

JAHR 2023

DIE PROJEKTSCHAUNE | SIMPLY CREATE UG



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
Unternehmensdarstellung	1
Wesentlichkeitsgrundsatz	2
2. Die WIN-Charta	3
Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region	3
Die 12 Leitsätze der WIN Charta	3
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Zielsetzung	6
Wo stehen wir?	6
Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen	6
Daran wollen wir uns messen	6
Ergriffene Massnahmen	7
Ergebnisse und Entwicklungen	7
Indikatoren	8
Ausblick	8
Zielsetzung	9
Wo stehen wir?	9
Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen	9
Daran wollen wir uns messen	10
Ergriffene Maßnahmen	10
Ergebnisse und Entwicklungen	10
Indikatoren	11
Ausblick	12
Zielsetzung	13
Wo stehen wir?	13
Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen	13
Daran wollen wir uns messen	13
Ergriffene Maßnahmen	13
Ergebnisse und Entwicklungen	14
Indikatoren	14
Ausblick	15
5. Weitere Aktivitäten	17
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	17
Umweltbelange	18
Ökonomischer Mehrwert	21
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	22

Regionaler Mehrwert	23
6. Unser WIN!-Projekt	25
Dieses Projekt unterstützen wir	25
Art und Umfang der Unterstützung	25
Ergebnisse und Entwicklungen	26
Ausblick	26
7. Kontaktinformationen	27

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Wir sind "die projektscheune". Vormalig als Marken-Dreigestirn aus simply create, Bursche Productions und Pro Sportmodels bekannt vereinen wir unter dem scheunen-Dach, die Felder Projekt- und Prozessmanagement as a Service, Media-Produktions-Management und Sport-Modelmanagement – denn Pro Sportmodels gibt es weiter als Subbrand von die projektscheune.

Wir bauen schlagkräftige Teams für Media-Produktionen, Marketing- und betriebswirtschaftliche Fragestellungen und steuern deine individuellen Projekte und Prozesse, bei Bedarf systematisch in allen Phasen bis zum Abschluss oder übernehmen ausgewählte Teilbereiche/-aufgaben. Auch wenn Projekte oft unterschiedlich sind, beruht unsere Zusammenarbeit auf dem immer selben Wert: Gute Teams vereinen individuelle Qualitäten zu einem großen Ganzen. Wir sind deine Expert*innen für erfolgreiches Projektmanagement. Ach, und ein besonderes Faible haben wir übrigens für Sportprojekte, das können wir nicht von der Hand weisen.

Wir sorgen für die perfekte Verbindung aus Inhalt, Gestaltung und Technik und natürlich dem kaufmännischen Rahmen eines Projekts. Wir kennen den Umfang, die Timings und die Herausforderungen der Kunden und sorgen mit unserem Projektmanagement für die Einhaltung aller Parameter in ihrem Prozess.

Unser Streben nach Perfektion ist der Vorteil unserer Kunden! Um ihren Projekten die bestmöglichen Kompetenzen zu bieten, verstehen, definieren, strukturieren und finden wir die passenden Teams. Ob mit der Expertise aus unseren eigenen Reihen oder ergänzend mit Spezialisten aus unserem weit verzweigten Netzwerk. Wir als Schnittstelle zwischen Dienstleistenden und Auftraggebenden finden für die Fragen der Kunden die bestmöglichen Lösungen, um ihr Projekt erfolgreich zu steuern.

Wir helfen Ihnen durch die Phasen der Ideenfindung oder Problembeschreibung, Konzeption, Prozessdefinition, Planung, Personalplanung/ -auswahl und die Durchführung in allen Bereichen. Zudem beraten wir gerne, um maßgeschneiderte Lösungen bei schwierigen Kommunikationsfragen, betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und -strategien zu entwickeln.

Über die gesamtheitliche Überwachung bis hin zum Projektabschluss, sowie der Nachbereitung, stehen wir unseren Kunden zur Seite. Alle Leistungen können wie Bausteine einzeln abgefragt oder in Kombination angefordert werden. Wir erledigen gerne Teilaufgaben, oder steuern für und mit unseren Kunden das komplette Projekt.

Wir – das sind im Kern fünf Festangestellte in Voll- und Teilzeit, Geschäftsführer Elmar und unser fantastisches Netzwerk.



die projektscheune Kernteam 2023

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis des Nachhaltigkeitsstatus 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, Soziale Belange & Belange von Arbeitnehmenden

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

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

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

Umweltbelange

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

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

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

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

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

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 02/2022

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	Schwerpunkt- Setzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	X	X	X
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	X	X	X
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	X	X	X
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: KOMM MIT RAUS, Schorndorf, Rems-Murr-Kreis

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

Finanziell Materiell X Personell

Umfang der Förderung: 6 Mitarbeiter x 8 Arbeitsstunden = 48 Stunden

4. Unsere Schwerpunktt Themen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz [2]: [*"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*]
- Leitsatz [8]: [*"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*]
- Leitsatz [11.]: [*"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*]

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir haben uns die Schwerpunktt Themen aus den Leitsätzen 2, 8 und 11 beibehalten, da sie eng mit unserem Unternehmenserfolg verknüpft sind und deshalb auch auf die anderen Leitsätze große Strahlkraft haben.

Der Leitsatz 2: "*Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.*" sehen wir ganz klar als unser wichtigstes Kapital. Unsere Mitarbeiter, unser Team, machen gerade im Dienstleistungssektor unser Unternehmen aus und tragen die Identität nach innen und nach außen. Für uns gibt es eine "Mitarbeiter-Aktie" und eine "Unternehmens-Aktie", welche sich nur im gesunden Zustand gemeinsam entwickeln können. Damit meinen wir nicht das wirkliche Bild einer Aktie, sondern vielmehr den Benefit für Mitarbeiter und Unternehmen. Dass Mitarbeiter ihr Leben lang bei uns bleiben, ist in der heutigen Zeit eher unwahrscheinlich und sollte es so sein, ist das für uns ein Zusatzgeschenk. Die Jahre, die wir zusammen einen Weg gehen, sollen aber die Mitarbeiter-, wie die Unternehmensaktie wertvoller machen. So kann der Mitarbeiter danach mit der Aufwertung die nächsten Ziele auf seinem ganz persönlichen Weg gut gerüstet in Angriff nehmen.

Innovationen zu fördern ist Teil unser DNA. Dabei geht es aber nicht nur um unsere eigenen Dienstleistungen, sondern auch um die Innovationen unserer Kunden und Partner. Und darüber hinaus suchen wir immer nach eigenen Ideen, die auch schon einmal weiter weg von unseren eigentlichen Feldern sind. Mit unseren beiden Brands (vormals als Marken-Dreigestirn) versuchen wir immer agil zu bleiben und schon im Inneren durch immer neue Kombinationen unseres Wissens und Könnens Verbesserungen für uns und unsere Kunden zu generieren. Dabei stört es uns nicht, uns ab und zu auch wieder selbst abschaffen zu müssen oder Ideen und Konzepte komplett zu verwerfen. Dabei kann auch schon einmal ein Forschungsprojekt im Textil-Segment durch uns selbst vorangetrieben werden, ohne dass durch Kunden ein Impuls dazu vorhanden war.

Wir sitzen in der Region und unsere Kunden zum großen Teil auch. Sind wir mal nicht in der Region unterwegs, tragen wir unsere Region gern in die Welt und machen mit unserem Tun Werbung für dieses einzigartige "Länd". Mit unseren Themen und Arbeitsbereichen versuchen wir ganz bewusst nicht in die Medien-Städte und Regionen zu ziehen, da dort eben die Branchen angesiedelt und die Kunden vorhanden sind. Nein, wir wollen das alles von Stuttgart, also aus dem Herzen der Region, unternehmen und den Standort auch mit diesen Themenfeldern stärken und befruchten. Wir profitieren auch davon, dass sich mit den zum Teil "neueren" Themenfeldern die KMUs in der Region noch schwer tun. In ihren Bereichen sind sie dabei oft die Besten der Welt. Also ist es nur logisch, sie auch bei den anderen Themen in der Transformation zu begleiten und nicht den Standort aufzugeben. Aus unserem

Dafürhalten treffen also die drei gewählten Schwerpunktthemen Kernbereiche, die unseren Unternehmenserfolg maßgeblich beeinflussen können.

