



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2023

THE MAK'ED TEAM



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit
(WIN)

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.....	7
5.	Weitere Aktivitäten	9
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	9
	Umweltbelange.....	11
	Ökonomischer Mehrwert.....	13
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	14
	Regionaler Mehrwert.....	15
6.	Unser WIN!-Projekt.....	18
7.	Kontaktinformationen.....	20
	Ansprechpartner	20
	Impressum	20

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

THE MAK'ED TEAM verbindet 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, die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zu erhalten und zu entwickeln und das Unternehmen somit zukunftsfähig zu machen.

Mit unserem hohen Praxiswissen und unserer langjährigen, auch internationalen, Erfahrung arbeiten wir weltweit.

Beratungsübergreifend sind damit unter anderem die Themen, Digitalisierung & Transformation, Nachhaltigkeit, Compliance und Organisationsentwicklung verbunden.

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

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

Umweltbelange

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

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

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <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 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 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:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 195€ monatlich, 285 Arbeitsstunden

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 Mitarbeitenden, 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 Mitarbeitenden, 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 Mitarbeitende 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

- Weiteres Einholen von Feedback von Kunden und sonstigen relevanten Stakeholdern und Weiterentwicklung des bisherigen Beratungsprozesses
- Das Handlungsdreieck Management – Development – Learning wird weiterhin am Ende des Beratungsprozesses als Prüfkonzept zum Ende jedes Kundenprojektes genutzt und regelmäßig weiterentwickelt.
- Stärkere Kommunikation unserer Unternehmenswerte in der externen Kommunikation (Sales & Marketing, Recruiting, Angebote)
- Kontinuierliche Verfeinerung der jeweiligen Beratungsprozesse und Standardisierung des Vorgehens
- Kontinuierliche 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 qualitativen Kennzahlen zum Nachvollziehen von erreichten Zielen und Veränderungen
 - Feedback der Mitarbeitenden: Wissen über Inhalte der Unternehmenswerte bei allen Mitarbeitenden und ausreichende Kommunikation im Sinne dieser Unternehmenswerte
 - Feedback der Kundenunternehmen mit seinen jeweiligen Anspruchsgruppen im Abschlussgespräch von Projekten: Wirkung der implementierten Standardisierung des Beratungsprozesses
 - Feedback der Kundenunternehmen im Abschlussgespräch von Projekten: Wirkung des implementierten Handlungsdreiecks Management – Development – Learning
- Kommunikation der Unternehmenswerte an neue Kollegen, die neu ins Team gekommen sind
- Durchführung von internen Nachhaltigkeitstagen, um Bewusstsein über unsere Werte in Bezug auf Nachhaltigkeit im Team zu schaffen
- Beachtung der Bedürfnisse der Anspruchsgruppen in Projekten.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir holen kontinuierlich Feedback von unseren Kunden und anderen relevanten Stakeholdern ein, um unseren Beratungsprozess kontinuierlich zu verbessern. Dabei legen wir großen Wert auf die Weiterentwicklung unseres bewährten Handlungsdreiecks, bestehend aus Management, Development und Learning, das am Ende jedes Beratungsprojektes als Prüfkonzept dient. Dieses Konzept wird regelmäßig überarbeitet, um sicherzustellen, dass es stets den aktuellen Anforderungen entspricht. Wir arbeiten zudem intensiv an der Verfeinerung unserer spezifischen Beratungsprozesse und streben eine Standardisierung unserer Vorgehensweise an. Dabei ist es uns wichtig, die einzelnen Schritte unserer Beratung im Unternehmen zu verankern und transparent nach außen zu kommunizieren. Außerdem setzen wir auf eine verstärkte Kommunikati-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

on unserer Unternehmenswerte nach außen, insbesondere im Bereich Sales & Marketing, Recruiting und Angebotsgestaltung.

Um unsere Fortschritte messbar zu machen, haben wir klare und nachvollziehbare Kennzahlen definiert. Diese ermöglichen es uns, die erreichten Ziele und Veränderungen zu dokumentieren und zu überprüfen. Des Weiteren legen wir großen Wert darauf, unsere Unternehmenswerte auch neuen Mitarbeitenden und Bewerbenden transparent zu vermitteln, um eine klare und einheitliche Unternehmenskultur zu etablieren, weshalb die Unternehmenswerte, auch in Bezug auf Nachhaltigkeit, eine wichtige Rolle in unseren Onboarding-Programmen spielen. Zudem haben wir unsere Unternehmenswerte auf unserer Intranet Seite dargestellt.

