



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2023

DULL ENTERTAINMENT GMBH



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
Schwerpunktthema 1: Ressourcen	4
Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung	6
Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken	7
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>9</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	9
Umweltbelange	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	11
Regionaler Mehrwert	11
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>12</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>15</b>
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner	15
Impressum	15

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Firma Dull Entertainment ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und bietet die Konzeption, Planung und Realisierung von Events, Meetings und Incentives. Als IATA-zertifizierte Full-Service MICE-Agentur und der langjährigen Erfahrung aus über 3000 Projekten seit 1984 kreiert Dull Entertainment außergewöhnliche, innovative und nachhaltige Event- und Meetingkonzepte (Green Events und Green Meetings).

Dull Entertainment bietet hohe Professionalität, Kreativität, Objektivität und Diskretion. Mit über 3000 erfolgreich realisierten Projekten und langjähriger Erfahrung ist das Expertenteam weltweit tätig und schafft emotionale Plattformen, damit die Zielgruppe optimal angesprochen wird und das Thema, das Produkt oder die Dienstleistung in positiver Erinnerung bleibt. Dull Entertainment kreiert mit passenden Kommunikationskonzepten Marktplätze der Begegnung und ermöglicht echte Begegnungskommunikation, die Kommunikation von Menschen mit Menschen.

Der Geschäftsführer Günter Dull ist als Eventexperte Mitglied im Expertenring Region Stuttgart.

### 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, 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."*

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>.

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 1.4.2017

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

#### ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

#### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Förderung von Green Events und Meetings

##### Schwerpunktbereich:

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

##### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

Umfang der Förderung: 80 Arbeitsstunden

## 4. 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 Mitarbeitende 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.

## Schwerpunktt Thema 1: Ressourcen

### ZIELSETZUNG

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

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben im Jahr 2023 insgesamt 211 Meetings, Incentives und Events durchgeführt. Rund 85% davon konnten wir in zertifizierten Locations platzieren
- Wir konnten den Einsatz von LED-Lichttechnik auf fast 100% erhöhen
- Wir haben den Anteil an regionalen Produkten erhöht
- Wir haben den Anteil von Fair-Trade-Produkten erhöht
- Wir konnten bei 100% aller Veranstaltungen auf Dosen, Einweggeschirr oder Einwegflaschen verzichten, was besonders im außereuropäischen Ausland nicht einfach ist
- So haben wir zum Beispiel bei einem Sommerfest mit 600 Gästen auf den vom Kunden geplanten Einsatz von Einweggeschirr verzichtet und 5220 Teile Einweggeschirr, Becher und Besteck eingespart

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten bei erheblich mehr Veranstaltungen im Organisationsplan ein Nachhaltigkeitskonzept integrieren und einen Nachhaltigkeitsmanager einsetzen. Dadurch war es möglich, die Einhaltung der definierten Ziele und Maßnahmen zu überwachen und zu dokumentieren.

## INDIKATOREN

[Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen]

### **Indikator 1:** Nachhaltige Destinationen

- 179 von 211
- Ziel bis 2025: Mindestens 90%

### **Indikator 2:** LED-Lichttechnik

- 100%
- Zielsetzung bis 2024: 100% (auch im Ausland)

## AUSBLICK

Wir werden zukünftig besonders den Trend nach „Green Events“ und „Green Meetings“ bei der Planung und Durchführung mit allen unseren Mitteln unterstützen und verstärken. Wir haben uns vorgenommen, den Nachhaltigkeitsaspekt auch bei Events und Meetings noch stärker einzubringen, bei denen wir nicht hauptverantwortlich tätig sind. Wir können am stärksten auf die Nachhaltigkeitsaspekte einwirken, wenn wir mit der Gesamtorganisation beauftragt sind und im Organisationsplan ein Nachhaltigkeitskonzept integrieren können.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung

### ZIELSETZUNG

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

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Konzeption und Planung
- Einbindung eines Nachhaltigkeitskonzepts in den Organisationsplan
- Beauftragung, bzw. Einsatz eines Nachhaltigkeitsmanagers vor Ort

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten bei mehreren Kunden und Projekten die Nachhaltigkeitsaspekte einbringen und Green-Events und Green-Meetings realisieren. Da der größte Teil der CO<sup>2</sup>-Emissionen durch die Anreise der Teilnehmer erzeugt wird, haben wir verstärkt Veranstaltungsorte ausgesucht, bei denen die Gäste kürzere Anreisen haben und möglichst mit der Bahn anreisen können.