Menschenrechte, soziale Belange und Belange von Arbeitnehmenden

ZIELSETZUNG

- Leitsatz 2: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Wo stehen wir?

Aktuell können wir bei unserem kleinen Team von sechs Mitarbeitern immer noch recht gut auf die Kernthemen des Leitsatzes eingehen. Es gibt unregelmäßig Einzelgespräche mit allen Mitarbeitern und wöchentlich fix-terminierte Team-Meetings, an denen alle Themen, die gerade aktuell sind, besprochen werden können (egal ob privat, beruflich, bzgl. Ausbildung o. sonstiges). Ansonsten gibt es nur einmal die Woche Anwesenheitspflicht für die Mitarbeiter, in der restlichen Zeit steht es den Mitarbeitern frei, vom Büro aus zu arbeiten, Home-Office zu machen oder auch flexibles Arbeiten zu nutzen. Durch eine komplett digitale Arbeitsumgebung und den Einsatz vielfältiger Tools ist das interaktive Arbeiten auch remote für alle Mitarbeiter möglich.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Wir glauben daran, dass es wie bei vielen Themen in Zukunft der richtige Mix sein wird, der sich durchsetzt und gemeinsame Ziele fördert. Wir glauben nicht an die totale Digitalität und daran, ausschließlich remote zu arbeiten. Wir glauben auch, dass gute Teams und deren Individuen vom sozialen, persönlichen Miteinander profitieren und so auch das Unternehmen profitieren kann.

Um auf eine wachsende Mitarbeiterzahl und die Anforderungen an die Führungskräfte vorbereitet zu sein, wollen wir einige lose gelebte Dinge fest institutionalisieren:

Wir wollen die unregelmäßigen Einzelgespräche in einen regelmäßigen Rhythmus überführen. Wir wollen einen Rahmen für diese Gespräche schaffen, der auf Augenhöhe ist und gewisse Themen abfragt (Zufriedenheit, Wohlbefinden, Wünsche, Verbesserungsvorschläge, Ziele).

Wir wollen die regelmäßigen Meetings neu strukturieren und neben dem Schulterblick auf die letzte Woche und den Vorblick auf die kommenden Indikator-Aussagen mit einer Einschätzung zu "Was lief gut und was schlecht" mit hinzunehmen.

Wir wollen mehr Transparenz in die strategischen Themen gewähren, damit sich alle Mitarbeiter abgeholt und aufgehoben fühlen.

Daran wollen wir uns messen

- Weiterführung von Einzelgespräche jedes Tertial mit jedem Mitarbeiter im unregelmäßigen Rhythmus in 2023

- Weitere Ausarbeitungen des Gesprächsbogens für Führungskraft und Mitarbeiter bei Einzelgesprächen mit Leitplanken-Fragen in 2023
- Weitere Ausarbeitung einer weiteren Kategorie bei Gruppen-Meetings. Neben 'Schulterblick' und Vorausblick auch die Kategorie "wie fühlen sich die Mitarbeiter" ab sofort in 2023

Ergriffene Massnahmen

- Durchführung von regelmäßigen Einzelgespräche mit allen Mitarbeitenden wurden auch in 2023 durchgeführt, entlang des erstellten und weiter ausgearbeiteten Gesprächsbogens
- Durchführung von zwei eigens entwickelten Workshops mit und durch Mitarbeiter in 2023
- Weiterhin wöchentliche Meetings mit allen Mitarbeitern in Persona im Büro mit der Abfrage des Wohlbefindens und dem Blick auf die positiven und negativen Entwicklungen in der vergangenen Woche und einem Ausblick auf anstehende Projekte und Aufgaben

Ergebnisse und Entwicklungen

Leitsatz 2: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Das Geschäftsjahr startet bei uns mit einem Jahresauftakt, welcher auch 2023 im Januar stattgefunden hat. Hier wird das vergangene Jahr beleuchtet, kurz besprochen, ein Blick darauf geworfen, was im Allgemeinen gut und was eher wenig gut lief. Wir schauen uns gemeinsam die Umsätze und verschiedene Projekte an, welche wir über das vergangene Jahr verteilt umgesetzt haben, um allen einen Überblick und ein Gefühl für den aktuellen Stand der Firma zu ermöglichen. Zudem besprechen wir unsere Ziele und Projekte für das anstehende Geschäftsjahr, um alle Mitarbeiter abzuholen und gemeinsam darauf vorzubereiten.

Durch die uns selbst gesteckten Zielgrößen, haben wir eine kleine Erhöhung der Krankheitstage unserer Mitarbeiter ablesen und hinnehmen müssen. Da im Basisjahr die Krankheitstage allerdings bei ungewöhnlichen 0 Tagen lag, ist die Zahl in 2023 auch im Bundes- und Ländervergleich sehr gering. Eine Korrelation zu einer Reduzierung der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter anhand des Indikators Krankheitstage konnten wir dadurch nicht feststellen. Durch unsere regelmäßigen Gespräche mit Mitarbeitern, haben wir Unzufriedenheiten direkt besprechen und vorbeugen können, bevor sie zu größeren Unstimmigkeiten oder Problemen im Arbeitsumfeld führen konnten. Mithilfe des erstellten Gesprächsbogens haben sich Geschäftsleitung wie auch Mitarbeiter vorbereiten können, um eine gemeinsame Basis und einen Abgleich zu haben und Missverständnissen vorzubeugen. Durch weitere Teil-Workshops, welche gemeinsam vorbereitet und durchgeführt wurden, entstand ein Umfeld, welches alle dazu motivierte, gezielt an ihren Themen zu arbeiten und sich dabei weiterzuentwickeln.

Neben den durchgeführten Workshops haben wir in 2022 und 2023 unsere wöchentlichen Meetings als Gruppe weiterentwickelt und in sich ausgedehnt, um mehr Zeit zu gewinnen, anstehende Projekte zu besprechen und gemeinsam voranzukommen. Diese Meetings bieten weiterhin allen Mitarbeitern die Plattform, zu informieren, abzuholen und Fragen zu stellen, die dann in der Gruppe diskutiert und beantwortet werden können und so auch für alle Teilhabe und Lernen an kritischen Entwicklungen beinhaltet.

Indikatoren

Zu den gewählten Indikatoren, um gestützt ein besseres Bild und belastbarer Ergebnisse zum Wohlbefinden der Mitarbeiter zu erhalten.

Indikator 1: Gesundheitszustand

- Krankheitstage der Mitarbeiter des aktuellen Berichtsjahres 2023 - 7 Tage (ausgehend von 6 Mitarbeitern)
- Zielsetzung für das Jahr 2024 ist das sehr gute Ergebnis mit maximal 10 Krankheitstagen zu halten (ausgehend von 6 Mitarbeitern)
- Im Vergleich zum Basisjahr 2022 mit nur vier Mitarbeitern und Null Krankheitstagen haben wir in diesem Jahr eine leichte Steigerung vermerkt

Indikator 2: Ergonomie am Arbeitsplatz

- Körperliche Beschwerden minimieren
- Zielsetzung ist die freie und ergonomische Arbeitsplatzgestaltung in 2024 weiter ausbauen
- Im Jahr 2023 haben wir neben den manuell höhenverstellbaren Schreibtischen (Einrichtung mit Jobstart) mit eine Stehtisch-Bereich die Möglichkeiten als Share-Konzept erweitert. Nicht nur das Aufstehen, sondern auch das Bewegen vom eigentlichen Arbeitsplatz zum Share-Stehtisch hat für weitere ergonomische Anreize und Bewegung gesorgt, um präventiv körperlichen Beschwerden vorzubeugen.

Ausblick

Auch zukünftig wird der 2. Leitsatz die Basis unseres Handelns sein. Wir werden uns weiterhin darauf konzentrieren, eine stetig wachsende "Mitarbeiter-Aktie" und gleichzeitig eine wachsende "Unternehmens-Aktie" aufbauen zu können. Diese beiden "Aktien" bedienen sich und stehen in keinerlei Zielkonflikt. Sowohl dem Mitarbeiter, als dem Unternehmen, als auch der Region wird eine Entwicklung ermöglicht und so für den weiteren Weg einen Vorteil verschafft. Die Entwicklung der Mitarbeiter und des Unternehmens wird in Zukunft weiter im Mittelpunkt des Handelns stehen.