Im September 2023 haben wir interne Nachhaltigkeitstage durchgeführt und im Team über ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit diskutiert. Dabei wurden Nachhaltigkeits-Tipps, Erfahrungen aus Beratungsprojekten und Quizfragen geteilt. Außerdem haben wir uns intensiv mit unserer Rolle als Beratungsunternehmen in Bezug auf nachhaltiges Unternehmertum und soziale Verantwortung sowie mit unseren Unternehmenswerten beschäftigt. Wir haben im Nachhinein vom Team gutes Feedback und Verbesserungsmöglichkeiten erhalten, wodurch wir in Zukunft unsere Werte intern noch besser kommunizieren und vermitteln können.

Bei Kundenprojekten werden die Anspruchsgruppen ebenfalls miteinbezogen. Wird beispielsweise eine Prozessbeschreibung und -zielsetzung erstellt, werden die Bedürfnisse der Stakeholder in die IST-Analyse, die Maßnahmenplanung sowie in das Change-Management einbezogen

Durch die Implementierung des Handlungs Dreiecks Management – Development – Learnings konnten in Kundenunternehmen reibungslosere Prozesse und eine höhere organisationale Resilienz gesichert werden.

INDIKATOREN

Die Ergebnisse lassen sich durch qualitative Kennzahlen messen und einschätzen. Dazu sammeln wir regelmäßig Feedback von Kundenunternehmen in Zwischen- und Abschlussgesprächen bei Projekten sowie von Mitarbeitenden unseres Unternehmens in Hinblick auf die Kommunikation unserer Unternehmenswerte. (siehe oben bei „Ergriffene Maßnahmen“)

AUSBLICK

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

- Weiterführung der Kommunikation unserer Unternehmenswerte in der externen Kommunikation (Sales & Marketing, Recruiting, Angebote)
- Dauerhafte Verfeinerung der jeweiligen Beratungsprozesses und Standardisierung des Vorgehens sowie weitere Verankerung der Prozessschritte der Beratung im Unternehmen & Einbezug der Feedbacks von Unternehmen in Hinblick auf unsere Vorgehensweise in Projekten
- Weitere Durchführung von internen Aktionen, die auf die Vermittlung unserer Unternehmenswerte und der Nachhaltigkeitsaspekte abzielen und das Team für diese Themen sensibilisieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

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

- Starke Außenkommunikation zu den Themen CSR und Nachhaltiges Finanzmanagement als Sensibilisierung zu nachhaltigem Unternehmertum durch Blogbeiträge als grundlegende Säule externen Kommunikation
- Veröffentlichung von vielfältigen Projektbeispielen, um Unternehmen zu sensibilisieren und ihnen Möglichkeiten aufzuzeigen
- Entwicklung und Einbau eines Fördermittel-Checks für Unternehmen, um ihnen die Möglichkeit von Förderungen aufzuzeigen. [Dieser Check ist auf unserer Website erreichbar.](#)

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Unsere Zielsetzung, 40% unserer Beratungsprojekte auf veränderungsbereite Unternehmen zu fokussieren, die sich auf einem Veränderungs- und Wachstumsprozess befinden, wurde auch in diesem Jahr 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 Kompetenz und Erfahrung stark einbringen. Jedes unserer diesjährigen Projekte war eng mit dem Thema der Digitalisierung verbunden.

Auf der anderen Seite haben wir dieses Jahr unsere Zielsetzung, 30% unserer Beratungsprojekte auf Restrukturierungs- und Sanierungsprojekte zu fokussieren, erreicht. Die aktuelle wirtschaftliche Lage hatte einen erhöhten Bedarf an Sanierungs- und Restrukturierungsprojekten zur Folge, sodass wir in 30% der Projekte eine nachhaltige Sanierung und Restrukturierung sicherstellen konnten bzw. können.

