



WIN-CHARTA NACHHALTIG- KEITSBERICHT

2021/2022

THE MAK'ED TEAM



INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Schwerpunktthema Anspruchsgruppen.....	5
	Schwerpunktthema Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze.....	6
5.	Weitere Aktivitäten	8
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	8
	Umweltbelange.....	10
	Ökonomischer Mehrwert.....	12
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	12
	Regionaler Mehrwert.....	14
6.	Unser WIN!-Projekt.....	16
7.	Kontaktinformationen.....	18
	Ansprechpartner	18
	Impressum	18

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

THE MAK'ED TEAM ist eine Unternehmensberatung für den Mittelstand. Wir entwickeln und implementieren pragmatische Lösungen für Herausforderungen in der Entwicklung und in der Steuerung von Unternehmen. Unser Fokus ist interdisziplinär und richtet sich auf vier Kernbereiche:

- Corporate & Business Development,
- Finance & Controlling,
- Human Resources & Corporate Learning und
- Sales & Marketing.

Hierbei verbinden wir Management & Development & Learning zu einem integrierten Ansatz. Somit werden Entwicklungen und Veränderungen im Unternehmen systematisch strukturiert und in der Organisation und bei den Mitarbeitenden verankert. Wir sind vertraut mit nahezu allen Anforderungen, Situationen und Anlässen, die in einem Unternehmerleben und in einem Unternehmensleben auftreten.

Wir verstehen uns als MACHER, Partner und Projektmanager unserer Kunden mit dem Ziel, deren Zukunftsfähigkeit zu forcieren. Mit unserem hohen Praxiswissen und unserer langjährigen internationalen Erfahrung arbeiten wir weltweit. Der Kernpunkt ist Nachhaltigkeit, um neue Verfahren und Erkenntnisse in Organisationen so zu verankern, dass diese wirksam bleiben und wiederum Ausgangspunkt weiterer Entwicklung sein können.

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: 29.10.2019

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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 BEARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Nachhaltiges Unternehmertum, Mannheim/Karlsruhe

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 195€ monatlich, 190 Mitarbeiterstunden

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 3: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*
- Leitsatz 7: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Das Interesse, die Kompetenz und das nachhaltige Entwicklungspotenzial unserer Anspruchsgruppen sind für uns als Beratungsunternehmen Grundlage für unseren eigenen nachhaltigen Erfolg. Zu unseren Anspruchsgruppen gehören unsere Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und unsere Geschäftspartner.

Mit der Teilnahme an der WIN-Charta verfolgen wir vor allem das Ziel, unser bestehendes Managementsystem zu erweitern und zu festigen. Der Aspekt der Nachhaltigkeit zieht sich dabei durch die gesamte Wertschöpfungskette unserer Dienstleistungen sowie durch unsere Unternehmenswerte. Sie bildet einen festen Bestandteil unserer Corporate Governance, die zukünftig die Grundlage unseres Managementsystems darstellen wird.

Für uns als Beratungsunternehmen ist es wichtig, die Interessen aller Anspruchsgruppen zu berücksichtigen und miteinzubeziehen. Wir wollen soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit fördern und sicherstellen, in dem wir mit unseren Anspruchsgruppen gemeinsam agieren und uns gegenseitig einbeziehen. Diese gesellschaftliche Notwendigkeit wollen wir einerseits in unserem eigenen Unternehmen als auch in unserem Umfeld und in unseren Projekten durch aktive Kommunikation und aktives Handeln bewusst machen und verstärkt umsetzen.

Für unser eigenes Unternehmen THE MAK'ED TEAM heißt dies, die Interessen und die Kompetenzen unserer Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Geschäftspartner und Kapitalgebern aktiv miteinzubeziehen und in unserem Tun zu berücksichtigen. Keiner dieser Stakeholder soll vernachlässigt werden. Für unsere Kundenprojekte heißt dies, dass wir in der Beratung unsere Kunden sensibilisieren, die Interessen und Kompetenzen ihrer Anspruchsgruppen ebenfalls zu berücksichtigen und in ihre Prozesse und ihr Handeln einzubeziehen. Ein Einbeziehen der Interessensgruppen dient dem eigenen nachhaltigen Wirtschaften und Wachstum eines jeden Unternehmens.

Durch die Ausrichtung unserer Beratungstätigkeit ist es für uns alltäglich, andere Unternehmen bei ihrer Entwicklung zu begleiten und zu unterstützen. Hierzu zählt, Arbeitsplätze zu sichern und weitere zu schaffen – und dies im jeweiligen Umfeld des Kundenunternehmens. In Krisenzeiten ist das Sichern und Schaffen von (regionalen) Arbeitsplätzen essenziell wichtig. Zu den zu beratenden Unternehmen gehören vor allem wachstums- und veränderungsbereite Unternehmen, aber auch Unternehmen, die in ihrer Existenz bedroht sind. Diese unterstützen wir mit unseren Kompetenzen, sich und Ihre Mitarbeiter resilient und somit krisenfest aufzustellen sowie nachhaltig und planvoll zu agieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Schwerpunktthema Anspruchsgruppen