Wir wollen weiterhin Einzelgespräche in einem regelmäßigen Rhythmus durchführen. Zudem wollen wir den geschaffenen Rahmen für diese Gespräche erhalten, der auf Augenhöhe ist und gewisse Themen abfragt (Zufriedenheit, Wohlbefinden, Wünsche, Verbesserungsvorschläge, Ziele, aktuellen Entwicklungsstand -> Alle Dimensionen von Mitarbeiter und Führungskraft unabhängig bewertet und in den Gesprächen zusammengeführt und abgeglichen).

Geplante Aktivitäten für 2024:

Zu Beginn des Jahres starten wir traditionell mit unserem Jahresauftakt im Januar. Hier blicken wir auf das vergangene Jahr zurück, reflektieren unsere Projekte und unsere wirtschaftlichen Erfolge und auch die Misserfolge. Zudem besprechen wir das anstehende Jahr, die geplanten Projekte und auch Projekte, die potentiell noch gewonnen werden müssen. In 2024 wollen wir Schulungen und Entwicklungsmöglichkeiten weiterhin fördern und so in die Kompetenzen der Mitarbeiter investieren. Neben dem gemeinsamen Jahresauftakt im Januar 2024 mit allen Mitarbeitern sollen künftig auch mehr gemeinsame Aktivitäten jeglicher Form gefördert werden, um ein positives Arbeitsklima und den Teamgeist zu stärken. Zudem werden wir im Jahr 2024 in neue Office-Räume umziehen, um dem

wachsenden Team die passenden Möglichkeiten für die Entwicklung und Erledigung der Arbeit zu bieten.

Unser Ziel:

In Zukunft wollen wir uns weiter darauf fokussieren, jeden Mitarbeiter individuell zu fördern und voranzubringen. Auch die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter ist uns sehr wichtig. Erste Ideen aus dem Team zu monatlichen Radfahrten, werden dabei aktiv unterstützt und gefördert. Gemeinsames Kochen und Workshops außerhalb der Arbeits-Themen sollen weitere Events sein, welche alle Mitarbeiter einbeziehen sollen, da nicht alle Mitarbeiter die gleiche Affinität zum Fahrrad teilen.

Alle Aktivitäten sind freiwillig und nicht verpflichtend. Außerhalb der radspezifischen Ideen rechnen wir jedoch mit einer 100% Beteiligung.

Ökonomischer Mehrwert

ZIELSETZUNG

- Leitsatz 8: *“Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen.”*

Wo stehen wir?

Bei der Art zu arbeiten und unsere Dienstleistungen zu erbringen, setzen wir schon jetzt fast ausschließlich auf digitale Tools und versuchen unnötigen Verbrauch von Materialien oder Fahrten zu vermeiden. Aufgeteilt in zwei Marken, welche wir führen, ist dieses Prinzip bei einer schon weitestgehend vollständig implementiert. Bei Pro Sportmodels laufen die Prozesse in Richtung der Kunden und unserer Models seither schon komplett digital.

Im administrativen Bereich haben wir uns zur Aufgabe gemacht, komplett digital zu arbeiten. Die Tools sowie unsere Buchhaltung sind entsprechend eingestellt. Bei der Aussteuerung der Belegübermittlung durch Kunden und Dienstleistern sind wir noch nicht bei 100%, was das Vermeiden von Papier und dessen Versand angeht.

In der Unit "die projektscheune" sind wir aktuell noch am meisten von äußeren Einflüssen und Dritten abhängig bei der Umsetzung durchgängiger Digitalität. Dort sind die Arbeitsfelder noch sehr divers und in manchen Teilbereichen bringt eine digitale Umsetzung zum Teil noch höheren Ressourcen-Verbrauch und wesentlich höhere Kosten mit sich. Wir versuchen durch Beratung und Konzeption im Bereich der Produktionen im Werbefilm, TV- und Live-Sport-Bereich so smart und ressourcenschonend wie möglich umzusetzen und die Teams so klein wie möglich zu halten. Im Kontext der dabei entstehenden Aufnahmen fallen durch das Einholen von Rechten und dem Abfragen von Sicherheitsfragen zum Teil noch immer papierlastige Vorgänge an.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Wir wollen vor allem in den Bereichen der Unit "die projektscheune" den Anteil von Papier in den Prozessen weiter nach Möglichkeit stark reduzieren. Dazu sollen Dienstleister und Kunden angehalten

werden, bei Angebots- und Rechnungsstellung digitale Dokumente zu senden. Auch die Abfrage von Rechten und nötige Unterschriften im Bereich Rechte bei Medienproduktionen sollen durch digitale Verfahren ersetzt werden. Zudem wollen wir mit den Kunden zusammen die Produktions-Konzepte so smart wie möglich gestalten, um aus einzelnen Maßnahmen so viel Output wie möglich zu generieren.

Im Bereich eigene Innovation in Richtung Produkt ist das Bestreben, das Konzept Schritt für Schritt neben den anderen Feldern in die Umsetzungsphase zu überführen.

Daran wollen wir uns messen

- Abschaffung des Einsatzes von Papier bei Beratungs-Session und Workshops 2023
- Ausbau von digitalen Beleg austausch mit Dienstleistern und Kunden 2023
- Erhöhung digitaler Prozesse bei Rechte-Erklärungen und Sicherheitseinweisung am Set 2023

Ergriffene Maßnahmen

- Jährliche Meetings für alle Mitarbeiter im Jahr 2022 und 2023 zur einheitlichen und nachhaltigen Arbeit ohne Papier.
- Seit Beginn arbeiten wir mit den digitalen Buchhaltungsprogrammen SevDesk und Datev und übermitteln hiermit Belege und Rechnungen digital. Diesbezüglich wurden weitere Mitarbeiter eingelernt.
- Der komplette Arbeitsalltag (alle genutzten Tools) ist digital und browserbasiert.

Ergebnisse und Entwicklungen

Leitsatz 8: *“Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen.”*

In Baden-Württemberg, einem der führenden Wirtschaftsstandorte Deutschlands, wird Nachhaltigkeit zunehmend als zentraler Bestandteil von Innovationen in Produkten und Dienstleistungen erkannt. Die Abschaffung von Papier und der Austausch durch digitale Belege sind dabei auch für uns entscheidende und zugleich implizite Schritte, die nicht nur ökologische Vorteile mit sich bringen, sondern auch der logische Innovationsschritt des Unternehmens sein müssen.

Durch die Implementierung digitaler Lösungen, wie etwa elektronische Rechnungsstellung und Belegerfassung, digitale Vertragsmanagementsysteme, digitale Zeiterfassung, digitale Tools und cloudbasierter Dokumentenverwaltung, können wir nicht nur den Verbrauch an Arbeitsmaterialien erheblich reduzieren, sondern auch unsere Effizienz und interaktive Zusammenarbeit steigern. Diese Technologien ermöglichen eine schnellere Verarbeitung von Informationen, eine verbesserte Nachverfolgbarkeit und eine Reduzierung von Fehlerquellen durch eine automatisierte Prüfung, die oft bei papierbasierten Prozessen nicht ähnlich gut zu minimieren sind.

Unsere digitalen Alternativen tragen nicht nur zur Ressourcenschonung bei, sondern unterstützen uns auch als Unternehmen dabei, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und uns auf dem Markt als verantwortungsbewusste Akteure zu positionieren.

Ebenfalls haben sich unsere digitalen Tools zur Durchführung von Sicherheitsanweisungen etabliert. Online-Module ermöglichen es unseren Mitarbeitern, Schulungen flexibler und schneller zu absolvieren.

Die Integration von interaktiven Elementen in digitale Schulungen hat das Engagement der Mitarbeiter dabei erhöht. Außerdem können wir als Unternehmen nun besser nachweisen, dass unsere Mitarbeiter geschult wurden, was rechtliche Vorteile mit sich bringt.

