckt. Daher hatten wir auch noch viele neue Klamotten auf Lager. Mit einer Schneiderei/Wäscherei konnten wir für die Umgestaltung einen tollen Partner gewinnen, welcher für diese Idee brannte und uns bei dem Projekt zu 100% unterstützt hat.

Auch haben wir alle Mehrwegboxen für Porzellanartikel und alle Gläseracks umgestaltet. Es musste hierfür ein Aufkleber gesucht und getestet werden, der heißes Wasser, Säure und Lauge widersteht aber auch den Lager- und Logistikbedingungen standhält. Die Spültests wurden an mehreren Standorten durchgeführt. Die Lager und Logistikbedingungen konnten durch den großen Geschäftsausfall, nur bedingt getestet werden. Weiterhin wurden die gesamte Beschilderung wie Firmenschilder, Informationsschilder, Hinweisschilder, Parkplatzschilder etc. von der alten Marke entfernt und neu beschriftet. Auf diese Weise konnten alle Aluminiumbleche wiederverwendet werden.

Im unserem Nachhaltigkeitsbericht 2019 wurde auch noch von der Einführung wiederverwendbarer Trinkhalme und die Einführung der tackerlosen Tacker (Stapler-Free Stapler) berichtet.

Bei den Trinkhalmen konnten wir leider keine Erkenntnisse sammeln, ob diese beim Spülvorgang wieder hygienisch sauber werden. Die Kunden, mit den wir eine Testphase vereinbart hatten, waren durch den Kontaktverbot nicht in der Lage einen normalen Geschäftsbetrieb zu führen, weshalb die Trinkhalme leider auch nicht zum Einsatz kommen konnten.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Mit dem tackerlosen Tacker konnten wir ein genug Erfahrung/Feedback sammeln, um sagen zu können das dies eine dauerhafte Lösung sein wird. Seit 2020 verwenden wir keine metallischen Tackerklammern mehr.

INDIKATOREN

Indikator 1: Einwegkunststoff reduzieren

- 2021 Aufbau einer Kreislaufwirtschaft für Einweg Folien und Tüten mit dem Hersteller
- Klärung mit Designern/Herstellern wie Mehrwegdeckel aussehen können
- Ziel: 80% der verwendeten Folien und Tüten wieder in den Kreislauf zurückführen
- Im Bericht 2021 soll der Fortschritt dokumentiert werden
Ziel mittelfristig: Reduzierung der Einwegkunststoffdeckel auf fast null
- Weiter auf der Suchen nach einem ökologisch abbaubaren Produkt, welches für unsere Zwecke geeignet ist

Indikator 2: Umnähen der Berufkleidung/ Wiederverwendung möglichst vieler Teile

- Ca. 130 Kleidungsstücke (Fleece Pullis, T-Shirts, Poloshirts, Winterjacken, Westen)
- 2300 Racks wiederverwendet
- 2200 Boxen wiederverwendet
- Beschilderung wiederverwendet (12 m² Aluminiumblech)

Indikator 3: Einführung des tackerlosen Tackers

- Der tackerlose Tacker heftet nun das Papier mithilfe einer Stanz- und Falstechnik zusammen
- Mehrere dieser Geräte wurden angeschafft
- Unser Ziel, keine Tackernadeln mehr zu verwenden wurde erreicht da wir von den Geräten überzeugt sind

AUSBLICK

Im Jahr 2021 möchten wir über die Erkenntnisse zu dem Kunststoffkreislauf berichten. Wie ist es angelaufen, welche organisatorischen Herausforderungen gab es. Konkret soll genannt werden, wieviel kg Kunststoff dem Kreislauf zugeführt wurde. Außerdem möchten wir den Fortschritt bei der Suche nach einem Mehrwegkunststoffdeckel dokumentieren. Den aktuellen Stand und welche Herausforderungen noch zu überwinden sind.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Abhängig von der Lockdown-Situation/Kontaktverbot, verfolgen wir den Test mit wiederverwendbaren Trinkhalmen weiter.

Ein weiteres Thema ist die Reduzierung des Papierverbrauchs. Im Bericht 2019 erwähnten wir, dass der Papierverbrauch bei EC-Belegen komplett eingestellt werden konnte, sowie das durch die Digitalisierung der Schnittstelle mit dem Steuerbüro weniger Papier verbraucht wurde. Mittelfristig wollen wir mit der Digitalisierung unserer Prozesse voranschreiten. Stichwort: papierloses kommissionieren und papierloser Lieferschein. In unserer Marke sind weitere Mitglieder, die ein großes Interesse haben dieses Thema voranzubringen. Wir denken bis 2024 konkrete Ergebnisse vorzustellen.