ZIELSETZUNG

- Vollständige Ausarbeitung und Vermittlung von 10 Unternehmenswerten, die von uns und unserem Team gelebt werden.
- Überarbeitung und Verbesserung des standardisierten Beratungsprozesses, in den alle notwendigen Anspruchsgruppen für einen nachhaltigen Erfolg miteinbezogen werden.
- Nachhaltige Verankerung der Veränderungen beim Kunden durch unser Handlungsdreieck Management – Development – Learning.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Umsetzung eines Workshops zur Positionierung und Definition der Unternehmenswerte von THE MAK'ED TEAM
- Implementierung der Unternehmenswerte in die Unternehmens- und Personalstrategie sowie in die Beratungsprojekte
- Umsetzung eines internen Workshops zur Analyse des bisherigen Beratungsprozesses und Identifikation von Schwachstellen in Bezug auf die definierte Zielsetzung
- Einholen von Feedback von Kunden und sonstigen relevanten Stakeholdern und Weiterentwicklung des bisherigen Beratungsprozesses
- Erarbeitung und Darstellung der systematischen Herangehensweise in Beratungsprozesse mit dem Ziel, mehr Transparenz für alle relevanten Anspruchsgruppen zu schaffen. Diese Herangehensweise wurde beispielsweise in einer Unternehmensbroschüre dargestellt.
- Das Handlungsdreieck Management – Development – Learning wurde am Ende des Beratungsprozesses als Prüfkonzept zum Ende jedes Kundenprojektes etabliert.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Ein erster wesentlicher Schritt war im März 2021 die Erarbeitung und Etablierung der Unternehmenswerte (<https://www.the-made-team.com/the-made-team/>), die als Grundlage unserer Unternehmensstrategie und somit unseres Handelns in allen Geschäftsbereichen des Unternehmens etabliert wurde: In der Geschäftsführung, in der Administration und im Finanzmanagement (Zusammenarbeit mit Lieferanten), im Personalmanagement, in Marketing und Vertrieb sowie in der Beratung.

Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Unternehmenswerte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei die Grundidee des Leitsatzes für alle Mitarbeiter ein fester Bestandteil unseres Markenkerns war. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden. Hierbei entwickelt sich unsere Expertise, die Unternehmenswerte im Team und in der Organisation zu verankern.

Im Anschluss haben wir den bisherigen Beratungsprozess analysiert und auf Grundlage der Ergebnisse weiterentwickelt. In diesem Beratungsprozess haben wir nun auch am Ende eine Überprüfung des Handlungsdreiecks Management – Development – Learning verankert. Das Ergebnis ist unabhängig vom Kundenauftrag ein wichtiger Grad zu Erfolgsmessung.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Es wurden keine quantitativen Daten hierzu erhoben, da hier als erster Schritt die Erarbeitung, Weiterentwicklung und Etablierung von Grundlagen und Prozessen im Vordergrund stand.

AUSBLICK

In diesem Jahr hatten wir mit einer Verankerung der Unternehmenswerte in unserem Unternehmen und den Prozessen begonnen. Wir haben hierzu bereits gute Grundlagen gelegt, vor allem in der internen Umsetzung im Unternehmen. Als nächste Aktivitäten haben wir uns nun dazu das folgende vorgenommen:

- Stärkere Kommunikation unserer Unternehmenswerte in der externen Kommunikation (Sales & Marketing, Recruiting, Angebote)
- Weitere Verfeinerung der jeweiligen Beratungsprozesses und Standardisierung des Vorgehens
- Weitere Verankerung der Prozessschritte der Beratung im Unternehmen
- Klare Kommunikation des jeweiligen Beratungsprozesses zu externen Stakeholdern und Verankerung in der externen Kommunikation (Sales & Marketing, Angebote, Projektdokumentation)
- Definition von messbaren Kennzahlen zum Nachvollziehen von erreichten Zielen und Veränderungen.

Schwerpunktthema Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

- 40% unserer Beratungsprojekte werden sich auf veränderungsbereite Unternehmen fokussieren, die wir bei ihrem Veränderungs- und Wachstumsprozess unterstützen. Durch diesen Prozess werden Arbeitsplätze erhalten und neue geschaffen.
- 30% unserer Beratungsprojekte werden sich auf Unternehmen fokussieren, die nur mit einer Restrukturierung oder einer Sanierung erhalten werden können. Die sichert regionale Arbeitsplätze und Steuereinnahmen für das Gemeinwohl.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Umsetzung eines Workshops zur Positionierung von THE MAK'ED TEAM als Unternehmensberatung für den Mittelstand und Ausarbeitung unserer Zielgruppen.
- Erhöhung der Sichtbarkeit des Unternehmens THE MAK'ED TEAM durch verschiedene Sales & Marketing-Aktivitäten zum Aufzeigen unserer Leistungen zur Unterstützung von Unternehmen, die sich in einem Veränderungs- und Wachstumsprozess befinden bzw. eine Restrukturierung oder Sanierung benötigen.
- In der Außenkommunikation wurde von uns das Thema CSR und Nachhaltiges Finanzmanagement als Schwerpunkt für eine Sensibilisierung zu nachhaltigem Unternehmertum aufgenommen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Unsere Zielsetzung, 40% unserer Beratungsprojekte auf veränderungsbereite Unternehmen zu fokussieren, die sich auf einem Veränderungs- und Wachstumsprozess befinden, wurde weit übertroffen. Etwa 80% unserer Kundenprojekte hatte den Schwerpunkt bei der Beratung auf Veränderungs- und Wachstumsprozesse und so konnten wir bei Transformations-, Reorganisations- und Digitalisierungsprojekten unsere Kompe-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