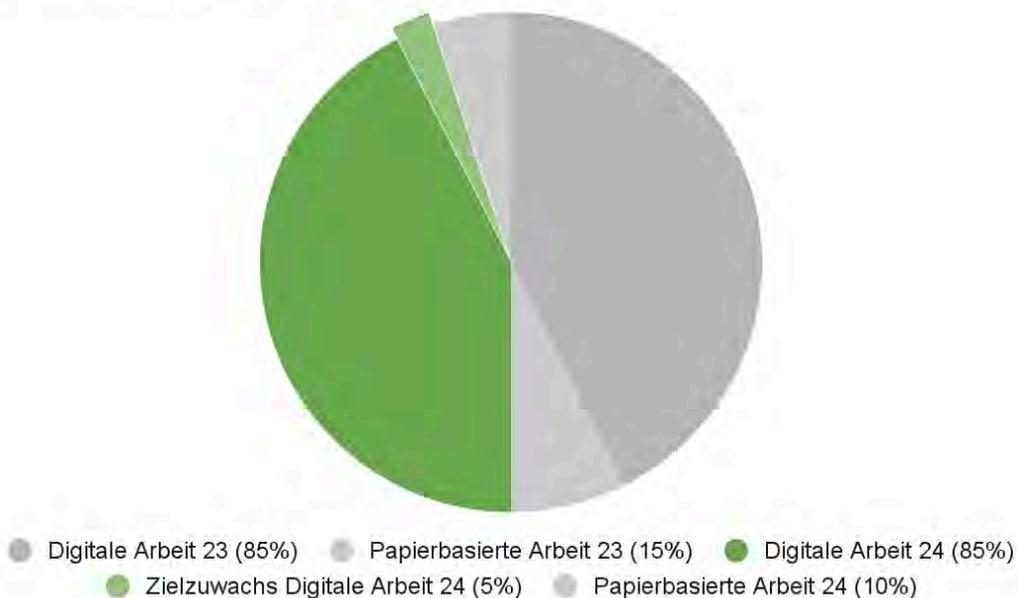
Insgesamt zeigen unsere Maßnahmen eine positive Entwicklung hin zu mehr Digitalisierung und Effizienz in den Arbeitsabläufen. Unser Unternehmen profitiert nicht nur von Kosteneinsparungen durch den reduzierten Einsatz von Arbeitsmaterialien, sondern auch von einer verbesserten Kommunikation und Zusammenarbeit sowohl intern als auch extern.

Indikatoren

Indikator 1: Papierverbrauch und -reduktion

- Die Menge des verbrauchten Papiers vor und nach Implementierung der digitalen Lösungen
- Ziel bis Ende 2024 ist eine 90% digitalisierung sämtlicher Schritte und Vorgänge
- Wir haben bereits rund 85% unseres Alltags in 2023 digitalisieren können

Papierverbrauch bei die projektscheune



Indikator 2: Reduktion der Projektdurchlaufzeiten durch digitalen Prozessen

- Reduktion der durchschnittlichen Durchlaufzeiten bei Teilabschnitten (Fokus: Erstellung von Briefings) von Projekten reduzieren
- Unser Ziel ist es, die minimal mögliche Durchlaufzeit bei der Erstellung von sich ähnlich wiederholten Projekt-Briefings zu erzielen. Die Aktuelle Zeit soll in 2024 noch einmal um 10% reduziert werden

- Im Vergleich zum Basisjahr 2022 konnten wir durch die konsequente Arbeit im digitalen und kollaborativ angelegten Projektmanagement-Tool die aufgewendeten Zeiten für die Erstellung von Briefings um 10% reduzieren.

Ausblick

Wir fokussieren weiter die gesetzten Maßnahmen und arbeiten weiter am papierlosen und digitalen Arbeitsplatz, bzw. am papierlosen Unternehmen. Nicht nur unsere interne Kommunikation und Dokumentation findet, wenn nicht vor Ort, digital statt, sondern wir haben ebenfalls einen Fokus auf eine rein digitale und papierlose Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern. Dieser Ansatz setzt neben der Projektdokumentation auch auf die rein digitale Übermittlung von Rechnungen und Belegen. Die entsprechende Ausstattung der Arbeitsplätze und Mitarbeiter auf unserer Seite ist dabei implizit und mit dem digitalen Arbeitsalltag von innen heraus nicht mehr anders abbildbar.

Wir wollen weiterhin die Reduktion von Papier voranbringen und zeitnah eine nahezu 100%ige Umsetzung durchsetzen.

Mit der Verbesserung der digitalen Tools und Plattformen sowie durch regelmäßige Schulungen erhoffen wir uns eine steigende Effizienz und größere Interaktivität bei digitalen Prozessen. Diese Effekte sollen eine Erhöhung der Produktivität der Mitarbeiter herbeiführen, ohne dabei Stundenkapazitäten zu erhöhen.

Geplante Aktivitäten:

Regelmäßiges Feedback von unseren Mitarbeitern und Kunden wird eingeholt, um die digitalen Angebote und Prozesse kontinuierlich zu monitoren und besser einzubinden. .

Eine regelmäßige Überprüfung der digitalen Prozesse intern, aber auch derer mit Kunden und Partnern, wird weiter notwendig sein, um sicherzustellen, dass sie effektiv sind und den Bedürfnissen aller entsprechen. Im Jahr 2024 wird aus der vorhandenen Tool-Landschaft ein zentrales CRM-System (Customer-Relationship-Management) gespeist, welches alle Kundeninformationen und Interaktion zentral aus den Teillösungen vereinigt und sammelt. Durch diese Sammlung und Verdichtung der Daten sollen Ansatzpunkte und Verbesserungspotentiale gefunden und aufgezeigt werden.

Unsere Ziele:

- Weitere Sensibilisierung der Belegschaft für nachhaltige und digitale Vorgehensweisen und deren Einfluss auf die Unternehmensziele
- Motivation durch Erfolg von Geschäftspartnern, ebenfalls nachhaltige Praktiken zu verfolgen, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren und die Zusammenarbeit effizienter zu gestalten
- Jährliche Evaluierung der Fortschritte hinsichtlich der gesetzten Ziele und Anpassung der Strategien bei Bedarf

Diese Zielsetzung trägt im Kontext der Nachhaltigkeit auch zur langfristigen wirtschaftlichen Stabilität und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei.

Ökonomischer Mehrwert

ZIELSETZUNG

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

Wo stehen wir?

Seit Beginn schaffen wir es, über 80% unserer Kundenanfragen aus der Region zu erhalten und so mit unseren Dienstleistungen den Kunden zu helfen, gemeinsam Mehrwert in der Region zu schaffen. Durch erfolgreiche Projektumsetzungen und das geweckte Interesse über das Geschäftsjahr hinweg und die damit gesteigerte Anzahl an Gesamtprojekten, ist die Zahl der regionalen Projekte auf 75% gesunken. Das gereicht den regionalen Anfragen aber nicht zum Nachteil, da das Interesse keine Verdrängung, sondern einen Ausbau mit sich brachte. Bei der Wahl der Kunden differenzieren wir weiter nicht zwischen Kunden, welche sich auch der WIN Charta verpflichtet haben und anderen Unternehmen.

Beim Einsatz von anderen Dienstleistern aus dem Netzwerk bedienen wir uns weiter zu über 80% bei Dienstleistern aus der Region. Im Falle der Model-Vermittlung ist diese Eingrenzung nicht möglich, da oftmals nach äußerlichen Merkmalen und nicht nach Standort entschieden wird.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Wir wollen bei den Dienstleistern vermehrt darauf achten, dass ähnliche Grundhaltungen zum Thema "nachhaltig wirtschaften" vorhanden sind. Das soll weiter eher ein Bonus sein, nicht aber die Wahl eines guten Dienstleisters beeinflussen. Vielmehr sehen wir es dann als unsere Aufgabe, für unseren Weg ein gutes Beispiel abzugeben und so ein Denken in die Richtung zu fördern.

Bei den Kunden wollen wir zumindest bei eigenen Akquise-Tätigkeiten eine Quote einführen bei der aktiven Ansprache von Unternehmen, die das nachhaltige Wirtschaften auch für sich als "Wichtig" definiert haben. So können wir als Multiplikator diese Ansätze auch auf Unternehmen und Kunden strahlen, welche diesen Weg noch nicht fokussiert haben.

