



WIN-Charta

Nachhaltigkeitsbericht

Berichtszeitraum: 1.4.2017 – 30.3.2018

Dull Entertainment GmbH
71120 Grafenau

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

Inhalt

1.	WIN-Charta Checkliste	3
2.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Schwerpunktthema 1: Ressourcen	5
	Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung	7
	Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken	8
3.	Weitere Aktivitäten	10
4.	Unser WIN!-Projekt	14
5.	Was wir nächstes Jahr erreichen möchten	16

1. WIN-Charta Checkliste

Dull Entertainment GmbH

Charta-Unterzeichner seit: 1.4.2017

a) Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen im Berichtszeitraum

	Schwerpunktsetzung	Maßnahmen ergriffen	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1		X		
Leitsatz 2		X		
Leitsatz 3		X		
Leitsatz 4	X	X	X	X
Leitsatz 5		X		
Leitsatz 6	X	X	X	
Leitsatz 7		X		
Leitsatz 8		X		
Leitsatz 9		X		
Leitsatz 10				
Leitsatz 11		X		
Leitsatz 12	X	X	X	X

b) Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Unterstütztes WIN!-Projekt: Plug-in-and-charge / Deutschland-Europa-Global

Schwerpunktbereich der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg:

- Energie und Klima
 Ressourcen
 Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität
 Integration

Art der Förderung:

- Finanziell
 Materiell
 Personell

Umfang der Förderung: 500 Arbeitsstunden

Projektpate: Günter Dull

2. Unsere Schwerpunktt Themen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- **Leitsatz 04: Ressourcen:** *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*
- **Leitsatz 06: Produktverantwortung:** *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*
- **Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken:** *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Alle Leitsätze der WIN-Charta sind seit dem Tag der Gründung Bestandteile unserer Firmenphilosophie. Diese drei Leitsätze haben wir deshalb ausgesucht, da wir diese bei unseren Projekten am stärksten beeinflussen können, egal, ob als externer Berater oder bei der Konzeption, Planung und Realisierung. Als Projektverantwortliche können wir auch Einfluss auf Lieferanten und Dienstleister nehmen, die Leitsätze einbringen und in die Leistungsbeschreibungen einarbeiten.

Schwerpunktthema 1: Ressourcen

Zielsetzung

Leitsatz 04: Ressourcen

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

Beschreibung der ergriffenen Maßnahmen

-
- Wir konnten 9 Events, Meetings und Incentives an Veranstaltungsorten und Zielen platzieren, die sich der Nachhaltigkeit verpflichtet haben oder zertifiziert sind
- Wir haben den Einsatz von LED bei der Lichttechnik auf fast 100% erhöht
- Wir haben Abfall vermeiden können
- Wir haben bei allen Projekten fast keine Dosen oder Einwegflaschen mehr benutzt
(Dies ist im Ausland, besonders im außereuropäischen Ausland nicht ganz so einfach, weil es oft die einzige Möglichkeit ist, sauberes Wasser zu bekommen)
- Wir haben mehr Fair-Trade-Produkte eingesetzt, vor allem Kaffee, Kakao, Schokoladen und Früchte
- Bio-Produkte und regionale Produkte wurden bevorzugt

Qualitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Im Rahmen unserer Möglichkeiten werden wir bei unseren Konzepten, bei der Planung und Umsetzung von Events, Meetings und Incentives so eng wie möglich und so frühzeitig wie möglich mit unseren Kunden zusammenarbeiten, um die Ressourcen bestmöglich zu nutzen

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Nachhaltige Destinationen

- 9 von 82 Projekten
- Ziel bis 2020: mindestens 20
- Im Vorjahr: 3

Indikator 2: LED-Lichttechnik

- 99%
- Zielsetzung bis 2020: 100%
- Im Vorjahr: 70%

Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung

Zielsetzung

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."

Beschreibung der ergriffenen Maßnahmen

- Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Konzeption und Planung
- Konkrete Überwachung der Nachhaltigkeit durch verantwortliche Mitarbeiter vor Ort

Qualitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Wir konnten bei einigen Kunden und Projekten die Nachhaltigkeitsaspekte einbringen. Da dies sehr große Projekte mit bis zu 2600 Gästen sind, diese einen langen Planungsvorlauf und erst dieses oder nächstes Jahr stattfinden, gibt es noch keine Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen.

Wir sind aber überzeugt, dass wir einiges bewirken konnten.

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Noch nicht.

Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken

Zielsetzung

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken:

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

Beschreibung der ergriffenen Maßnahmen

- Wir haben in unseren Konzepten versucht, Destinationen unter stärkeren thematischen und nachhaltigen Aspekten auszuwählen
- Wir haben alternative Destinationen zu den gewünschten Fernzielen angeboten
- Wir haben die Anreise mit der Bahn statt mit dem Flugzeug angeboten, geplant und abgewickelt
- Wir haben alternative Konzepte für Meetings und Kongresse in attraktive Nachbarstädte statt in überlaufenen und ökologisch überlasteten Touristenmetropolen angeboten

Qualitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Die Einbindung von nachhaltigen Gedanken in der Konzeption kommt bei den Kunden sehr gut an, scheitert aber oft noch an fehlendem Wissen über die nicht nachhaltige Situation an der gewünschten Destination, am Budget oder am Festhalten der eigenen Wünsche.

Wir konnten durch entsprechende Planung und Berücksichtigung dieser Kriterien zwei Projekte aktiv positiv beeinflussen.

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Nachhaltige Destinationen

- Umsetzung unseres Konzepts für ein Meeting mit 180 Teilnehmern.
Wechsel der Destination von Istanbul nach Den Haag.
Anreise mit der Bahn, statt mit dem Flugzeug
- Umsetzung unseres Konzepts für ein Incentive mit 50 Teilnehmern.
Wechsel der Destination von USA nach Deutschland/Österreich
Anreise größtenteils mit Bus und Bahn

Indikator 2:

- Wir möchten möglichst viele Projekte in Sachen nachhaltige Destination positiv beeinflussen

3. Weitere Aktivitäten

Leitsatz 1: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Maßnahmen/ Aktivitäten:

- Wir möchten unseren über 30-jährigen Erfolg mit Kompetenz und Zuverlässigkeit sichern
- Wir möchten neue Arbeitsplätze schaffen
- Durch unsere Mitgliedschaft im Expertenring Region Stuttgart möchten wir mehr Unternehmen in Baden-Württemberg als Kunden gewinnen und damit die Reisezeiten unserer Mitarbeiter verkürzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Projekte mit Mitgliedern des Expertenrings
- Neue Kunden und Projekte in Baden-Württemberg

Leitsatz 2: Menschen und Arbeitnehmerrechte

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir werden uns wie bisher für gute und sichere Arbeitsplätze einsetzen
- Wir werden weiterhin dafür sorgen, dass bei den von uns beauftragten Dienstleistern und Lieferanten die Arbeitsbedingungen und Löhne den Anforderungen der WIN-Charta entsprechen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Dienstleister und Lieferanten werden durch unsere Vorgaben für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert

Leitsatz 3: Nachhaltige Innovation

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Mit unserem „Plug in and charge“-Projekt möchten wir die Elektromobilität fördern
- Durch reservierbare E-Ladeplätze möchten wir mehr Menschen dazu bewegen, auf E-Mobile umzusteigen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es dauert länger als erwartet, brachte uns aber auf neue Ideen und Lösungsansätze

Leitsatz 5: Anti-Korruption

Maßnahmen / Aktivitäten:

- In Sachen Anti-Korruption haben wir oft schon seit Jahren strenge Vorgaben unserer Kunden und werden uns weiterhin daran halten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Keine Korruption geplant oder bekannt

Leitsatz 7: Energie und Emissionen

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir werden unnötige Reisen vermeiden
- Wir werden ausschließlich LED- und Energiesparlampen verwenden
- Wir werden unsere Mitarbeiter dabei unterstützen, auch die Homeoffices entsprechend nachhaltig und ergonomisch einzurichten

Leitsatz 8: Produktverantwortung

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir möchten unsere Kunden dazu bewegen, die Nachhaltigkeitsaspekte frühzeitig zu berücksichtigen und uns als Projektverantwortliche rechtzeitig einzubinden, damit wir gemeinsam mit dem Kunden die entsprechenden Aktionen planen und sicherstellen können.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Kunden und Lieferanten werden offener für Nachhaltigkeitsaspekt, besonders, wenn diese sehr früh in der Konzeption und Planung berücksichtigt werden.