tenz und Erfahrung stark einbringen. Dies hatte immer den Erhalt von Arbeitsplätzen und in einer erheblichen Anzahl den Aufbau weiterer Arbeitsplätze in der Region zur Folge.

Auf der anderen Seite hatten wir unsere Zielsetzung, 30% unserer Beratungsprojekte auf Restrukturierungs- und Sanierungsprojekte zu fokussieren, nicht erreicht. Die Nachfrage im Reporting-Zeitraum war sehr viel geringer als wir im Vorfeld aufgrund der Pandemie-Situation erwartet hatten. Die 10% Restrukturierungs- und Sanierungsprojekte, die wir durchgeführt hatten, waren teilweise mit großen Kraftanstrengungen verbunden, da die Unternehmen teilweise zu einem sehr späten Zeitpunkt auf uns zukamen. Auch hier konnten wir zumeist regionale Arbeitsplätze erhalten und die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern der jeweiligen Unternehmen wie Banken oder Lieferanten stärken.

INDIKATOREN

Um eine quantitative Messung der jeweiligen Projekte durchzuführen, haben wir Kriterien und Kennzahlen definiert, anhand derer wir Wachstums- bzw. Veränderungsprojekte und Restrukturierungsprojekte eindeutig identifizieren und deren Entwicklung verfolgen konnten.

Indikator für Wachstums- bzw. Veränderungsprojekte:

- Bewertung des Kundenprojektes hinsichtlich Veränderung in der Organisation, in den Prozessen und Abläufen, des Einsatzes digitaler Tools und Veränderung des Geschäftsmodells etc.
- Rentabilität und Entwicklung der Mitarbeiterzahl des Kundenunternehmens
- Messung der Veränderung anhand der genannten Kennzahlen während der Projektlaufzeit

Indikator für Restrukturierungsprojekte:

- Rentabilität und Zahlungsfähigkeit des Kundenunternehmens
- Eigenkapitalquote und Verschuldungsgrad des Kundenunternehmens
- Messung der Veränderung beider Kennzahlen während der Projektlaufzeit und Entwicklung der Mitarbeiterzahl

AUSBLICK

Wir möchten an diesem Schwerpunktthema festhalten und weiterhin für den Erhalt und die Entwicklung von Unternehmen arbeiten, damit lokale Lieferketten gestärkt und lokale Arbeitsplätze erhalten und ausgebaut werden können. Deshalb setzen wir uns auch weiterhin die gleiche Zielsetzung wie im vergangenen Jahr – dies aber als Minimumwert gesehen.

Zusätzlich haben wir uns aber zum Ziel gesetzt, die positiven Projektbeispiele stärker nach außen in die externe Kommunikation zu tragen und Unternehmen, die sich eventuell in einer ähnlichen Situation befinden, aufzuzeigen und zu sensibilisieren, welche Möglichkeiten sie haben, ihr Unternehmen zu entwickeln bzw. resilient aufzustellen sowie rechtzeitig zu restrukturieren oder zu sanieren, um in der Folge einen höheren Grad an Resilienz zu erreichen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. der Menschen- und Arbeitnehmerrechte in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.
- Wir haben ein WIN-Charta Projekt aufgesetzt, das durch die Vergabe von Praktikumsplätzen an sozial benachteiligte Studenten Chancengleichheit und Vielfalt in unserer Gesellschaft fördert.
- Wir leben Chancengleichheit und Vielfalt innerhalb unseres Teams. Zudem ist dieses Thema stark in die externe Kommunikation eingebunden und durch die Vergabe des Praktikumsplatzes ein wesentlicher Aspekt unseres WIN!-Projektes.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei die Grundidee des Leitsatzes für alle Mitarbeiter ein fester Bestandteil unseres Markenkerns war. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden. Hierbei entwickelt sich unsere Expertise, die Unternehmenswerte im Team und in der Organisation zu verankern.
- Unser WIN!-Projekt wurde von der Hochschule der Wirtschaft für Management sowie von der Hochschule Pforzheim sehr gut angenommen, wodurch wir die Themen Nachhaltigkeit, Chancengleichheit und Vielfalt in die Hochschulen einbringen konnten.
- Das Thema der Vielfalt und Chancengleichheit wurde noch stärker in unserem Miteinander als Team verankert und von unseren Mitarbeiter gelebt und nach außen getragen.