Daran wollen wir uns messen

- Weitere Erhöhung der Ansprache von Kunden und Geschäftspartnern, welche die WIN Charta oder ähnliche Aktivitäten für sich bei der Neukundenakquise fokussieren. Die Quote soll im Verhältnis nach Möglichkeit um 5% gesteigert werden in 2023.
- Die Ansprache bei der Neukunden- und Partnergewinnung sollte zu mind. 50% bei Unternehmen aus der Region stattfinden in 2023
- Die Einsatzquote von Dienstleistern aus der Region soll auf mind. 85% erhöht werden in 2023.

Ergriffene Maßnahmen

- Knüpfung neuer Kontakte durch regionale Networking Events und Veranstaltungen
- Direkte Kontaktaufnahme mit potentiellen Kunden und Partnern aus der Region um unsere Ziele zu erreichen

Ergebnisse und Entwicklungen

Die Erhöhung der Ansprache von Kunden mit Fokus auf die WIN Charta ist uns teilweise schon gut gelungen. Wir konnten die regionalen Kontakte zu potentiellen Kunden, neuen Kunden wie auch neuen Geschäftspartnern erweitern und vertiefen. Die meisten neuen Kontakte konnten wir durch bisherige regionale Geschäftsbeziehungen und Veranstaltungen, auf denen wir tätig waren, ausbauen und nutzen. Wir haben gezielt darauf geachtet, unser Netzwerk durch regionales Networking auszuweiten.

Die Maßnahmen zur Erhöhung der Ansprache von Kunden mit Fokus auf die WIN Charta sowie zur Förderung regionaler Unternehmen haben sich als erfolgreich erwiesen. Alle drei Zielsetzungen wurden analysiert und reflektiert:

- Die Gewinnung von Neukunden konnte gesteigert werden (Regionaler Zuwachs: 4 Neukunden aus Baden-Württemberg). Zudem gab es einen Zuwachs an Neu-Events in Baden-Württemberg durch Bestandskunden aus dem Land.
- Der Anteil an regionalen Kunden hat einen prozentualen Rückgang erfahren, vor allem aber im Kontext des Zuwachs an Neukunden, die nicht aus Baden-Württemberg stammen.
- Die Einsatzquote regionaler Dienstleister ist weiterhin bei etwas mehr als 80 %, was die Bedeutung für uns von lokalen Partnerschaften unterstreicht.

Diese Ergebnisse zeigen, dass die Ziele erreicht wurden, aber auch gewissen Schwankungen bei der Geschäftsentwicklung unterliegen. Im Basisjahr war der Neukundenzuwachs außerhalb Baden-Württembergs in einigen Segmenten nicht abzusehen. Für das kommende Jahr sollten diese Erfolge als Grundlage dienen, um mit den Zielsetzungen darauf aufzubauen, auch wenn dem die gesamtwirtschaftliche Lage etwas entgegensteht.

Indikatoren

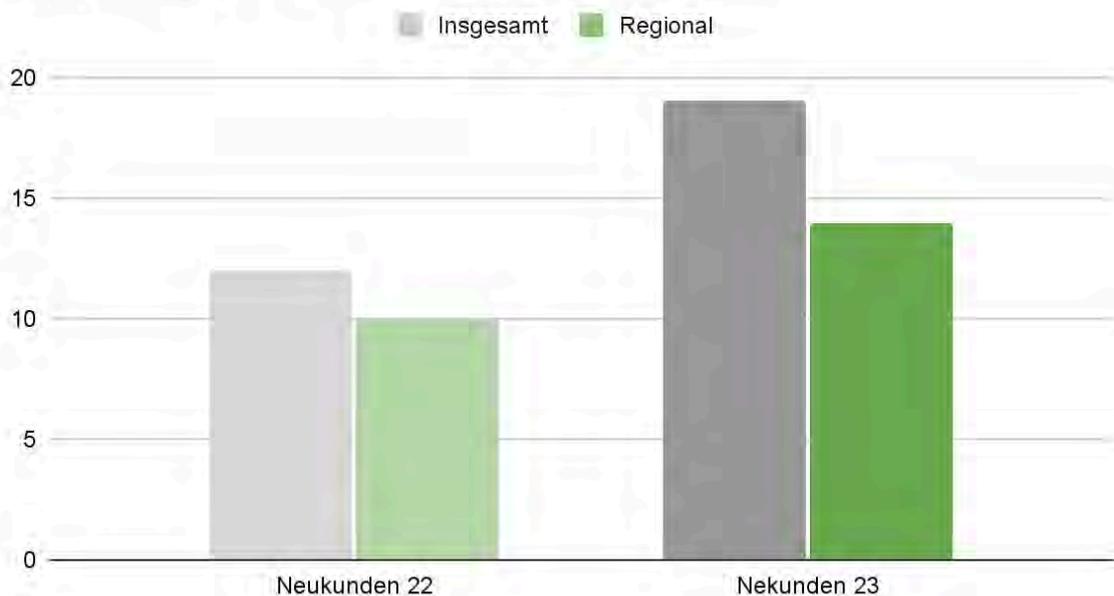
Indikator 1: Anzahl der Neukunden in einem Geschäftsjahr

- Prozentsatz der Neukunden
- Ziel: 5-10% an Neukunden für 2024
- Basisjahr 12 Neukunden / Aktuelles Jahr 2023 19 Neukunden (Steigerung von 58%)

Indikator 2: Anzahl regionalen Neukunden

- Anzahl der regionalen Neukunden ausgehend von der Gesamtzahl der Neukunden
- Ziel: Halten von min. 65% Anteil für 2024
- Basisjahr 83% / Aktuelles Jahr 2023 75%

Neukunden gesamt zu regionale Neukunden



Ausblick

In diesem Bereich konnten wir im Jahr 2023 an sich das Geschäft und die Geschäftskontakte ausbauen. Die Quote der Kunden und Partner an sich ist nicht ganz zufriedenstellend, bezieht man jedoch den Bereich Ausbau von Geschäftsbeziehungen mit in die Betrachtung waren zwei Großevents durch bestehende Kunden neu dabei und dadurch ein signifikanter Beitrag zum Vertriebs Erfolg. Wir konnten in der harten Zahl in 2023 mehr Neukunden gewinnen, die prozentuale Anzahl der regionalen Neukunden ging dabei aber etwas zurück. In der absoluten Zahl konnte dennoch die Anzahl der regionalen Neukunden aus dem Vorjahr in sich gesteigert werden. Ziel bleibt es auch in Zukunft die regionalen Zusammenarbeiten zu fördern und zu erweitern und so einen Mehrwert für unsere Region und unsere Partner schaffen zu können.

Für das kommende Berichtsjahr 2024 planen wir, die bereits begonnenen Initiativen weiterzuführen. Dazu gehört die Intensivierung unserer Kooperationen mit regionalen Partnern sowie die Entwicklung neuer Projekte, die auf eine nachhaltige Umsetzung abzielen. Wir möchten sicherstellen, dass unsere Ansätze kontinuierlich verbessert werden und somit unsere Anspruchsgruppen die Kontinuität unseres Nachhaltigkeits-Prozesses verdeutlichen.

Wir sind zuversichtlich, dass wir durch diese Maßnahmen nicht nur unsere Ziele erreichen, sondern auch einen positiven Einfluss auf die Region ausüben können.

Geplante Aktivitäten:

Wir wollen uns mehr auf die Initiierung und Unterstützung von regionalen Wirtschaftsnetzwerken, in denen Dienstleistungsunternehmen, lokale Produzenten und andere Akteure zusammenarbeiten können, konzentrieren. Durch den Austausch von Ressourcen, Wissen und Kontakten wollen wir Synergien schaffen, die zu neuen Geschäftsmöglichkeiten führen. Dies stärkt nicht nur die lokale Wirtschaft, sondern fördert auch Innovationen und die Entwicklung im eigenen Unternehmen.

Wir als Dienstleistungsunternehmen wollen Schulungen und Workshops für unsere Arbeitskräfte anbieten, um deren Fähigkeiten zu verbessern und sie auf die Anforderungen des Marktes vorzubereiten. Durch die Verbesserung der Qualifikationen der Arbeitskräfte wird die Wettbewerbsfähigkeit der Region gesteigert. Unternehmen profitieren von besser ausgebildeten Mitarbeitern, während gleichzeitig Arbeitsplätze geschaffen werden. Dies kann auch dazu beitragen, Fachkräfte in der Region zu halten.