5. Weitere Aktivitäten

- **Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- 2019 berichteten wir, von unserem Mitarbeiter, dessen Aufenthaltsgenehmigung entzogen wurde und somit leider nicht mehr für uns arbeiten durfte. Leider hat er die Aufenthaltsgenehmigung nicht wiedererlangt. Wurde jedoch auch noch nicht abgeschoben. Gemeinsam mit einer Sozialarbeiterin haben wir uns als Fürsprecher an mehrere Behörden gewandt und hoffen, dass er bald wieder eine Aufenthaltsgenehmigung erhält
- Weiterbildungsaktivitäten: Sprachtrainings, Weiterbildung im Bereich Logistik sowie die Weiterbildung zur Prüfung diverser Geräte (gas und elektrische) und Regalanlagen
- Betriebliche Altersvorsorge
- Arbeitslast in Haupt- und Nebensaison so ausgeglichen wie möglich zu gestalten
- Gerechte Aufteilung des Wochenenddienstes, damit alle gleichermaßen betroffen sind
- Einbindung der Meinung unserer Mitarbeiter bei Neueinstellungen
- Einbindung bei Neuanschaffungen in der Fahrzeugflotte was die Ausstattung angeht

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir verzeichnen eine sehr niedrige Mitarbeiter Fluktuation, trotz der momentan extremen Situation
- Wir sehen unsere Mitarbeiter gut gewappnet für zukünftige Herausforderungen

Ausblick:

- Die Maßnahmen und Aktivitäten sollen beibehalten werden. Wenn die Möglichkeit besteht sollen weitere Maßnahmen hinzukommen.
- Jede/r einzelne im Team soll seine individuellen Fähigkeiten einbringen und für die Zukunft neue Fähigkeiten entwickeln
- Wir wollen, dass sich unser großartiges Team wohlfühlt und die Sinnhaftigkeit in Ihrer Arbeit erkennt

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Jedes Teammitglied soll gerne zur Arbeit kommen. Nur so kann die hohe Kundenzufriedenheit aufrechterhalten werden. Das ist der Garant, dass Kunden wiederkommen, uns weiterempfehlen und wir im Umkehrschluss als Firma davon profitieren!

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Veranstaltung mehrerer Team Events: Vor der Pandemie haben wir jeden Geburtstag in einer gemütlichen Runde gefeiert und füreinander gekocht, außerdem eine Kochschule besucht
- Aufmerksamkeiten zum Geburtstag sowie bei Betriebszugehörigkeiten mit einer „runden“ Zahl
- Vergünstigung für unser Mitarbeiter, wenn diese selbst eine kleine Feier machen 😊
- Günstige Bereitstellung unserer Transporter/LKW bei Umzug oder Möbelkauf
- Pakete können ins Geschäft geliefert werden



Bild 8 Da freuen sich zwei auf das gute Essen



Bild 9 Das Anrichten soll gelernt sein 😊

WEITERE AKTIVITÄTEN



Bild 10 Ohne Würze schmeckt die Pasta nicht



Bild 11 Mhmm perfekt gegrillte Steaks

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zusammenhalt und ein gutes Miteinander
- Auch in schweren Zeiten hat der Großteil der Kollegen zu uns gestanden

Ausblick

- Da 2020 Aufgrund der Corona Pandemie und dessen Beschränkungen nur eine Mitarbeiterfeier durchführen konnten, freuen wir uns darauf, wenn es wieder erlaubt ist gemeinsam zu feiern 😊

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben unser Möglichstes versucht allen Anspruchsgruppen gerecht zu werden. Wir haben neben unseren Mitarbeitern und Gesellschafter auch ein Augenmerk auf unsere Lieferanten, Banken und unserem Vermieter gesetzt
- Mit einer Maßnahme wurde unser Lieferant im Bereich Tischwäsche unterstützt (Familiengeführter Kleinbetrieb). Dieser begann mit der Fertigung von Alltagsmasken und es war für uns selbstverständlich, diese bei Ihm zu beziehen und nicht bei irgendeinem Lieferanten oder einem großen Onlineversender zu bestellen.
- Denselben Lieferanten konnten wir gewinnen, Lösungen für die Umgestaltung unserer bestehenden Arbeitskleidung zu finden. Diese Arbeit hat er auch hervorragend umgesetzt
- Unser Vermieter hat wohlwollend auf unsere bitte um Mietstundung reagiert. Dies hat uns in der Anfangsphase der Coronapandemie sehr geholfen

