



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex

DNK-Erklärung 2022

greenstorming GmbH

Leistungsindikatoren-Set

GRI SRS

Kontakt

greenstorming GmbH
Agentur für nachhaltiges
Veranstaltungsmanagement

Cornelia Wiemeyer

Pufendorfstraße 11
10249 Berlin
Deutschland

030 24632860
030 246328629
info@greenstorming.de



Leistungsindikatoren-Set

Die Erklärung wurde nach folgenden GRI SRS
Berichtsstandards verfasst:

Inhaltsübersicht

Allgemeines

Allgemeine Informationen

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Strategie

1. Strategische Analyse und Maßnahmen
2. Wesentlichkeit
3. Ziele
4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Prozessmanagement

5. Verantwortung
6. Regeln und Prozesse
7. Kontrolle
Leistungsindikatoren (5-7)
8. Anreizsysteme
Leistungsindikatoren (8)
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen
Leistungsindikatoren (9)
10. Innovations- und Produktmanagement
Leistungsindikatoren (10)

KRITERIEN 11–20: NACHHALTIGKEITSASPEKTE

Umwelt

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen
12. Ressourcenmanagement
Leistungsindikatoren (11-12)
13. Klimarelevante Emissionen
Leistungsindikatoren (13)

Gesellschaft

14. Arbeitnehmerrechte
15. Chancengerechtigkeit
16. Qualifizierung
Leistungsindikatoren (14-16)
17. Menschenrechte
Leistungsindikatoren (17)
18. Gemeinwesen
Leistungsindikatoren (18)
19. Politische Einflussnahme
Leistungsindikatoren (19)
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
Leistungsindikatoren (20)

Stand: 2022, Quelle:

Unternehmensangaben. Die Haftung für die Angaben liegt beim berichtenden Unternehmen.

Die Angaben dienen nur der Information. Bitte beachten Sie auch den Haftungsausschluss unter www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzzerklaerung

Heruntergeladen von
www.nachhaltigkeitsrat.de

Allgemeines

Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

greenstorming hat sich im Jahr 2012 gegründet, um Veranstaltungen professionell hochwertig zu organisieren und gleichzeitig der Ressourcenverschwendung in der Veranstaltungsbranche entgegenzutreten. Unserem Team ist es ein Anliegen bei unseren Auftraggeber:innen und Partner:innen ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass nachhaltiges Veranstaltungsmanagement einerseits notwendig ist und andererseits mit einfachen Mitteln in die eigenen Prozesse und Entscheidungsstrukturen implementiert werden kann.

So konzipieren, organisieren und realisieren wir digitale, hybride und Präsenz-Veranstaltungen professionell und so nachhaltig wie möglich. Die Beratung zu nachhaltigem Veranstaltungsmanagement bieten wir auch an für Kund:innen, die ihre Veranstaltung selbst organisieren.

Ergänzende Anmerkungen:

Unsere mit allen Mitarbeiter:innen gemeinsam erarbeitete Unternehmensvision lautet: *„Wir sind der wegweisende Ansprechpartner für ein Veranstaltungsmanagement, das sich durch hohe Qualität und Professionalität auszeichnet und dabei gleichzeitig höchsten Ansprüchen einer nachhaltigen Umsetzung gerecht wird. Respekt im Umgang mit persönlichen und natürlichen Ressourcen ist auf diesem Weg unser höchstes Gut.“*

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

Unser Unternehmen hat die Nachhaltigkeit in der Unternehmens-DNA und verfügt seit Gründung über eine Nachhaltigkeitsstrategie, da diese Teil der Unternehmensstrategie ist.

Folgende zentralen Handlungsfelder haben wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie definiert und überprüfen diese regelmäßig vor dem Hintergrund der Herausforderungen für die Etablierung nachhaltiger Prozessstrukturen:

Beratung und Implementierung von nachhaltigem

Veranstaltungsmanagement nicht zuletzt unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeits- und Compliance-Aspekten bei der Auswahl sämtlicher Dienstleister

- konsequente Beratung unserer Auftraggeber:innen zu nachhaltigen Aspekten der Veranstaltungsorganisation
- Auswahl von nachhaltig agierenden Dienstleistern

Die **Zusammenarbeit mit unseren Auftraggeber:innen** erfolgt immer Compliance-konform sowie auf Basis der höchstmöglichen ethischen und sozialen Standards.

- greenstorming unterstützt keine „greenwashing“-Aktivitäten von Unternehmen
- Auftraggeber:innen werden hinsichtlich ihrer Compliance-Konformität geprüft
- greenstorming achtet darauf, soziale und ethische Standards einzuhalten

Weiterbildung und Förderung der Mitarbeiter:innen in einem

inspirierenden, positiven und gesunden Arbeitsumfeld

- Gestaltung eines sozialverträglichen Arbeitszeit- und Überstundenmodells
- gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Gestaltung eines durchweg positiven und gesunden Arbeitsumfeldes

Interne Prozesse werden immer vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit entwickelt und Entscheidungen werden auf der Basis der Ressourcenschonung getroffen.