Wir werden uns auch künftig darauf konzentrieren, bei der Beschaffung von Material und Dienstleistungen bevorzugt regionale Anbieter zu wählen. Diese Praxis unterstützt lokale Unternehmen und trägt zur Stärkung der regionalen Wirtschaft bei. Zudem kann dies das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken fördern und unser Image als verantwortungsbewusster Akteur in der Region verbessern.

Diese Aktivitäten tragen nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region bei, sondern fördern auch ein nachhaltiges Wachstum und stärken das Gemeinschaftsgefühl unter den lokalen Akteuren.

Unser Ziel:

Im Jahr 2024 soll entlang der Projekte in der Praxis das Kernteam weiter geschult und weitergebildet werden. Der Ansatz richtet sich vor allem nach Innen, wird aber auch nach außen angeboten. Ziel ist es, die Mitarbeiter in der Praxis in realen Situationen zu schulen und direkt bei der Umsetzung verantwortlich einzubinden. Wir schätzen den Lerneffekt unter Live-Bedingungen als sehr hoch ein, ohne bei den Mitarbeitern eine Überforderung herbeizuführen.

Der Ausbau von Neukunden aus dem regionalen Umfeld bleibt Bestandteil der Bestrebungen. Mindestens soll aber die Quote der eingesetzten Dienstleistern weiter bei 80% an regionalen Dienstleistern bleiben, soweit wir bestimmend einwirken können.

5. Weitere Aktivitäten

MENSCHENRECHTE, SOZIALBELANGE & BELANGE VON ARBEITNEHMENDEN

Leitsatz 01 – MenschenRECHTE und RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen uns keine Limitierungen setzen, was das Einstellen von neuen Mitarbeitern angeht und dabei leben, dass sich Unternehmen und Bewerber gegenseitig auf Augenhöhe vorstellen.
- Wir werden jede Form von Diskriminierung intern wie extern sanktionieren und zur Sprache bringen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch die konsequente Umsetzung einer offenen und diskriminierungsfreien Rekrutierungs-Kultur haben wir ein Arbeitsumfeld geschaffen, in dem sich Unternehmen und Bewerber auf Augenhöhe begegnen. Unsere Richtlinien zur Gleichbehandlung und Inklusion haben nicht nur die Vielfalt in unserem Team erhöht, sondern auch das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter gestärkt. Diskriminierung wird aktiv angesprochen und sanktioniert, was zu einem respektvollen Miteinander führt.

Schaffung eines inklusiven Rekrutierungsprozesses: Wir haben unser Einstellungsverfahren weiter präzisiert, um sicherzustellen, dass alle Bewerber unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Alter oder anderen persönlichen Merkmalen gleich behandelt werden.

Monitoring der Fortschritte: Durch regelmäßige Auswertungen der Bewerber-Statistiken und Mitarbeitergesprächen stellen wir sicher, dass unsere Maßnahmen Wirkung zeigen und kontinuierlich verbessert werden.

Ausblick:

Durchführung regelmäßiger Analysen, um potenzielle negative Auswirkungen auf die Menschenrechte in der gesamten Lieferkette zu identifizieren und zu bewerten.

Die Berücksichtigung von Menschenrechten ist Teil der Unternehmensstrategie und -kultur sein, einschließlich der Einbeziehung in Entscheidungsprozesse und Geschäftsmodelle.

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen

"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen unsere Prozesse gemäß diesem Leitsatz sukzessive überprüfen und anpassen.
- Wir werden neue Prozesse nur noch mit Blick auf diesen Leitsatz aufsetzen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Im Rahmen unserer kontinuierlichen Verbesserung haben wir begonnen, bestehende Prozesse systematisch zu überprüfen. Diese Überprüfungen erfolgen unter dem Leitsatz, um sicherzustellen, dass alle Abläufe effizient und zielgerichtet sind.

Basierend auf den Ergebnissen der Überprüfungen werden wir gezielte Anpassungen vornehmen. Dies kann die Optimierung von Arbeitsabläufen, die Reduzierung von redundanten Schritten oder die Implementierung neuer Technologien umfassen, um weiter die Effizienz zu steigern.

Durch die konsequente Anwendung des Leitsatzes fördern wir eine Unternehmenskultur, die auf ständiger Reflexion und Verbesserung basiert. Mitarbeiter werden ermutigt, aktiv mit zu monitoren und Vorschläge zur Prozessoptimierung einzubringen.

Ausblick:

In Zukunft wollen wir uns um die Stärkung unserer Prozesse in Richtung der Kundenbeziehungen und nachhaltigen Service kümmern.

Weiter arbeiten wir an einer transparenten Kommunikation mit allen Stakeholdern.

Wir werden bei der Reduzierung bei der Implementierung des digitalen Unternehmens im gesamten Kontext und Prozess Zielkonflikte identifizieren und nach Lösungen dafür suchen.

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden unsere mit diesem Leitsatz verbundenen und schon beschriebenen Prozesse weiter ausbauen.
- Wir werden Stück für Stück Recycling und Zirkularität bei der Beschaffung fest als Auswahlkriterien bei der Beschaffung etablieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die kontinuierliche Ausweitung unserer bestehenden Prozesse hat zu einer verbesserten Integration von Recycling- und Zirkularität Prinzipien als Anforderung in unseren Beschaffungs-Abläufen geführt. Dies ermöglicht eine effizientere Nutzung von zugekauften Ressourcen und fördert so auch nachhaltige Praktiken innerhalb des Unternehmens.

Die Maßnahmen haben das Bewusstsein unserer Mitarbeiter für die Bedeutung von Recycling und Zirkularität geschärft. Gemeinsame Besprechungen zu diesem Themenblock fördern ein gemeinsames Verständnis für nachhaltige Beschaffungspraktiken und motivieren das Team, aktiv zur Umsetzung beizutragen.

Die Implementierung von Recycling- und Zirkularität Kriterien kann langfristig zu Kosteneinsparungen führen, da wir durch die Wiederverwendung von Materialien (technische Geräte von regionalen Dienstleistern leihen, Laptops und Mobiltelefone wiederverwenden für neue Mitarbeiter,...) Abfall reduzieren und Ressourcen effizienter nutzen können.

Ausblick:

Wir streben an, unsere bestehenden Prozesse kontinuierlich zu optimieren und auszubauen, um Recycling und Zirkularität als feste Auswahlkriterien in unsere Beschaffungsstrategie zu integrieren. Durch die schrittweise Implementierung dieser Kriterien wollen wir sicherstellen, dass unsere Beschaffungsentscheidungen nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch nachhaltig sind.

Unser Ziel ist es, im nächsten Jahr den klaren Rahmen für die Bewertung und Auswahl von Lieferanten zu schärfen, der die Prinzipien der angestrebten Kreislaufwirtschaft fördert und somit aktiv zur Reduzierung von Abfall und Ressourcenverbrauch beiträgt.

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden die Kernpunkte soweit durch uns steuerbar (im Büro nur Mieter) konsequent angehen.
- Wir werden versuchen, den bestmöglichen Modal-Split bei unseren Bewegungen im Familienkontext und beim Arbeitsweg zu wählen, um Emissionen zu vermeiden und Mitarbeiter dazu zu motivieren, sich auch im privaten Bereich zu fokussieren

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch die konsequente Fokussierung auf steuerbare Aspekte (Heizung, Lüften, Licht und Nutzung) im Büro, in dem wir ausschließlich Mieter sind, konnten wir klare Richtlinien und Standards etablieren. Dies hat zu einer verbesserten Effizienz und einem einheitlichen Vorgehen innerhalb des Teams geführt.

Die gezielte Auswahl des bestmöglichen Modal-Splits für unsere Bewegungen im Familienkontext und beim Weg zur Arbeit hat dazu beigetragen, die Emissionen zu reduzieren.

Die Initiativen wurden von den Mitarbeitern überwiegend positiv aufgenommen. Gespräche zeigen ein wachsendes Interesse an weiteren umweltfreundlichen Maßnahmen und eine Bereitschaft zur aktiven Teilnahme an entsprechenden Themen.