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Auch wenn es noch Probleme bei den „Unternehmenshilfen“ gibt, sind wir sehr dankbar dafür
- Seitens der Volksbank Herrenberg Rottenburg Nagold haben wir ebenen falls viel Unterstützung erhalten
- Die Gesellschafter der Firma haben ebenso alle Möglichkeiten geprüft und durchgeführt, um die Finanzierung der Firma zu gewährleisten

Ausblick:

- Auch in Zukunft werden wir uns um die Anspruchsgruppen kümmern, denn die wirtschaftlichen Einschnitte sind und werden uns auch im Jahr 2021 begleiten
- Ausbau der Kommunikation via sozialen Medien z. B. Instagramm oder LinkedIn
- Verfassen des nächsten WIN-Charta Nachhaltigkeitsberichts

Umweltbelange

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Im Bericht 2019 wurde über die Einsparung bei Strom und Wasser berichtet, da wir aber im Jahr 2020 ein extremen Umsatzeibbruch verzeichnen mussten, sind keine Zahlen aufgeführt
- Teilnahme am KEFF-Check (Kompetenzstelle Energieeffizienz). Ein Verbesserungsvorschlag war, Heizungs- und Warmwasserzirkulationspumpen zu installieren und die Erweiterung unserer bestehenden PV-Anlage auf dem Dach → Da das Gebäude angemietet ist, haben wir die Ergebnisse an unseren Vermieter weitergeleitet
- Nach Rücksprache mit dem Vermieter, wird dieser die 20 Jahren alten Fenster durch neue, energieeffizientere Modelle ersetzen
- Im Januar wurde ein Wasserspender mit Filtersystem für gekühltes/ungekühltes Wasser in der Kantine installiert. Somit nutzen wir statt Wasser aus Flaschen, das Leitungswasser Wasser. Dazu bekam jeder Mitarbeiter noch eine eigene Trinkflasche geschenkt Das führt zu einer CO₂ Ersparnis da das Wasser von nun an „Frei Haus“ geliefert wird

WEITERE AKTIVITÄTEN



Bild 12 Der Wasserspender unser Beitrag, für nachhaltiges Durstlöschen auf der Arbeit

- Ein Teil des Grundstücks vor der Halle wurde in ein „wildes Wiesen“ umgestaltet

WEITERE AKTIVITÄTEN



Bild 15 Projekt wildes Wieschen: Es ist alles für die Saat vorbereitet



Bild 13 Projekt wildes Wieschen: Die ersten Ergebnisse 😊



Bild 14 Projekt wildes Wieschen: Es wächst *_ _/*

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Ab diesem Jahr (2021) setzen wir zusätzlich einen besonderen Fokus auf den unternehmerischen Klimaschutz. Die Reduzierung der Treibhausgasemissionen (THG) sowie des Energieverbrauchs ist seit geraumer Zeit ein Thema. Bis dato haben wir dies nicht in Zahlen festgehalten.
- Schrittweises Vorgehen: Im ersten Schritt sollen die Elemente des Scope 1 addiert werden (direkte Emissionen) und anschließend noch der Scope 2 (indirekte Emissionen). Damit soll Erfahrungen gesammelt werden, um später auch den Scope 3 (indirekte Emissionen, erweitert) in unsere Klimabilanz aufzunehmen

Ausblick:

- Im nächsten Bericht wird, zum ersten Mal, die IST-Situation im Unternehmen zum Scope 1 vorgestellt