### INDIKATOREN

#### **Indikator 1:** Anreise

- Verzicht auf Landstrecken- und Mittelstreckenflüge
- Ziel bis 2024: 90%

#### **Indikator 2:** Green Locations

- Auswahl von grün zertifizierten Locations
- Ziel bis: 2024: 100%

#### **Indikator 3:** Nachhaltig arbeitende Lieferanten und Dienstleister

- Auswahl von grün zertifizierten Lieferanten und Dienstleistern
- Ziel bis: 2025: 100%

### AUSBLICK

Mit der entsprechenden Berücksichtigung der Indikatoren können wir bei der Planung und Realisierung von MICE-Projekten den Anteil der nachhaltigen Projekte erhöhen.



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Schwerpunktthema 3: Anreize zum Umdenken

### ZIELSETZUNG

*„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.“*

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben in unseren Konzepten versucht, Destinationen unter 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 attraktiven Nachbarstädten statt in überlaufenen und ökologisch überlasteten Touristenmetropolen angeboten

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit bei der Planung und Konzeption von MICE-Projekten ist nicht durchgängig vorhanden. Oft scheitern die Bestrebungen am Budget, an exotischen Reisezielen, an Luxus-Gedanken oder an den eigenen Wünschen. Es gelingt uns aber immer öfter, unsere Auftraggeber mit entsprechenden Alternativvorschlägen davon zu überzeugen, eine nachhaltigere Variante zu wählen.

### INDIKATOREN

#### **Indikator 1:** Exotische Fernziele

- Wir konnten 7 große Veranstaltungen aufgrund unserer Alternativvorschläge verlegen und dadurch nicht nur die nachhaltigere Variante auswählen, sondern unserem Kunden auch noch viel Budget sparen
- Ziel bis 2024: Möglichst alle Veranstaltungen ohne exotisches Fernziel

#### **Indikator 2:** Austausch

- Laufender Austausch mit Nachhaltigkeitsexperten im In- und Ausland
- Beobachtung der Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit
- Vorträge bei Kunden zum Thema nachhaltige Veranstaltungen
- Wir haben bei einem Nachhaltigkeitsevent bei einer Hotelkette 90 Hoteldirektoren zum Thema Nachhaltigkeit geschult

### AUSBLICK

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte bei der Planung von MICE-Projekten wird auch in den nächsten Jahren eine wichtige Rolle spielen, da zu diesem Zeitpunkt am meisten bewirkt werden kann.

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Wir werden unsere Kunden dabei beraten, die richtigen Destinationen und Locations zu finden, bei denen möglichst nachhaltige Events realisierbar sind. Wir werden auch weiterhin versuchen, bei den zukünftigen Planungen unsere Kunden davon überzeugen, dass besonders bei Incentives Luxus und 5-Sterne-Niveau nicht auf Kosten der Umwelt gehen darf. Die Auswahl der Ziele ist dabei das wichtigste Kriterium, da die Reise die größte Auswirkung hat.

## 5. Weitere Aktivitäten

### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

#### **LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN**

Maßnahmen und 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 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN**

Maßnahmen und 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

#### **LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir möchten unseren über 40-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

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mit unserem Schulungsprogramm für Firmen und Hotels sensibilisieren wir die Teilnehmer auf das Thema Nachhaltigkeit und die wichtigsten Faktoren
- Wir setzen uns dafür ein, echte Änderungen für die Nachhaltigkeit vorzunehmen und nicht nur über Zertifikate den Anschein von Nachhaltigkeit zu erzeugen, ohne etwas zu ändern

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In Sachen Anti-Korruption arbeiten wir eng mit unseren Kunden an der Einhaltung
- Durch Rahmenverträge können wir diese Maßnahme langfristig festlegen
- Wir haben eine firmeninterne Compliance-Richtlinie und festgelegt Aktionen

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden weiterhin versuchen, unsere Gäste zu bewegen, ihre Meetings, Tagungen, Events, Kongresse, Produktpräsentationen, Messen und Incentives nicht in fernen Ländern, sondern in Deutschland und in Baden-Württemberg durchzuführen. Wir werden bei unseren Angeboten und Konzepten alternative Destinationen im Ländle anbieten

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Siehe Schwerpunktthema

## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

#### **COACHING TO THINK GREEN - Schulungsprogramm zur Sensibilisierung bei Nachhaltigkeitsthemen**

**Titel:** Nachhaltigkeit leben und gestalten: Bewusstsein und Handeln für eine nachhaltige Zukunft

**Programmdauer:** 2-3 Tage (mit follow-up Modulen online)

**Zielgruppe:** Mitarbeitende aller Unternehmensbereiche, Führungskräfte und alle Interessierten, die das Thema Nachhaltigkeit vertiefen möchten

#### **Ziel des Programms:**

Das Schulungsprogramm hat das Ziel, Bewusstsein für nachhaltiges Handeln im Arbeitsalltag zu schaffen, ein tieferes Verständnis für ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu fördern und konkrete Handlungskompetenzen zu vermitteln. Die Teilnehmer sollen erlernen, wie Nachhaltigkeit im eigenen Verantwortungsbereich praktisch umgesetzt und gefördert werden kann. Gleichzeitig wird ein Raum für den Austausch über Chancen, Herausforderungen und innovative Ansätze geschaffen.