Leitsatz 9: Regionaler Mehrwert

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir werden versuchen, unsere internationalen Kunden dazu zu bewegen, ihre Meetings, Tagungen, Events, Kongresse, Produktpräsentationen, Messen und Incentives in Baden-Württemberg durchzuführen. Wir werden bei unseren Angeboten und Konzepten alternative Destinationen im Ländle anbieten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir konnten neue Kunden in Baden-Württemberg dazugewinnen

Leitsatz 10: Anspruchsgruppen

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir werden mit unseren Dienstleistern und Lieferanten fair und offen umgehen
- Wir werden weiterhin auf langfristige Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Lieferanten und Kunden setzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Keine Änderung

Leitsatz 12: Mitarbeiterwohlbefinden

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Wir werden weiterhin mit unseren Mitarbeitern, Dienstleistern und Lieferanten fair umgehen, unsere sehr gute Unternehmenskultur einbringen und die Aspekte der Ethik in allen Projektschritten berücksichtigen
- Wir werden die persönlichen Belange, das Wohlbefinden und die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter berücksichtigen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Keine Änderung

4. Unser WIN!-Projekt

Dieses Projekt unterstützen wir

Wir möchten die E-Mobilität fördern, indem wir Hotelketten dazu bewegen, reservierbar E-Ladeplätze anzubieten. Das Projekt ist neu. Die Idee ist von uns entwickelt worden.

Die Elektroautos werden in der Zukunft die Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor ablösen. Antriebstechnisch, wirtschaftlich und aus Umweltgründen gesehen, könnten bereits viel mehr Fahrzeuge auf den Straßen unterwegs sein. Laut Prognosen werden in den nächsten 10 Jahren 15 bis 20% aller neu zugelassenen Fahrzeuge Elektroautos sein. Die potentiellen Käufer und Nutzer befürchten jedoch, mit leerem Akku stehenzubleiben oder keine erreichbare, bzw. freie Ladestation zu finden. Einerseits ist es das Reichweitenproblem, bedingt durch die Kapazität der Akkus, andererseits ist es die fehlende Möglichkeit, an vorher festzulegenden Stopps oder am Ziel das Fahrzeug aufzuladen. Die Möglichkeiten sind derzeit sehr gering, bzw. nicht vorhanden. Im Großraum Frankfurt gibt es zum Beispiel nur 56 Ladeplätze, in Frankfurt selbst nur 20. Keine einzige kann vorab verbindlich reserviert werden. Im Gegensatz dazu hat Norwegen bereits einen Anteil E-Autos von 32% und bietet eine umfangreiche Ladeinfrastruktur, z.B. an Straßenlaternen in den Innenstädten.

Die Tankstellen werden verschwinden. Als Ersatz muss es Ladestationen zu Hause und auf Parkplätzen in ausreichender Anzahl geben. Die beste Möglichkeit wären Business-Hotels. Für Geschäftsreisende mit Elektroautos wäre es sehr hilfreich, wenn am Zielhotel Parkplätze mit Lademöglichkeit für Elektroautos zur Verfügung stehen würden, die vorab reserviert werden könnten. Natürlich online oder per App.

Wir haben ein Konzept für eine Marketingaktion mit Roadshow mit dem Titel "Plug in and Charge Tour" entwickelt, um das Angebot entsprechend zu vermarkten und die Öffentlichkeit auf das Angebot aufmerksam zu machen. Bei der Marketingaktion könnte anhand der neu geschaffenen Ladestationen in den Hotels gezeigt werden, dass man ohne Bedenken durch ganz Deutschland fahren kann und in den Hotels sicher einen Platz findet, an dem man sein Elektroauto aufladen kann. Die Ladestationen würden in den öffentlichen Verzeichnissen und Apps erscheinen.

Art und Umfang der Unterstützung

Wir haben die Idee entwickelt und die gesamte Planung und Konzeption erarbeitet. Wir haben bis jetzt ca. 600 Arbeitsstunden investiert.

Wir haben 1300 eMails geschrieben, 500 Telefonate geführt und an 80 Besprechungen teilgenommen.

Projekt-Ergebnisse im Berichtszeitraum / Feedback lokaler Anspruchsgruppen

Bei der Recherche zeigten sich drei große Hotelketten und eine große Einzelhandelskette sehr interessiert. Wir konnten unsere Idee konkretisieren und Details planen. Leider konnten die Projekte aufgrund infrastruktureller Probleme nicht realisiert werden.

Aus der Problematik hat sich jedoch ein neuer Lösungsansatz für die Infrastruktur- und Ladeproblematik ergeben, die weltweit angewendet werden könnte. Da diese Idee neu und noch nicht geschützt ist, können wir an dieser Stelle nicht darauf eingehen. Wir suchen zurzeit mit Hilfe der Wirtschaftsförderung passende Partner und Investoren und hoffen, um ein Startup-Unternehmen zu gründen und im nächsten Jahr an gleicher Stelle positiv berichten zu können.

5. Ausblick & Zielaktualisierung

Künftige Schwerpunktsetzung und -ziele

Künftige Schwerpunkte

- **Leitsatz 04: Ressourcen:**

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

- **Leitsatz 06: Produktverantwortung:**

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

- **Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken:**

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

Die Ziele bleiben unverändert.