Ausblick:

- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Die Entwicklung unserer Unternehmenswerte ist weiterhin ein laufender Prozess mit hoher Priorität.
- Die Kooperationen, die wir innerhalb unseres Projekts eingegangen sind, werden wir auch in Zukunft weiterführen und zusammen mit der Hochschule der Wirtschaft für Management und der Hochschule Pforzheim Case Studys und Praktikas durchführen.
- Wir werden Vielfalt und Chancengleichheit weiterhin leben und durch unser Verhalten sowie externe Kommunikation nach außen tragen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Aufgrund der Pandemie-Situation und der Corona-Regelungen, war es uns leider nur ansatzweise möglich, Teamaktivitäten durchzuführen. Wir haben im November 2020 ein gemeinsames Golfspiel innerhalb unseres Teams organisiert mit anschließendem gemeinsamen Essen. Im Juli 2021 haben wir einen gemeinsamen Teamausflug nach Nürnberg organisiert mit Stadtführung und fränkischem Essen. Zusätzlich kamen regelmäßige virtuelle Teamaktivitäten während des Jahres, wie z.B. eine gemeinsame virtuelle Weihnachtsfeier. Seit der Lockerung der Corona-Vorschriften in 2022 konnten wir regelmäßige Consulting-Meetings in Präsenz durchführen. Diese Treffen haben wir zumeist mit einem gesamen Abendessen verbunden.
- Wir haben innerhalb unserer Büroräume einige Zonen des Rückzugs und kreativen Arbeitens geschaffen, um das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu steigern. Zudem haben wir unsere Büroräume erweitert, um mögliche Störungen beim Arbeiten zu minimieren.
- Wir haben durch vierteljährliche Mitarbeitergespräche und Entwicklungsmaßnahmen wesentlich zur Entwicklung der Mitarbeiterkompetenzen beigetragen. Bei diesen Mitarbeitergesprächen werden auch Feedback und Ideen zur Unternehmensentwicklung von jedem einzelnen aufgenommen.
- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. des Mitarbeiterwohlbefindens in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die gemeinsamen Zeiten konnten wir uns alle besser kennenlernen und der Zusammenhalt innerhalb unsere Teams wurde gestärkt. Leider war es aufgrund von Corona Beschränkungen und dem Wachstums unseres Teams eine Zeit lang nicht möglich ein ähnliche Events durchzuführen. Umso mehr wurden die Gelegenheiten nach den Corona-Beschränkungen wahrgenommen und den eingeschlagenen Weg mit positiver Resonanz unserer Mitarbeiter fortgesetzt.
- Wir haben zu den Rückzugszonen und zusätzlichen Arbeitsplätzen durchweg gutes Feedback erhalten. Die Produktivität hat sich gesteigert und unsere Mitarbeiter können sich in ruhiger Atmosphäre ihren Herausforderungen stellen.
- Die Mitarbeitergespräche sowie die gegebenen Impulse zur Weiterentwicklung wurden sehr gut angenommen. Durch unsere flachen Hierarchien können sich alle Teammitglieder mit ihrem Wissen und ihren Ideen in wichtigen Themen einbringen. Außerdem haben wir eine Vorlage für Mitarbeitergespräche erstellt, die wir auch für unsere Kunden – je nach Bedarf – anpassen und einsetzen.
- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei ebenfalls die Grundidee des Leitsatzes für alle Mitarbeiter von sehr großer Bedeutung war. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerten ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden.

Ausblick:

- Wir werden auch in Zukunft weitere Teamevents organisieren und die positiven Effekte auf den Zusammenhalt und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter beobachten.
- Sobald wir neue Büroräume beziehen bzw. unsere Räumlichkeiten erweitern, werden wir auch dort die entsprechenden Rückzugszonen schaffen.
- Anhand unserer Vorlage können wir in Zukunft unsere Mitarbeitergespräche noch zeiteffizienter durchführen. Wir werden weiterhin mit jedem Mitarbeiter regelmäßig ein Gespräch führen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Die Entwicklung unserer Unternehmenswerte ist weiterhin ein laufender Prozess mit hoher Priorität.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Auf Grundlage der Erarbeitungen von Studierenden der Hochschule der Wirtschaft für Management im Rahmen unseres WIN-Projekts, haben wir gemeinsam im Team einen Nachhaltigkeits-Check diskutiert und entwickelt, welchen wir im Anschluss unseren Kunden und auf unserer Website zur Verfügung gestellt haben. Außerdem sind Ressourcenknappheit und Nachhaltigkeit regelmäßig als Themen unserer Veröffentlichungen geplant und fest in der Content-Planung verankert.
- Wir haben im letzten Jahr den Papierverbrauch in unserem Unternehmen weiterhin stark reduziert und geben diese nachhaltige Arbeitsweise auch an unsere Kunden weiter.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Nachhaltigkeits-Check wurde im Anschluss an die Erarbeitung im Team auf unserer Website etabliert. Er ist unterteilt in Produktions-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. Nach der Beantwortung der Fragen erhält man sein individuelles Ergebnis, wie nachhaltig das Unternehmen bereits agiert. Zudem haben wir regelmäßig in Veröffentlichungen und Presseartikeln Themen wie nachhaltiges Wirtschaften thematisiert.
- Durch gezielten Einsatz von digitalen Arbeitsweisen, wie zum Beispiel das cloudbasierte Arbeiten und Umstellung unseres Rechnungs- bzw. Posteingangs konnten wir unseren Papierverbrauch auf ein Minimum reduzieren. Diese Arbeitsweise wurde durch die Mitarbeiter von Beginn an sehr gut angenommen und umgesetzt.