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 Anzahl der Mitarbeitenden des Kundenunternehmens
- Messung der Veränderung anhand der genannten Kennzahlen während der Projektlaufzeit

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator für Restrukturierungsprojekte:

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

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.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben die Aktivitäten der letzten Jahr hier fortgeführt:
 - 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:

- Die Entwicklung 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.
- Das Thema der Menschen- und Arbeitnehmerrechte sowie der Gleichbehandlung ist eine Selbstverständlichkeit und wird von allen Mitarbeitenden in der Innen- und Außenkommunikation vertreten.
- Das Thema der Vielfalt und Chancengleichheit wurde weiterhin in unserem Miteinander als Team verankert und von unseren Mitarbeitenden gelebt und nach außen getragen.

Ausblick:

- Durch das stetige Wachstum unseres Teams spielen immer wieder neue Aspekte in die Überlegungen mit ein. Die Entwicklung und Validierung unserer Unternehmenswerte ist weiterhin ein laufender Prozess.
- Die Kooperationen, die wir innerhalb unseres Projekts eingegangen sind, werden wir auch in Zukunft weiterführen und zusammen mit der Hochschule der Wirtschaft für Management Case Studies für Studierende sowie Praktikumsplätze anbieten.
- Wir werden Vielfalt und Chancengleichheit weiterhin leben und durch unser Verhalten sowie externe Kommunikation nach außen tragen.
- Unsere Mitarbeitende sollen zukünftig auch eine AGG-Schulung als Teil der Pflichtschulungen im Unternehmen absolvieren.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – MITARBEITENDEWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Nachdem es nach der Pandemie wieder möglich war, Präsenzaktivitäten durchzuführen, haben wir unsere Consulting Meetings mit gemeinsamen Mittag- und Abendessen wieder in Präsenz durchführen können.
- Wir haben weitere Teamaktivitäten, wie ein THE MAK'ED TEAM Activity Day mit Familienmitgliedern durchgeführt und regelmäßige inoffizielle Treffen nach Feierabend organisiert. Zudem haben einige Mitarbeitenden am B2Run Firmenlauf in Karlsruhe teilgenommen.
- Wir führen weiterhin regelmäßige Gespräche mit unseren Mitarbeitenden anhand unserer Gesprächsleitfäden, geben gegenseitiges Feedback und nehmen Verbesserungsvorschläge auf. Diese werden entweder in den zweiwöchentlichen Teammeetings oder in unseren Consulting Meetings, die alle 8 Wochen in Präsenz stattfinden, angesprochen und aufgenommen. Dies dient der allgemeinen Weiterentwicklung aller Beteiligten und des Unternehmens.
- Zudem haben wir ein Kompetenzmodell zur kontinuierlichen Weiterentwicklung aller Mitarbeitenden auf allen Consulting-Positionen entwickelt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die gemeinsamen Zeiten konnten wir uns alle besser kennenlernen und der Zusammenhalt innerhalb unseres Teams wurde gestärkt. Außerdem konnten wir die Familien unserer Teammitglieder kennenlernen.
- Die Gespräche mit unseren Mitarbeitenden 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 Gespräche mit unseren Mitarbeitenden erstellt, die wir auch für unsere Kunden – je nach Bedarf – anpassen und einsetzen.
- Wir haben das Kompetenzmodell mit den einzelnen Mitarbeitenden besprochen und basieren darauf deren schrittweise, zukünftige Weiterentwicklung.

Ausblick:

- Wir werden auch in Zukunft weitere Teamevents und Activity Days mit Familie organisieren und die positiven Effekte auf den Zusammenhalt und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden beobachten.
- Sobald wir neue Büroräume beziehen bzw. unsere Räumlichkeiten erweitern, werden wir auch dort die entsprechenden Rückzugszonen schaffen. Im Jahr 2024 werden wir mit unserem Karlsruher Standort umziehen und auch hier diese Zonen – sogar noch umfangreicher – berücksichtigen.
- Wir werden weiterhin die regelmäßigen Mitarbeitergespräche führen und Feedback bzw. Ideen zur Weiterentwicklung aufnehmen und implementieren.
- Die Entwicklung jedes einzelnen Mitarbeitenden wird regelmäßig anhand des Kompetenzmodells besprochen, Fortschritte registriert und Weiterentwicklungsmaßnahmen entwickelt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser [Nachhaltigkeitscheck](#) steht weiterhin frei auf unserer Website zur Verfügung, wodurch wir mittelständische Unternehmen in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit einschätzen und unterstützen können. 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 ist weiterhin unverändert. Bei Bedarf werden wir ihn aber weiterentwickeln. 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 und Tools, wie zum Beispiel das cloudbasierte Arbeiten und die Umstellung unseres Rechnungs- bzw. Posteingangs konnten wir unseren Papierverbrauch auf ein Minimum reduzieren. Diese Arbeitsweise wurde durch die Mitarbeitende von Beginn an sehr gut angenommen und umgesetzt. Bei neuen Mitarbeitenden ist diese Arbeitsweise wesentlicher Bestandteil des Onboardings und wurde bisher auch immer sehr gut aufgenommen.