---

#### **Programmstruktur:**

##### **1. Einführung in Nachhaltigkeit**

- *Themen:* Was bedeutet Nachhaltigkeit? Die drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Ökologie und Soziales) und ihre Wechselwirkungen.
- *Ziel:* Grundlegende Konzepte von Nachhaltigkeit und deren Relevanz für Unternehmen und Gesellschaft verstehen.

##### **2. Ökologische Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag**

- *Themen:* Energie- und Ressourceneffizienz, Abfallvermeidung, nachhaltiger Einkauf und Mobilität.
- *Workshop:* Entwicklung eines „Green Office“-Konzepts und Ideen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks im Unternehmen.
- *Ziel:* Praktische Tipps und Maßnahmen kennenlernen, um die Umweltfreundlichkeit am Arbeitsplatz zu erhöhen.

##### **3. Soziale und ökonomische Aspekte von Nachhaltigkeit**

- *Themen:* Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, soziale Gerechtigkeit, ethische Lieferketten und langfristiges Wirtschaften.

# UNSER WIN!-PROJEKT

- *Übung:* Simulation von Szenarien zur Förderung einer nachhaltigen Unternehmenskultur.
- *Ziel:* Sensibilisierung für soziale Verantwortung und Fairness im wirtschaftlichen Kontext.

## 4. Best Practices und innovative Ansätze

- *Themen:* Fallbeispiele aus erfolgreichen Unternehmen und Organisationen, die Nachhaltigkeit erfolgreich umgesetzt haben.
- *Ziel:* Inspiration durch bewährte Konzepte und innovative Methoden erhalten und auf das eigene Umfeld übertragen.

## 5. Eigenes Nachhaltigkeitsprojekt entwickeln

- *Aktivität:* Gruppenarbeit zur Entwicklung eines konkreten Nachhaltigkeitsprojekts für den eigenen Bereich im Unternehmen.
- *Ziel:* Erarbeitung eines umsetzbaren Projekts, das als Basis für langfristige nachhaltige Maßnahmen im Unternehmen dienen kann.

## 6. Reflexion und Abschluss

- *Themen:* Persönliches Fazit und Perspektiven für eine nachhaltige berufliche und private Praxis.
- *Ziel:* Die Teilnehmer sollen motiviert und ausgestattet mit praktischen Tools und Ideen aus der Schulung gehen.

---

**Nachbetreuung und Follow-up-Module:** Nach dem Präsenztraining wird eine Online-Plattform mit weiteren Modulen und Ressourcen bereitgestellt. In regelmäßigen Abständen werden Webinare angeboten, in denen neue Entwicklungen und weiterführende Themen (z.B. Kreislaufwirtschaft, Zero-Waste-Ansätze, nachhaltige Innovationen) behandelt werden. Dies ermöglicht eine kontinuierliche Weiterentwicklung und vertieft das Wissen und Bewusstsein für Nachhaltigkeit.

**Methoden:** Interaktive Workshops, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Praxisbeispiele, Reflexionsrunden

### **Ergebnis:**

Durch das Schulungsprogramm sollen die Teilnehmer in die Lage versetzt werden, Nachhaltigkeitsthemen aktiv und kompetent in ihrem Arbeitsumfeld anzugehen. Sie erhalten das notwendige Wissen und die Motivation, um als Nachhaltigkeitsbotschafter im Unternehmen zu wirken und so zur Entwicklung einer nachhaltigeren Arbeitskultur beizutragen.

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir führen laufend Gespräch und Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit bei unseren Kunden durch..

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten einige Kunden und Lieferanten schulen und die Nachhaltigkeit verbessern. Als Nachhaltigkeitsbeirat können wir gezielt und rechtzeitig mitwirken.

Unser größtes Projekt war die Schulung von 90 Hoteldirektoren in einer Hotelkette.

## AUSBLICK

Wir bleiben dran.



## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin / Ansprechpartner**

Günter Dull

### **Impressum**

Herausgegeben am 14.11.2024 von



Dull Entertainment GmbH  
Fachagentur für Erlebnismarketing  
Events – Meetings – Incentives

Bettina-von-Arnim-Weg 23  
71120 Grafenau  
Telefon: 07033-460490  
E-Mail: [info@dull-entertainment.de](mailto:info@dull-entertainment.de)  
Internet: [www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)