Die Bereitstellung des Deutschland-Tickets als Jobticket zur Stützung der Umsetzung und zur weiteren Mitarbeitermotivation wurde bei den ersten Mitarbeitern zum Test umgesetzt.

Ausblick:

Wir wollen in Zukunft Programme zur Förderung nachhaltiger Mobilitätsoptionen, wie z.B. Zuschüsse für öffentliche Verkehrsmittel, um den Modal-Split weiter zu optimieren, aus den Tests heraus für alle Mitarbeiter einführen.

Dazu wollen wir klimaneutrale Verkehrsmittel fördern, was nicht nur umweltfreundlicher ist, sondern auch das Bewusstsein für nachhaltige Mobilität im Alltag schärfen soll. So ist das Büro mit einer Dusche ausgestattet, um es zu ermöglichen den Arbeitsweg z.B. mit dem Rad zu absolvieren.

Zu Beginn des Jahres 2024 werden wir in ein neues Büro im Stuttgarter Westen ziehen, um den Mitarbeitern eine noch bessere Anbindung zu öffentlichen Verkehrsmitteln zu gewährleisten. Auch dort werden Duschkmöglichkeiten vorhanden sein.

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."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden die Prozesse dokumentieren und mögliche Optimierungspunkte überprüfen.
- Sollte ein haptisches Produkt dazu kommen ist in der Brand-DNA schon hinterlegt, dass konsequent auf die Verwertung von Müll gesetzt wird

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die systematische Dokumentation unserer internen Prozesse hat zu einer klaren Übersicht über Abläufe und Verantwortlichkeiten geführt. Dies ermöglicht eine bessere Nachverfolgbarkeit und Transparenz, was die Effizienz unserer Arbeitsweise steigert. Diese Analyse und Dokumentation strecken wir auch auf eingesetzt Dienstleister und versuchen auf etwaige Potenziale hinzuweisen und deren Handeln positiv zu beeinflussen.

Auch in 2023 haben wir kein haptisches Produkt eingeführt. Unsere Leistungen liegen weiter zu 100% auf der Dienstleistung. Konzepte zur Beteiligung an Unternehmungen, welche haptische Produkte führen könnten, gibt es weiter, aber weiterhin nicht in aktiver Umsetzung.

Ausblick:

Wir arbeiten weiter an einer fortlaufende Prozessoptimierung zur Etablierung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP), der regelmäßige Überprüfungen und Anpassungen der dokumentierten Prozesse vorsieht, um Effizienz und Effektivität stetig zu steigern.

In Zukunft wollen wir unseren Schwerpunkt weiter auf unsere ausdifferenzierten Dienstleistungen setzen und versuchen dort auch in den Projekteteilung unsere Werte und Ansätze mit einzubringen und umzusetzen. Weiter sind wir, wie beschrieben offen, sollte die Möglichkeit bestehen, ein haptisches Produkt einzuführen.

ÖKONOMISCHER MEHRWERT

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mit der Erweiterung von Geschäftsfeldern versuchen wir auf nachhaltige Weise die bestehenden Geschäftsfelder abzusichern
- Durch eigene Innovation und Qualitätssteigerung sichern wir nachhaltig den Unternehmenserfolg

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch den Zusammenschluss unserer drei Marken, haben wir in 2023 die projektschneue geschaffen. Dabei besteht Pro Sportmodels als eigenständige Marke im Kosmos von die projektscheune weiter fort. Das hat zu einer weiteren Fokussierung und Präzisierung unsere Geschäftsfelder geführt, welche für die bestehenden Kunden und Neukunden besser zu greifen und abzufragen sind. Durch die Zusammenfassung werden Dienstleistungsbündel direkt ersichtlicher und attraktive, was Zusatzabsätze beim Bestand und neue Zielgruppen adressiert und so Wachstum sichert. Es sind so keine neuen Geschäftsfelder entstanden, sondern die vorhandenen Dienstleistungen weisen nun keine Überschneidungen mehr auf, entfalten in Kombination andere Wirkung am Markt und nutzen Synergien, die bei allen Vorteilen einer eigenständigen Markenführung, eher zu Dissonanzen beim Verständnis auf Nachfrageseite führte.

Ausblick:

Wir wollen uns künftig auf die Implementierung eines strukturierten Innovationsmanagements konzentrieren, das regelmäßige Brainstorming-Sitzungen zur Ideenfindung fördert, mit dem Ziel, jährlich unsere Dienstleistungen weiter zu entwickeln und logische Ausbaustufen/ Ergänzungen zu identifizieren. Dabei sollen auch geschäftsferne Felder, welche in der Grundsystematik gleich bespielt werden, identifiziert und überprüft werden. Neue Felder können der Absicherung von den aktuellen Feldern dienen und so den zukünftigen Geschäftserfolg sichern.

Wir planen, unseren festen Mitarbeiterstamm im kommenden Jahr auszubauen und durch unsere geschaffenen Arbeitsfelder mehr Arbeitsplätze zu schaffen.

NACHHALTIGE UND FAIRE FINANZEN, ANTI-KORRUPTION

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen

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

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bei der Investition in neues Equipment oder Ausstattung werden wir die Umweltauswirkungen vorher überprüfen und versuchen, den nachhaltigsten und sinnvollsten Entschluss dazu zu fassen.
- Bei möglichen Investitionen im Produktbereich liegt auch in diesem Punkt der Kern der möglichen Brand-DNA. Produkt- und Produktionsstätten werden konsequent nach diesem Prinzip gedacht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Wir tätigen nur die nötigsten Investitionen in eigenes Equipment, an den Stellen, an welchen es einen Mehrwert gibt, dieses zu besitzen und im Inventar zu führen. Bei den Entscheidungen für Produkte wird dabei im Sinne der Nachhaltigkeit gewählt und beschafft. Durch den Charakter der Strategie, im Falle so wenig wie nötig an eigenem Equipment zu besitzen, findet automatisch und fortlaufend eine Überprüfung des optimalen Ressourcen-Mixes statt und die Finanzentscheidungen werden von Beginn an auf Nachhaltigkeit überprüft.

Die Einbeziehung von Mitarbeitern in den Entscheidungsprozess bezüglich nachhaltiger Investitionen hat ihr Engagement erhöht. Durch die frühzeitige Integration von Nachhaltigkeitskriterien in unsere Investitionsentscheidungen haben wir uns in der Branche positioniert. Dies verschafft uns einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern, die noch nicht so stark auf ähnliche Standards setzen.

Ausblick:

Wir werden weiter den Fokus auf nachhaltige Finanzentscheidungen legen. Weiter im Fokus ist unser Ansatz, aus dem Netzwerk zu arbeiten und immer die beste Kombination aus Selbstmachen, Zukaufen, Anschaffen und Leihe zu finden. Das bestimmt aktuell schon unser Handeln und wird es weiterhin tun. Auch im Kontext der Arbeitsplätze fließen diese Überlegungen in unsere Entscheidungsfindung bei Finanzentscheidungen ein. Dabei immer im Blick: Ein Abwägen zwischen regionaler Wertschöpfung, Preisgefüge und Nachhaltigkeitsverantwortung. Uns geht es um die bestmögliche Kombination und die ständige Optimierung dieser.

Leitsatz 10 – Anti-Korruption

"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Korruption wird von uns aktiv verhindert. Wir wollen immer ausschließlich an der Qualität der Arbeit, der Angebote und der Konzepte gemessen werden und lehnen im Zweifel von uns ab.
- Wir wollen regelmäßig mit den Mitarbeitern einen Abgleich und Schulungen abhalten zu Themen, die in diesem Feld vorgekommen sind.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch die aktive Verhinderung von Korruption haben wir eine Unternehmenskultur gefördert, die auf Integrität und Transparenz basiert. Ansätzen von korruptem Verhalten oder Verhalten, das der Integrität des Unternehmens und der einzelnen Mitarbeiter schadet, gehen wir entschieden entgegen und sprechen diese Punkte offen in der Runde mit allen Mitarbeitern aktiv bei den Meetings an.

Wir lassen uns aktiv an der Qualität und den Konditionen unserer Arbeit messen. Sollten wir dabei Aufträge nicht erhalten, versuchen wir uns und unser Angebot zu verbessern und uns so wieder in den Fokus als passender Dienstleister zu rücken.