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung einer weiteren Geschirrsreihe zum Anfang des Jahres. Wir haben uns für den Hersteller Rosenthal GmbH entschieden. Dieser zählt zu den traditionsreichsten Porzellan Herstellern, welcher noch in Deutschland produziert. Die Firma ist nach ISO 14001:2015 zertifiziert sowie nach SR10:2015 Social Responsibility Managementsystem
- Die Anschaffung einer Verpackungsmaschine für Gläseracks ist uns dieses Jahr nicht gelungen. Wir werden diese Anschaffung bis auf weiteres aufschieben da andere Bereiche zu nächst Priorität genießen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit der Einführung einer weiteren Geschirrsreihe wollen wir unseren Kunden ein tieferes Portfolio anbieten
- So stellen wir auch in Zukunft sicher, dass jeder Kunde die Möglichkeit bekommt das gesamte Equipment für sein individuelles Event zu mieten, statt zu kaufen
- Unsere Entscheidung ein neues Produkt in unser Portfolio aufzunehmen erfolgt durch Kriterien, die auch unseren Nachhaltigkeitsanspruch widerspiegelt
- Langfristig sollen, nur Produkte aufgenommen werden, die mit Hinblick auf den Scope 3 (indirekte Emissionen, erweitert) im Leitsatz 5: Energie und Emissionen nachvollziehbar sind

Ausblick:

- Anschaffung einer neuen Glas Serie, um auch hier die Auswahl zu vertiefen. Hier möchten wir wieder auf einen deutschen Hersteller setzen

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten sowie Ergebnisse und Entwicklungen:

- Voranbringen der Digitalisierung, um Prozesse zu etablieren welche, die Mitarbeiter unterstützen

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Dazu gehört unter anderem eine Machbarkeitsstudie zur Ausrüstung unserer Produkte mit RFID-Tags (Radio Frequency Identification)

Ausblick:

- Im Bericht 2021 möchten wir darüber berichten

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten sowie Ergebnisse und Entwicklungen:

- Für die Geschäftsführung und den Gesellschafter stehen die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung und der langfristige Erfolg im Vordergrund. B
- Bei Investitionsentscheidungen werden nicht nur die wirtschaftlichen Aspekte herangezogen, sondern auch Arbeitnehmerbelange und Umweltaspekte.
- Aus diesem Grund haben wir uns auch entschieden aus dem „alten“ Franchiseverband auszutreten und einen neuen Verband zu gründen
- Dadurch ist die Umsetzung der oben genannten Kriterien besser möglich

Ausblick:

- Wir stehen in der neuen Gruppe am Anfang. Außerdem belastet uns die Pandemie mit ihren leider notwendigen Beschränkungen und Verboten
- Daher ist es sehr schwierig einen Ausblick zu geben. Nichts destotrotz sind davon überzeugt, dass zukünftige Investition in nachhaltige Innovationen langfristig zum Erfolg führen und nicht eine kurzfristige Profit Orientierung

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten sowie Ergebnisse und Entwicklungen:

- Als kleines Familienunternehmen sprechen uns gegen die Korruption aus. Wir wollen ausschließlich mit Geschäftspartnern zusammenarbeiten, bei denen der Korruptionsverdacht ausgeschlossen werden kann

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Aufgrund der begrenzten personellen Ressourcen können wir dies jedoch nicht im Einzelfall überprüfen

Ausblick:

- Wie in der Vergangenheit werden wir, bei einem möglichen Korruptionsverdacht, dies bei der Antikorruptionsstelle des Landes Baden-Württemberg melden

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 - REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Auf Grund der Einschränkungen wurden alle von uns unterstützten Benefizveranstaltung und Projekte abgesagt
- Diese Veranstaltungen und Projekte werden, sobald es die Lage erlaubt, wieder von uns unterstützt

Menü

Douco Steiner **
Gasthaus zum Hirschen, Sulzburg

**Getrüffelte Bresse-Poularde
in der Brühe mit Gemüsekügelchen**

Spende
KreisSparkasse Ravensburg, Ravensburg
Sparkasse Schwarzwald-Baar,
Villingen-Schwenningen
LBS Landesbausparkasse Südwest, Stuttgart
2019er Franz Anton Spätburgunder
Weingut Franz Keller, Vogtsburg-Oberbergen

Nico Sackmann **
Hotel Sackmann GmbH,
Bärenbrunn-Schwarzenberg

**Emmerreismüsli mit Waldbeeren,
geister Ziegenmilch,
Balsamicoelee,
eingelegt mit gepickelten
Margareten-Kapern**

Spende:
SV Sparkassenversicherung Holding AG,
Stuttgart
2016er Markgräflerland Muskateller
Weingut Martin Waßmer, Bad Krozingen-Schlatt