Ausblick:

- Unser Nachhaltigkeits-Check wird weiterhin auf unserer Website verfügbar sein. Außerdem werden wir im Rahmen von vergleichbaren Aktivitäten Bewusstsein für Nachhaltigkeit sowie die Knappheit von Ressourcen schaffen. Diese Themen sind zudem weiterhin fester Bestandteil unserer Content-Planung für Veröffentlichungen und werden somit regelmäßig intern und extern kommuniziert.
- Wir werden unseren Papierverbrauch im Unternehmen durch die Einführung von weiteren digitalen Arbeitsweisen weiterhin Schritt für Schritt reduzieren. Der Fokus liegt allerdings auf Kunden- und Partnerunternehmen, an die wir diese nachhaltigen Arbeitsweisen weitergeben

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir nutzen moderne und energiefreundliche Büroräume. Außerdem sind die Themen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz stark in unsere externe Kommunikation eingebunden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. der Einsparung von Energie und Emissionen in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- An unserem Standort in Karlsruhe nutzen wir Büroräume in einem sich selbst regulierenden Passivhaus. Dies ermöglicht eine maximal effiziente Energienutzung. Zudem ist unser Team selbstverständlich mit den Grundlagen sowie der Umsetzung des Energie Sparens vertraut. Damit diese Umsetzung im Team sich auch verankert, haben wir das Thema Nachhaltigkeit in die regelmäßige interne Kommunikation verankert.
- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei ebenfalls das Thema dieses Leitsatzes von allen Teammitgliedern als sehr wichtig empfungen wurde. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden.

Ausblick:

- Wir werden bei Erweiterungen unserer Büroräume selbstverständlich wieder auf eine effiziente und sparsame Energienutzung achten. Diese Themen sind auch weiterhin Bestandteil unserer externen Kommunikation
- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Die Entwicklung unserer Unternehmenswerte ist weiterhin ein laufender Prozess mit hoher Priorität.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir übertragen die Nachhaltigkeit unserer Wertschöpfungsprozesse auf die Nachhaltigkeit unserer Kundenprojekte, da unsere Ergebnisse zu Nachhaltigkeit führen. Wir schaffen Transparenz bezüglich unserer Vorgehensweisen und die Entstehung unserer Ergebnisse.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben nach der Prüfung unserer Wertschöpfungsprozesse auf Nachhaltigkeit, grundsätzliche Prozesse definiert, um die Übertragung auf die Ergebnisse in Kundenprojekten sicherzustellen. Außerdem haben wir Grundsätze zur Sicherung von Transparenz bezüglich unserer Herangehensweisen und Ergebnisentstehung definiert und etabliert.

Ausblick:

- Die eben definierten Entwicklungen und Maßnahmen werden wir in Zukunft beibehalten und weiterhin ausbauen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben Wege, Raum und Methoden gefördert, dass bei THE MAK'ED TEAM Ideen und Innovationen vorangebracht, gestaltet und entwickelt werden können.
- Wir haben ein Kundenprojekt zur Entwicklung des Geschäftsmodells für eine Innovation bezüglich digitaler Außenwerbung angenommen, um unter anderem die Grundlagen für die Finanzierung zu schaffen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Rahmen unserer HR-Strategie wurde im Juni 2021 das Ideenmanagement-System „TMT Ideas Lab“ aufgesetzt, konzipiert und implementiert. Alle 2 Wochen bekommt jedes Teammitglied die Chance eine Idee, die anhand eines PowerPoint OneSliders gepitcht wird, dem gesamten Team vorzustellen und zur Diskussion zu stellen. Durch den standardisierten Ablauf ist jedem Mitarbeiter klar, wo und wann er seine Idee unter welchen Umständen vorstellen kann.
- Wir haben in dem Kundenprojekt zur Entwicklung des Geschäftsmodells für eine Innovation bezüglich digitaler Außenwerbung die Grundlagen zur Finanzierung sowie der Kommunikation mit Banken und Geldgebern geschaffen. Dadurch konnte die Innovation verwirklicht werden.