Ausblick:

Wir setzen weiter auf den Umgang, wie bisher beschrieben und wollen uns an unseren Werten, der Qualität und den Angeboten messen lassen.

Diese Zielsetzungen unterstützen nicht nur die Integrität unserer Mitarbeiter und Qualität unserer Dienstleistungen, sondern tragen auch zur Schaffung einer positiven Arbeitsumgebung bei, in der ethisches Verhalten gefördert wird.

REGIONALER MEHRWERT

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."

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen die Innovationskraft der Mitarbeiter fördern und Ideen aus nachhaltigen Aspekten hinterfragen.
- Wir versuchen mit Gruppen unserer Kunden und Dienstleister gezielten Austausch und Abgleich zur Umsetzung nachhaltiger Ansätze in der Branche und im Alltag zu forcieren und zu institutionalisieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Durch die gezielte Förderung der Innovationskraft unserer Mitarbeiter haben wir eine signifikante Steigerung der eingereichten Ideen und Vorschläge verzeichnet. Im aktuellen Berichtsjahr wurden über 5 neue Ideen zur Verbesserung unserer Dienstleistungen und Prozesse besprochen und ausgearbeitet, von denen 30 % auf nachhaltige Aspekte abzielen. Dies hat nicht nur die Kreativität im Team gefördert, sondern auch zu konkreten Verbesserungen in unseren Angeboten geführt.

Ausblick:

Bis zum Ende des nächsten Geschäftsjahres wollen wir die Anzahl der eingereichten innovativen Ideen unserer Mitarbeiter weiter steigern, wobei mindestens 40 % dieser Ideen einen nachhaltigen Aspekt beinhalten sollen. Das lässt sich erst in der Bewertung ermitteln, soll aber durch die vermittelten Werte "automatisch" in Richtung dieses Werts gefördert werden.

Wir setzen uns das Ziel, Austauschformate mit unseren Kunden und Dienstleistern zu institutionalisieren, um gemeinsam nachhaltige Ansätze zu entwickeln und deren Umsetzung in der Branche voranzutreiben.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

KOMM MIT RAUS?

KOMM MIT RAUS ist ein Projekt, das durch einen guten Freund ins Leben gerufen wurde. Tim Schopf und sein Team beschreiben ihr Konzept wie folgt:

"Wenn du etwas in der Tiefe verstehen willst, fange an, es zu lehren!"

KOMM MIT RAUS ist ein inhabergeführtes Dienstleistungsunternehmen mit vielfältigen Angeboten in der Natur - vom Kindergeburtstag über die waldpädagogische Veranstaltung bis zum Survival-Wochenende. Tim Schopf und Michael Kreitmayr planen und führen die Angebote und Kurse nach Absprache individuell zugeschnitten durch.

Du bist gerne draußen in der Natur? Du suchst Abenteuer oder ein besonderes Erlebnis? Oder einfach nur Zeit zum Abschalten und Durchatmen? Dann KOMM MIT RAUS und genieße die Natur!

Ob im Wald oder auf der Wiese, wir bieten Abenteuer und Erlebnisse für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an zwei Standorten in Schorndorf, dem Rems-Murr-Kreis. Wir schaffen einen Zugang zu Erlebnisbereichen, von denen in unserer Zeit ansonsten viele abgeschnitten bleiben. Draußen finden wir Entspannung, können Stress abbauen, unsere Gedanken sortieren und die Aufmerksamkeit neu fokussieren. Wir können uns frei bewegen, Abläufe entschleunigen und uns in Geduld üben, Zeit in einem anderen Zusammenhang sehen und der Kreativität freien Lauf lassen. Klingt romantisch? Ist am Anfang aber anstrengend... und trotzdem entspannend!

Wälder und Wiesen bieten uns viele Möglichkeiten, sich losgelöst von engen Räumen und vorgegebenen Pfaden selbst zu erfahren und frei zu bewegen. Mit unserem waldpädagogischen / erlebnispädagogischen Ansatz öffnen wir die Augen für neue Wege, um sich auf die Natur einzulassen und sie zu "begreifen".

Wir finden das Projekt deshalb förderungswürdig (auch wenn privatwirtschaftlich geführt), da wir denken, die Grundlage für wirklich nachhaltiges Wirtschaften ist Verständnis. Und hier wird Verständnis auf einer anderen Ebene vermittelt, neu erlernt und aufgezeigt, was nachher wirtschaftliches Handeln durch viele Meta-Ebenen positiv beeinflussen kann.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Deshalb wollen wir (entweder komplett oder in kleineren Gruppen) Tim und sein Team unterstützen und stehen mindestens einen kompletten Einsatz bei einer Veranstaltung zur Verfügung. Die Arbeitszeiten der Mitarbeiter werden durch uns übernommen und so wollen wir das Projekt weiter voranbringen. Sprich 5 Mitarbeiter werden entweder einen Tag zusammen, oder kleinere Gruppen an Mitarbeitern an mehreren Tagen für diesen Einsatz zu Mitarbeitern von Tim.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Da unser Einsatz aufgrund einer strukturellen Veränderung seitens "Komm mit raus" und danach durch unserer verfügbaren Zeiten (im folgenden Zeitraum in Konkurrenz zu Kundenprojekten) bisher noch nicht realisiert werden konnte, haben wir unsere Studienkapazitäten in Abstimmung mit Tim und seinem Team mit ins Jahr 2024 genommen.

Aus zwei Gesichtspunkten wird das befördert: Zum einen wollen wir unser Projekt noch "abschließen", zum anderen wollen wir das Projekt weiter fördern, da wir weiterhin überzeugt sind, die richtige Wahl getroffen zu haben.

Was jedoch zusammen in einem Vorab-Workshop erarbeitet wurde, ist die Mechanik, wie unser Einsatz im privatwirtschaftlichen Kontext eingebracht wird und dennoch der Gemeinnützigkeit dient. Unser Einsatz wird für Projekte von Vereinen oder finanzschwachen Teilnehmern als größtmöglicher Rabatt verrechnet, welchen Tim und sein Team unter normalen Umständen in der Form nicht einräumen können.



Diese Aktivitäten von uns können direkt während der angebotenen Programme mit den Teilnehmern stattfinden, sodass wir in die Arbeit mit den Gruppen eingebunden sind, der sie können im Vorfeld bei der Präparation des Kursgeländes durch uns durchgeführt werden, sodass Tim und sein Team lediglich anleiten müssen und ihre Zeit und Kraft für die eigentliche Arbeit sparen.

Wir sind zuversichtlich, dass wir durch diese Maßnahmen auch unsere Zusammenarbeit und das nachhaltige Verständnis stärken und gleichzeitig einen wertvollen Beitrag zum Gelingen des Projekts leisten können. Die konkrete Umsetzung dieser Pläne ist für das Jahr 2024 vorgesehen, und wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Tim und seinem Team an der Realisierung zu arbeiten. Unser Engagement zeigt, dass wir trotz der Herausforderungen, die die Umstrukturierung mit sich gebracht hat, fest entschlossen sind, das Projekt voranzutreiben und die Partnerschaft zu festigen.

AUSBLICK

Wir zahlen durch die Unterstützung dieses Projekts auf den Aspekt des 11. Leitsatzes *Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."* ein. Das Projekt wird in 2024 umgesetzt und erhält automatisch das doppelte Stundenkontingent zur Verfügung. Damit sollen die beiden Jahre 2023 und 2024 (in Summe 96 Stunden) adressiert und umgesetzt werden.

Tim und sein Team haben zugesichert, die Projekte konkret zu benennen, bei denen der Rabatt aus unserem Einsatz verrechnet wurde, um gemeinsam eine Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten.

Aktuell stehen die Zeichen gut, dass wir, soweit weiter akzeptiert, auch über 2024 hinaus dem Projekt die Treue halten werden.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin / Ansprechpartner

Elmar Burke

Telefon: +49 (0) 151 24122005

E-Mail: elmar@dieprojektscheune.de

Impressum

Herausgegeben am 30.11.2024 von

die projektscheune |
Simply Create UG
Gutenbergstr. 90/1
70197 Stuttgart

Telefon: +49 (0)151 24122005

E-Mail: info@dieprojektscheunde.de

Internet: <https://dieprojektscheune.de>