Weitere Sponsoren des Galadiners
Adolf Würth GmbH & Co. KG, Künzelsau * Alles klar! Veranstaltungs-Service GmbH, Filderstadt * Architekturbüro Rebholz, Bad Dürrenheim * Bad Dürrenheimer Mineralbrunnen GmbH & Co. KG Heilbrunnen, Bad Dürrenheim * Blumenart Kurt Albiez, Donaueschingen * Europapark, Rust * Franz Keller Schwarzer Adler, Vogtsburg-Oberbergen * Fürstlich Fürstenbergische Brauerei GmbH & Co. KG, Donaueschingen * Jetprint GmbH, VS-Villingen * Karl Storz GmbH & Co. KG, Tuttlingen * Käse-Caduff, Rottweil * Kessler Sekt GmbH & Co. KG, Esslingen * Klaus Schultes Presse-Fotoagentur, Baden-Baden * Klavierhaus Hermann, Trossingen * Krachenfels GmbH, Mönchweiler * KreisSparkasse Ravensburg, Ravensburg * Kunze & Ritter GmbH, Freiburg * LBS Landesbausparkasse Baden-Württemberg, Stuttgart * Lindauer Bodenseefruchtsaft GmbH, Lindau * Maler Rebholz, Bad Dürrenheim * Marder Edelbrände, Albbruck * Marija und Lutz Meschke, Stuttgart * Markgräflisch Badisches Weinhaus GmbH, Salem * PROHOGA GmbH & Co. KG, VS-Schwenningen * Sparkasse Schwarzwald-Baar, VS-Villingen * Südstern-Büfle AG + Co. KG, VS-Villingen * SV Sparkassenversicherung Holding AG, Stuttgart * Textilreinigung Klalber, VS-Schwenningen * Volksbank eG Schwarzwald Baar Hegau, VS-Villingen * Weingut Andreas Laible, Durbach * Weingut Danner, Durbach * Weingut Fritz Waßmer, Bad Krozingen * Weingut Martin Waßmer, Bad Krozingen

10. Galadiner in Tannheim

Denkeshöhen |

Bild 16 Spendengala für krebskranke Kinder wurde bis auf weiteres verschoben

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten

- Ziel mit unseren Mitarbeitern im ersten Quartal 2020 in anderen Betrieben „Cross Trainings“ durchzuführen. Ziel soll sein über den Tellerrand zu schauen und neue Sichtweisen kennenlernen
- Im Fahrsicherheitstraining sollen Verhaltensweisen in gefährlichen Situationen simuliert werden, um diese in Zukunft zu vermeiden bzw. richtig zu entschärfen
- Regelmäßige Müllsammelaktionen in der Umgebung um das Lager.
- Aktive Unterstützung der Kunststoffsammelaktionen der Organisation „One Earth One Ocean“ (OEOO)
- Teilnahme am digitalen WIN-Workshop

Ergebnisse und Entwicklungen

- Die Cross- und Fahrsicherheitstraining konnten aufgrund der Coronapandemie und Ihrer Maßnahmen nicht durchgeführt werden
- Mit der Teilnahme am digitalen WIN-Workshop Ende 2020 wurden wir inspiriert in Zukunft unsere Treibhausgasemissionen (THG) quantitativ zu erfassen
- Der Austausch mit anderen WIN-Charta Mitgliedern gab einen Einblick vor welchen Herausforderungen diese bei der Klimabilanzierung standen und wie man am besten vorgehen kann
- Herbert Unsöld, der Gesellschafter der Firma hatte in einem Radiobeitrag von der Organisation „One Earth One Ocean“ (OEOO) erfahren und wie diese bei der einsammeln von Kunststoff in Flüssen und Meeren mithelfen
- Er wollte nicht nur passiv bei dem Thema unterstützen, sondern sich auch aktiv einbringen
- Im Februar 2020 ging er als Teil der OEOO-Mannschaft nach Battambang/Kambodscha um am Sangker River Plastikmüll einzusammeln
- Laut OEOO konnten bei der Aktion über 1,5 Tonnen Plastikmüll eingesammelt werden

WEITERE AKTIVITÄTEN



Bild 17 Ein Teil des OEOO Teams und Herbert Unsöld (erster v.r.) am Sangker River in Kambodscha

Ausblick

- 2021 werden wir zum jetzigen Stand keine Crosstrainings- und Fahrsicherheitstrainings durchführen
- Bei Aufhebung der Pandemiebedingten Auflagen wie Kontaktbeschränkung etc. werden wir diese Themen wieder ins Auge fassen
- Müllsammelaktionen sollen fortgesetzt werden
- OEOO Aktionen sollen auch in Zukunft aktiv unterstützt werden