Ausblick:

- Das System wurde von allen Teammitgliedern gut angenommen. Wir erwarten, dass durch das neue System in den nächsten Monaten einige gute Ideen bzw. Innovationen vorgestellt und implementiert werden können.
- Wir stehen unserem Kunden auch nach Beendigung des Projekts bei Bedarf weiterhin zu Verfügung und werden in Zukunft weiterhin Projekte dieser Art annehmen und erfolgreich durchführen, um Finanzierungsmöglichkeiten für Innovationen zu schaffen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir treffen faire und nachhaltig wirksame Finanzentscheidung, indem wir beispielsweise nur Geld aus sauberen Quellen annehmen sowie dubiose Projektanfragen und Finanzierungsanfragen unabhängig der Rentabilität grundsätzlich ablehnen. Zudem führen wir eine solide Unternehmensplanung, um Resilienz und Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen sowie in Kundenunternehmen sicherzustellen.
- Unsere Finanzentscheidungen fokussieren sich auf nachhaltige Erträge und Kapitalstrukturierung sowie Mindestrenditen in Projekten, um die Resilienz und Rentabilität unseres Unternehmens sicherzustellen.
- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. nachhaltiger und fairer Finanzentscheidungen in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben interne Prozesse zur Sicherstellung der Qualität unserer Projekte sowie zur einer nachhaltigen Unternehmensplanung entwickelt und standardisiert eingeführt und bringen diese Grundsätze in Kundenunternehmen mit ein.
- Wir haben unsere Finanzentscheidungen auf nachhaltige Erträge und Kapitalstrukturierung sowie Mindestrenditen in Projekten fokussiert und damit die Resilienz und Rentabilität unseres Unternehmens sichergestellt.
- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei das Treffen von fairen und nachhaltigen Finanzentscheidungen einen zentralen Aspekt darstellte. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden.

Ausblick:

- Wir werden unsere interne Standardisierung der Prozesse weiter ausbauen, unser Unternehmen weiterhin nachhaltig und rentabel führen und unsere Erkenntnisse und Erfahrung in Kundenprojekte miteinbeziehen.
- Wir werden unsere Finanzentscheidungen weiterhin auf nachhaltige Erträge und Kapitalstrukturierung sowie Mindestrenditen in Projekten fokussieren, da wir die positiven Ergebnisse dieser Entscheidungen erfahren haben.
- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir übernehmen Verantwortung bei Korruption sowie bei Verdachtsmomenten und schauen nicht weg. Dies gilt sowohl für das eigene Unternehmen als auch für Kunden- und Lieferantenunternehmen.
- Wir sind im Bereich Compliance tätig und fördern aktiv die Einführung von Hinweisgeberportalen in mittelständischen Unternehmen unabhängig von der rechtlichen Verpflichtung.
- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. Anti-Korruptionsmaßnahmen in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir hatten bis dato keinen Anlass, einen Verdacht oder Vorwurf der Korruption zu erheben.
- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei die Inhalte des Anti-Korruptions-Leitsatzes als Selbstverständlichkeit unter dem Oberpunkt „Gesetzestreue“ miteingebracht wurde. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden.
- Wir haben das Thema Compliance als Beratungsthema nochmals stärker in unserem Portfolio ausgebaut und sind eine Partnerschaft mit einem Systemanbieter einer Hinweisgeberplattform eingegangen um hiermit den Unternehmen eine Möglichkeit an die Hand zu geben, dass Hinweise zu Korruption von Mitarbeitenden gemeldet und damit auch aufgedeckt wird.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Wir werden auch weiterhin bei Korruptionsfällen uns nicht enthalten, sondern Verantwortung übernehmen und diese zur Anzeige bringen.
- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Anti-Korruption wird jedoch immer eine Grundlage unserer Unternehmenswerte sein.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir arbeiten vorrangig mit lokalen Unternehmen, Partnern und Lieferanten zusammen.
- Wir haben zusätzliche lokale Partnerschaften und Netzwerke etabliert, gepflegt und gestärkt.
- Die Grundideen des Leitsatzes bzgl. der Schaffung regionalen Mehrwerts wurden in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben durch unser WIN-Projekt mit der Hochschule der Wirtschaft für Management einen lokalen Partner dazugewonnen, wodurch wir vor allem Deckung des Bedarfs an Fachkräften lokaler mittelständischer Unternehmen unterstützen. Wir beziehen unsere Büroausstattung vorrangig bei regionalen Anbietern.
- Das Netzwerk der Mannheimer Hochschule der Wirtschaft für Management ist eine unserer regionalen Netzwerke. Wir sind derzeit allerdings eher in nationalen Netzwerken etabliert.
- Auf Grundlage eines Workshops zur Markenidentifikation wurden die grundlegenden Werte von THE MAK'ED TEAM skizziert, wobei ebenfalls die Grundidee des Leitsatzes enthalten war. Die Ausgestaltung unserer Unternehmenswerte ist aufgrund des stetigen Wachstums unseres Teams ein laufender Prozess und kann nicht als abgeschlossen betrachtet werden.