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 und Tools weiterhin Schritt für Schritt reduzieren und diese Arbeitsweisen auch an unsere Kunden herantragen.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir nutzen gut angebundene, moderne und energiefreundliche Büroräume mit angebundene E-Mobilitätsmöglichkeiten für Fahrräder und Autos. Außerdem sind die Themen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz stark in unsere externe Kommunikation eingebunden.
- Wir haben die Grundideen des Leitsatzes bzgl. der Einsparung von Energie und Emissionen in dem Prozess zur Entwicklung unserer Unternehmenswerten verankert. Diese Themen werden auch regelmäßig intern aufgegriffen, diskutiert und Tipps für den Alltag gegeben.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Für die Reise zu Kundenterminen nutzen wir die Bahn und stellen unseren Mitarbeitenden bei Bedarf auch BahnCards zur Verfügung

Ergebnisse und Entwicklungen:

- An unserem Standort in Karlsruhe ziehen wir bald in neue Büroräume. Dort ist es möglich, E-Autos und E-Bikes zu laden. Außerdem ist der Standort stadtnäher und besser mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Zudem ist unser Team selbstverständlich mit den Grundlagen sowie der Umsetzung des Energie Sparens vertraut und die Umsetzung wird von der Geschäftsführung engmaschig nachgehalten. Damit diese Umsetzung im Team sich auch verankert, haben wir das Thema Nachhaltigkeit in die regelmäßige interne Kommunikation verankert.
- Im Rahmen der internen Nachhaltigkeitstage haben wir auch Tipps zur ökologischen Nachhaltigkeit an das Team weitergegeben.

Ausblick:

- Wir werden bei der Erweiterungen unserer Büroräume selbstverständlich wieder auf eine effiziente und sparsame Energienutzung achten und die eben besprochenen Möglichkeiten nutzen. 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 und es werden neue Ideen entwickelt und umgesetzt.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir übertragen weiterhin die Nachhaltigkeit unserer Wertschöpfungsprozesse auf die Nachhaltigkeit unserer Kundenprojekte, da unsere Ergebnisse zu Nachhaltigkeit führen. Wir schaffen Transparenz bezüglich unserer Vorgehensweisen und der Entstehung unserer Ergebnisse.
- Wir stellen bei unseren Kunden die Einhaltung des – seit diesem Jahr wirksamen – Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz sicher und unterstützen bei der Umsetzung und Einhaltung.
- Wir binden die Themen der Produktverantwortung und des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes in unsere externe und interne Kommunikation mit ein und informieren sowie sensibilisieren zu diesen Themen.
- Wir berücksichtigen bei unserer Beratung die „State of the Art“ Technologie, die allen notwendigen Regelungen entspricht.
- Wir sind in allen Bereichen und Entscheidungen unabhängig von Herstellern und Partnern und tragen somit zu neutraler und fairer Entscheidungsfindung bei. Wir empfehlen Tools und Systeme unabhängig und provisionsfrei.

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

WEITERE AKTIVITÄTEN

und Ergebnisentstehung definiert und etabliert. Diese Prozesse werden weiterhin ausnahmslos umgesetzt.

- Wir informieren auf unserem Blog regelmäßig zu der Entwicklung der entsprechenden Gesetze und sensibilisieren zur Relevanz der Themen wie Produktverantwortung sowie soziale Verantwortung

Ausblick:

- Wir werden weiterhin unsere Wertschöpfungsprozesse auf Nachhaltigkeit hin untersuchen sowie unsere Grundsätze einhalten und regelmäßig weiterentwickeln.
- Wir werden auch weiterhin die Einhaltung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes sicherstellen und mittelständische Unternehmen bei der Umsetzung der Einhaltung und Schaffung der nötigen Prozesse unterstützen.
- Diese Themen sind weiterhin stark in die externe und interne Kommunikation eingebunden und Teil der Content-Planung für unseren Blog und Social-Media-Kanäle.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben Wege, Raum und Methoden gefördert und etabliert, dass bei THE MAK'ED TEAM Ideen und Innovationen vorangebracht, gestaltet und entwickelt werden können.
- Wir stehen mittelständischen Unternehmen zur Verfügung, um sie bei der Finanzierung und Umsetzung von Innovationen oder innovativen Projekten zu unterstützen.
- Wir berücksichtigen bei unserer Beratung ausschließlich nachhaltige Technologien mit Zukunftspotenzial.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Rahmen unserer HR-Strategie wurde im Juni 2021 das Ideenmanagement-System „TMT Ideas Lab“ aufgesetzt, konzipiert und implementiert. Das System hat noch nicht den entsprechenden Anklang gefunden, weshalb Ideen zurzeit eher noch inoffiziell kommuniziert werden.
- Wir haben einen Fördermittel-Check für Unternehmen entwickelt und auf unsere Website implementiert, um Unternehmen die Möglichkeit von Förderungen für ihre nachhaltigen und innovativen Projekte aufzuzeigen. [Dieser Check ist auf unserer Website erreichbar.](#)

Ausblick:

- Wir wollen das System noch stärker fördern, damit es im Team noch mehr Anklang findet.
- Wir stehen mittelständischen Unternehmen jederzeit zur Verfügung, um Finanzierungsmöglichkeiten für Innovationen oder innovative Projekte zu schaffen, u.a. mit unserem Fördermittelcheck.

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 Unternehmenswerte verankert, in unsere interne und externe Kommunikation eingebunden und sensibilisieren ebenso regelmäßig zu Nachhaltigkeit in Hinblick auf Finanzentscheidungen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben interne Prozesse zur Sicherstellung der Qualität unserer Projekte sowie zur einer nachhaltigen Unternehmensplanung entwickelt, standardisiert eingeführt und bringen diese Grundsätze in Kundenunternehmen mit ein.
- Wir haben unsere Finanzentscheidungen auf nachhaltige Erträge, Kapitalstrukturierung und Mindestrenditen in Projekten fokussiert und damit die Resilienz und Rentabilität unserer Firma sichergestellt.
- Das Thema der nachhaltigen und fairen Finanzentscheidungen ist regelmäßig Teil unserer externen Kommunikation und ist in unsere Content-Planung integriert.

Ausblick:

- Wir werden unsere 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.
- Wir werden diese Themen weiterhin in unsere externe und interne Kommunikation einbinden und dazu sensibilisieren.
- Wir sind weiterhin in allen Bereichen und Entscheidungen unabhängig von Herstellern und Partnern und werden zu neutraler und fairer Entscheidungsfindung beitragen.

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.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Gemeinsam mit unserer Schwestergesellschaft Complian'se GmbH & Co. KG sind wir im Bereich Compliance Management und Compliance Services tätig und fördern aktiv die Einführung von Hinweisgeberportalen in mittelständischen Unternehmen unabhängig von der rechtlichen Verpflichtung.
- Wir informieren und sensibilisieren zu Themen wie Hinweisgeberschutzgesetz, Whistleblower Richtlinie und der Einhaltung der entsprechenden Gesetze.
- 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.
- Wir haben das Thema Compliance Management als Beratungsthema nochmals stärker in unserem Portfolio ausgebaut. Unsere Schwestergesellschaft Complian'se GmbH & Co. KG (Fokus: Compliance Services) ist 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. Somit können wir als Unternehmen ein breiter aufgestelltes Portfolio – von Compliance Management zu Compliance Services – unseren Kunden anbieten.
- Wir informieren auf unserem Blog regelmäßig zu der Entwicklung der entsprechenden Gesetze und sensibilisieren zur Relevanz der Themen wie Hinweisgeberschutz und Compliance-Management.

Ausblick:

- Wir werden auch weiterhin bei Korruptionsfällen uns nicht enthalten, sondern Verantwortung übernehmen und diese zur Anzeige bringen.
- Gemeinsam mit unserer Schwestergesellschaft Complian'se unterstützen wir weiterhin mittelständische Unternehmen bei der Implementierung von Hinweisgeberschutzsystemen und dem damit verbundenen Change-Management.
- Diese Themen sind Teil unserer externen und internen Kommunikation und unserer Content-Planung.
- Aufsetzen von internen Schulungen zu den Themen Compliance und Datensicherheit für unsere Mitarbeitenden als Teil unserer Unternehmenspflichtschulungen.