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Ursprünglich sollte die Kinderkrebsgala unterstützt werden (siehe Leitsatz 11). Diese schöne und wichtige Gala findet alle 2 Jahre statt und wir begleiten dieses Projekt bereits seit 10 Jahren. Leider musste diese auf das Jahr 2021 verschoben werden. Daher haben wir uns auf die Suche nach einem Ersatzprojekt gemacht. Ein Projekt direkt in unserer Region zu finden wurde nicht geschafft. Trotz allem denken wir, dass das gewählte Projekt einen lokalen Bezug hat. Unterstützt wurde die Spendenorganisation des #changemaker-Team des Friedrich-von-Alberti-Gymnasiums aus Bad Friedrichshall. Das #changemaker-Team hat sich auf die Fahne geschrieben die „Organisation Maison Shalom“ zu helfen. Maison Shalom wurde 1993 von Marguerite Barankitse gegründet und ist in Burundi und Ruanda ansässig. Ihr Ziel ist es Kinder und Jugendliche aus schwierigen Situation zu helfen und ihnen mit Bildung eine Perspektive zu bieten. Das Angebot reicht von der Grundschule bis hin zur weiterführenden Schule und weiter zu einer Berufsqualifikation (<https://www.maisonshalom.org/index.php/en/our-actions>). Bei diesem Projekt will Maison Shalom südlich von Ruanda ein Schulungsrestaurant im Mahama Flüchtlingscamp errichten. Laut den neusten Zahlen leben in diesem Camp 64.000 Menschen.

Das #changemaker-Team überzeugte uns dieses Projekt mit Equipment zu unterstützen und das ein Schulungsrestaurant bei den Menschen vor Ort eine große Wirkung erzielen wird. Wir sind davon überzeugt das Bildung den Menschen vor Ort Perspektive, Würde und Hoffnung gibt.

UNSER WIN!-PROJEKT



Bild 18 LKW-Pritsche des 7,5 Tonnen LKW voll bis zur Kante mit Stühlen, Tischen (nicht zu sehen) und ein Rollwagen mit Besteck

Die Gesamtorganisation und Koordination der Spendenübernahme sowie die Verschiffung und Verzollung wurde durch das #changemaker-Team des Friedrich-von-Alberti-Gymnasiums Bad Friedrichshall übernommen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Es wurden Stühle, Tische sowie Besteck (Messer, Gabel, Löffel, Kuchengabel und Kaffeelöffel) gespendet welches nicht mehr benötigt wurde aber noch in einem guten Zustand ist. Somit ergab sich eine Förderung in Höhe von 1200 EUR. Alles herauszusuchen, vorzubereiten und versandfertig zu machen hat weitere 20 Arbeitsstunden in Anspruch genommen

UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN



Tue, 06/23/2020 - 08:46

Bild 19 Eröffnung des Schulungsrestaurants

Das Schulungszentrum wurde am 23. Juni 2020 unter dem Namen Hozagara feierlich eröffnet (<https://changemaker.fvag.net/2021/02/04/neues-vom-restaurant-beim-mahama-camp/>). Laut dem letzten Update des #changemaker-Teams aus dem Februar 2021 wurde das Restaurant gut angenommen und Durchschnittlich 80 Gäste empfangen. Auch wenn die Hilfe zwar nicht direkt Regional ist (regional organisiert), ist sie doch passend zur Nachhaltigkeitsstrategie des Landes mit den Schwerpunktthema Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). Unter anderem heißt es dort, dass die Förderung von zukunftsfähigen, ökologisch und sozial gerechten Lebensmodellen alle Menschen betrifft. Im weitesten Sinne trifft dies auch auf dieses Projekt zu.

AUSBLICK

Da das Projekt nun eröffnet wurde, wird für den Moment keine weitere Hilfe benötigt. Abhängig wie die Pandemie verläuft möchten wir im nächsten Jahr die Kinderkrebsgala im Tannheimer Tal unterstützen.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Stephan Unsöld, Mitglied der Geschäftsführung

Impressum

Herausgegeben am [02.03.2021] von

mt.Stuttgart Unsöld GmbH, mitea Stuttgart

Wolfäckerstrasse 6, 70794 Filderstadt

Telefon: 07158 980 190

Fax: 07158 980 1929

E-Mail: stuttgart@mitea.de

Internet: <https://www.mitea.de>