Ausblick:

- Wir werden in Zukunft unsere bestehenden lokalen Partnerschaften und Lieferantenbeziehungen aufrechterhalten und bei Bedarf neue lokale Netzwerke etablieren.
- Weitere für uns relevante regionale Netzwerke werden zurzeit identifiziert und gegebenenfalls auch eigene Netzwerke initialisiert.
- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Die Entwicklung unserer Unternehmenswerte ist weiterhin ein laufender Prozess mit hoher Priorität.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir nutzen unsere Reichweite, um die grundlegenden Werte der WIN-Charta zu vermitteln und Partner, Kunden und die Gesellschaft im Hinblick auf die Ziele der Initiative zu sensibilisieren.
- Wir haben die Aspekte der Leitsätze der WIN-Charta in die Agendas für Team-Meetings, Consulting-Meetings, den Umgang mit Kunden und der Darstellung unserer Marke miteinbezogen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- In unseren regelmäßigen Veröffentlichungen wurden die Werte der WIN-Charta aufgegriffen und in Fokus gestellt. Beispielhaft ist hier unser Artikel zu Solino Kaffee (Einhaltung von Menschenrechten) zu nennen. Zudem vermitteln wir unsere Werte in der Zusammenarbeit mit Studenten der Hochschule der Wirtschaft für Management durch Case Studies oder gemeinsame Veranstaltungen.
- Die WIN-Charta Werte werden in das Onboarding von jedem neuen Mitarbeitenden sowie in den regelmäßig stattfindenden Team-Meetings und Consulting-Meetings eingebunden. Die Geschäftsleitung geht in allen Aspekten der Unternehmensführung auf diese Werte ein, lebt diese vor und bindet diese in Kommunikation, Management und Umsetzung der Beratung ein.
- In Kundenprojekten und in der externen Kommunikation ist die WIN-Charta mit seinen Werten klar verankert und wird regelmäßig nach Außen getragen.

Ausblick:

- Wir werden in Zukunft die Grundwerte der WIN-Charta Initiative immer wieder in unsere Veröffentlichungen und unsere externe Kommunikation miteinbeziehen.
- Die Leitsätze werden auch in Zukunft Bestandteil der Team-Meetings, Consulting-Meetings sowie der Grundsätze für den Umgang mit Kunden und unserer Markendarstellung sein.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

THE MAK'ED TEAM lebt die Leidenschaft für nachhaltiges Unternehmertum. Dies sehen wir in der Tradition des "Ehrbaren Kaufmanns", die auch in unserer modernen Welt nicht an Bedeutung verloren hat. Diese Leidenschaft möchten wir innerhalb des WIN!-Projektes auch weitergeben.

Deshalb haben wir das folgende WIN!-Projekt ins Leben gerufen, das wir zusammen mit zwei regionalen Bildungsinstitutionen – der Hochschule der Wirtschaft für Management aus Mannheim sowie der Hochschule Pforzheim – durchführen.

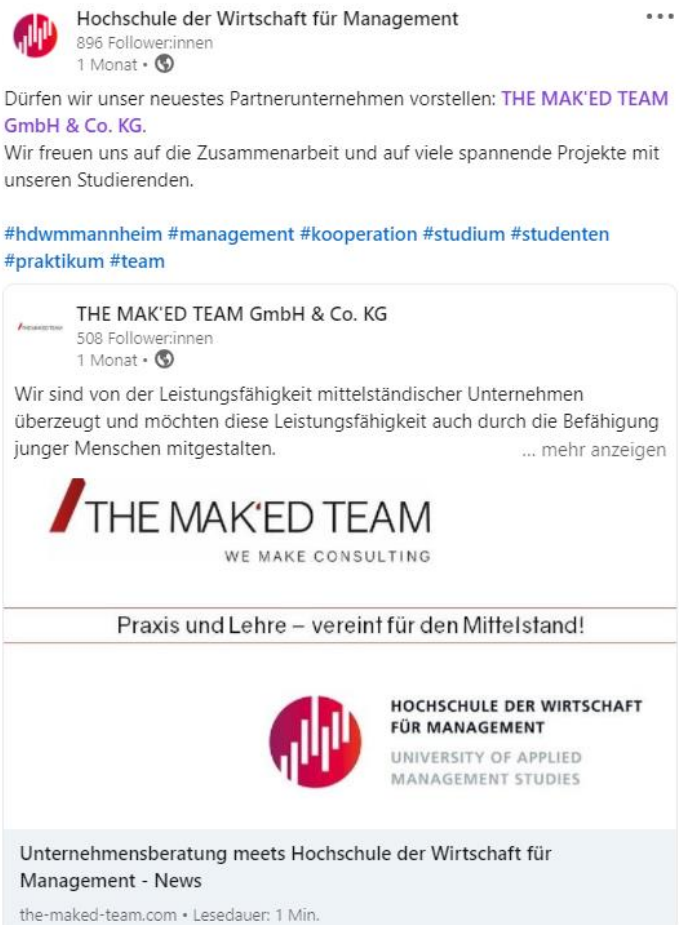
Zum Einen stehen wir als Partner für Projektarbeiten im Bereich "Nachhaltiges Unternehmertum" zur Verfügung.

Zum Anderen vergeben wir jährlich jeweils einen Platz für Praktika für junge Menschen aus sozial schwächeren Familien oder aus Familien mit Migrationshintergrund.