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 und finden sich in unserer internen und externen Kommunikation wieder.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben durch unser WIN-Projekt mit der Hochschule der Wirtschaft für Management einen starken lokalen Partner in unserem Netzwerk, wodurch wir vor allem Deckung des Bedarfs an Fachkräften lokaler mittelständischer Unternehmen unterstützen.
- Das Netzwerk der Mannheimer Hochschule der Wirtschaft für Management ist eines unserer regionalen Netzwerke. Wir sind derzeit allerdings eher in nationalen Netzwerken etabliert.
- Wir beziehen unsere Büroausstattung sowie unsere Dienstleistungen (z.B. IT Dienstleistungen) vorrangig bei regionalen Anbietern.
- Im Rahmen unserer internen Nachhaltigkeitstage haben die soziale Verantwortung als regionales mittelständischen Unternehmen aufgegriffen und diskutiert.

Ausblick:

- Wir werden in Zukunft unsere bestehenden lokalen Partnerschaften und Lieferantenbeziehungen aufrechterhalten und bei Bedarf neue lokale Netzwerke etablieren.
- Wir werden diese Themen weiterhin in der internen und externen Kommunikation etablieren, bei internen Aktionen, wie den Nachhaltigkeitstagen, aufgreifen und damit zu diesen Themen sensibilisieren.
- Im März 2024 werden wir an den Praxistagen teilnehmen und Studierende von regionalen Hochschulen einen Einblick in unseren Unternehmensalltag geben.

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. 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 weiterhin die Werte der WIN-Charta Initiative immer wieder in unsere Veröffentlichungen und unsere externe Kommunikation miteinbeziehen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- 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 der Hochschule der Wirtschaft für Management (HdWM) aus Mannheim 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 fand 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 der regelmäßig stattfindenden HdWM Carrer Dating Messen, wo wir einige wertvolle Kontakte knüpfen und pflegen konnten. Die nächste Veranstaltung findet im November 2023 statt. Dort werden wir ebenfalls wieder vertreten sein.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

THE MAK'ED TEAM hat sein WIN!-Projekt seit Juni 2021 mit 195€ monatlich und 285 Arbeitsstunden (insgesamt seit Start des Projektes) 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.

UNSER WIN!-PROJEKT

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 [Nachhaltigkeits-Check](#) ist weiterhin fester Bestandteil unserer Website und kann von jedem Unternehmen kostenlos durchgeführt werden.

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

Zudem haben wir auf dem HdWM Career Dating einen Trainee im Bereich Finance & Controlling sowie eine Werkstudentin gewinnen können. Der ausgebildete Trainee (Dauer des Traineeprogramms ist 14 Monate) ist bis heute im Team von THE MAK'ED TEAM und inzwischen als Junior Consultant fester Bestandteil des Teams.

AUSBLICK

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

Wir werden auch in Zukunft auf Veranstaltungen der Hochschulen vertreten sein und Praktika, Werkstudentenstellen sowie Trainee-Angebote zur Verfügung stellen.

THE MAK'ED TEAM GmbH & Co. KG
802 Followerinnen
1 Monat • Bearbeitet •

Herzlichen Glückwunsch!

Es freut uns, dass wir regelmäßig von unserer Partnerhochschule [Hochschule der Wirtschaft für Management](#) Anfragen für Stellen als Werkstudent/in, Praktikant/in oder auch als Trainee erhalten.

Heute konnten wir unserer Werkstudentin Julia zu ihrem hervorragenden Studienabschluss mit dem Master Wirtschaftspsychologie an der Hochschule gratulieren und für ihre weiteren beruflichen Schritte alles Gute wünschen. Vielen Dank für die schöne Zusammenarbeit in den letzten Monaten!

[#enjoyconsulting](#) [#themakedteam](#) [#master](#) [#werkstudentin](#) [#hdwm](#)
[THE MAK'ED TEAM GmbH & Co. KG Julia Spiess](#)



Martin Auer und 32 weitere Personen 3 Kommentare • 4 direkt geteilte Beiträge

Gefällt mir Kommentar Teilen

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

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

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

Impressum

Herausgegeben am 12.01.2024 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: www.the-maked-team.com