Durch diese Kooperationen fördern wir die Themen Chancengleichheit sowie nachhaltiges Unternehmertum in den beiden Hochschulen. Wir eröffnen Chancen, dass Studenten und angehende Unternehmer in diesem Rahmen mehr zu den Themen sensibilisiert werden und sich damit auseinander setzen.

Die Projektarbeit an der Hochschule der Wirtschaft für Management findet im Rahmen von zwei Case Studies im Wintersemester 2021/2022 sowie im Sommersemester 2022 statt. Diese Fallstudien im Rahmen des Masterstudiengangs Business Management sowie des Bachelorstudienganges Business Management werden in dem Abschnitt "Ergebnisse und Entwicklungen" näher beschrieben.

Zudem waren wir Teil des regelmäßig stattfindenden Cross Networking Days der Hochschule der Wirtschaft für Management am 28.07.2021. In verschiedenen Sessions mit jeweils einem bestimmten Themenfokus haben Unternehmen und Studenten die Möglichkeit, sich auszutauschen, zu diskutieren und Kontakte zu knüpfen. Unsere Session stand unter dem Thema "Nachhaltiger Aufbau von Organisationen im internationalen Kontext".



Hochschule der Wirtschaft für Management
896 Follower:innen
1 Monat • 🌐

Dürfen wir unser neuestes Partnerunternehmen vorstellen: **THE MAK'ED TEAM GmbH & Co. KG.**
Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und auf viele spannende Projekte mit unseren Studierenden.

#hdwmmannheim #management #kooperation #studium #studenten #praktikum #team

THE MAK'ED TEAM GmbH & Co. KG
508 Follower:innen
1 Monat • 🌐

Wir sind von der Leistungsfähigkeit mittelständischer Unternehmen überzeugt und möchten diese Leistungsfähigkeit auch durch die Befähigung junger Menschen mitgestalten. ... mehr anzeigen

THE MAK'ED TEAM
WE MAKE CONSULTING

Praxis und Lehre – vereint für den Mittelstand!

HOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT FÜR MANAGEMENT
UNIVERSITY OF APPLIED MANAGEMENT STUDIES

Unternehmensberatung meets Hochschule der Wirtschaft für Management - News
the-maked-team.com • Lesedauer: 1 Min.

UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

THE MAK'ED TEAM hat sein WIN!-Projekt seit Juni 2021 mit 195€ monatlich und 190 Mitarbeiterstunden gefördert.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen der Hochschulkooperation haben wir in einem Kurs des Masterstudiengangs Business Management eine Case Study mit dem Thema "Generationenübergang im Handwerk" gestartet. Im Zuge der Vorbereitung waren wir in engem Austausch mit dem Studiengangsleiter, wodurch das Projekt zu Beginn des Wintersemester 2021/22 starten konnte. Die Auftaktveranstaltung fand Anfang November 2021 online über Microsoft Teams statt. In mehreren Zwischenveranstaltungen konnten Zwischenergebnisse und aufgekommene Fragen besprochen werden. Anfang Februar 2022 fanden die Abschlusspräsentationen in unserem Büro in Karlsruhe statt.



Der Fokus dieses Projekts lag auf der Sensibilisierung von jungen Unternehmern und Unternehmerinnen für Themen wie nachhaltige Unternehmensführung mit regionalem Fokus, Nachfolge in Familienunternehmen, Sicherheit von Arbeitsplätzen sowie Chancengleichheit.

Die zweite Case Study, die im Bachelorstudiengang Business Management durchgeführt wurde, stand unter dem Thema der Nachhaltigkeit. Im Rahmen dessen haben die Studierenden einen Nachhaltigkeits-Check entwickelt, um die Nachhaltigkeit eines Unternehmens zu bewerten. Die Abschlusspräsentationen fanden in Juni 2022 in unserem Karlsruher Büro statt.

Der Fokus dieses Projekts lag ebenfalls auf der Sensibilisierung in Hinblick auf die vielfältigen Aspekte der Nachhaltigkeit und Vorbereitung der Studierenden auf nachhaltige Unternehmensführung.

AUSBLICK

THE MAK'ED TEAM wird die Hochschulkooperation mit der Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim in Zukunft fortführen und regelmäßig Praktika und Projektarbeiten anbieten.

Mit Vergrößerung unseres Teams sind weitere Hochschulkooperationen – wie beispielsweise mit der Hochschule Pforzheim – in Planung. Unsere offenen Praktikums- und Werkstudentenstellen bewerben wir bereits aktiv im Jobportal der Hochschule Pforzheim sowie der Hochschule der Wirtschaft für Management.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Ann-Katrin Hardenberg; hardenberg@the-maked-team.com

Katharina Auer; auer.k@the-maked-team.com

Impressum

Herausgegeben am 08.11.2022 von

THE MAKED TEAM GmbH & Co. KG

Johann-Georg-Schlosser-Str. 6, 76149 Karlsruhe

Telefon: +49 721 4704089-0

E-Mail: info@the-maked-team.com

Internet: the-maked-team.com