- Alle bürorelevanten Prozesse werden vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit geprüft und das jeweils nachhaltigste Produkt wird bezogen.
- Alle Dienstreisen werden auf Sinnhaftigkeit geprüft, in aller Regel mit der Bahn unternommen und jährlich kompensiert.

Die **Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien, Vereinbarungen und Regeln** ist zentraler Bestandteil der Grundwerte unserer Agentur. Als Agentur haben wir uns dazu verpflichtet die Grundprinzipien der ILO (ILO Kernarbeitsnormen) sowie auch die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals - SDG) in unserer Geschäftstätigkeit zu verankern und sie im Tagesgeschäft allzeit zu berücksichtigen. Die Leitsätze einer gesellschaftlichen Ordnung wie Vertrags- und Gesetzestreue, Gleichbehandlung, Loyalität, partnerschaftliche Zusammenarbeit sind zentrale Bestandteile unserer Unternehmenskultur.

2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

Waldsterben, extreme Dürren, schmelzende Pole – diese Entwicklungen waren vor elf Jahren der Grund für unsere Unternehmensgründung – wir wollten etwas tun! Mit unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie sind wir angetreten, um etwas zu ändern und Lösungen zu erarbeiten sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig zu handeln und dies intern als Unternehmen und extern mit unserem Produkt: Beratung und Umsetzung von nachhaltigem Veranstaltungsmanagement.

Veranstaltungen sind ein sehr schnelllebiges Geschäft, welches Emotionen transportiert, gemeinsame Momente erlebbar macht und intensiven Austausch fördert. Diese Schnelllebigkeit ist häufig ein großes Risiko für nachhaltiges

Handeln in der Branche. Hinzu kommt, dass die meisten Veranstaltungen an knappe Budgets gebunden sind. Dies nehmen wir als Herausforderung an, um zu zeigen, dass Nachhaltigkeit keine Bürde ist, sondern mit der Schnelligkeit vereinbar ist.

Nachhaltigkeit ist unsere grundlegende Unternehmensphilosophie für alle internen und externen Prozesse und somit die verpflichtende Leitlinie für das gesamte Team. Unsere Unternehmensziele sind so ausgelegt, einen Beitrag dazu zu leisten, nachhaltig zu wirtschaften, sozial gerecht zu agieren, und Ressourcen einzusparen.

Innerhalb unserer Geschäftsbereiche (Beratung und Implementierung von nachhaltigem Veranstaltungsmanagement, Zusammenarbeit mit unseren Auftraggeber:innen, Weiterbildung und Förderung der Mitarbeiter:innen und Interne Prozesse) gibt es wesentliche Nachhaltigkeitsthemen durch die unsere Geschäftstätigkeit (Inside-Out-Perspektive) und welche auf unsere Geschäftstätigkeit (Outside-In-Perspektive) Auswirkungen haben. Im Folgenden stellen wir einige wichtige exemplarisch heraus:

Gesetzliche Regelungen (Outside-In)

Z.B. das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder die CSR-Berichtspflicht haben für uns die positive Auswirkung, dass sich unsere Auftraggeber:innen stärker mit nachhaltigen Themen auseinandersetzen und somit auch häufig ihr Veranstaltungsmanagement auf den Prüfstand heben. Hier stehen wir gerne bereit zu unterstützen. Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz betrifft auch uns als kleine Agentur. So prüfen wir die Hintergründe unserer Lieferanten und Partner:innen im Rahmen unserer Möglichkeit sorgfältig. Die Herausforderung ist es hier immer up-to-date zu bleiben und auch Gesetze zu beachten, die uns als kleines Unternehmen nicht direkt betreffen. Durch die Mitgliedschaft in Verbänden und eine gute Vernetzung, sind wir hier immer auf dem aktuellen Stand.

Umwelt intern und extern (Inside-Out-Perspektive) Durch unsere Geschäftstätigkeit verbrauchen wir Ressourcen und hinterlassen einen CO₂ Fußabdruck. Wir versuchen durch viele Maßnahmen (z.B. Dienstreisen nur mit dem Zug, Einsatz von Fahrradtaxen, Reparatur statt Neukauf) Ressourcen einzusparen und unsere CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten. Alles was nicht reduziert werden kann, wird in einem letzten (jährlichen) Schritt berechnet und kompensiert.

Gleichzeitig erreichen wir bei jeder unserer Veranstaltungen durch unseren nachhaltigen Ansatz gewisse Ressourcen-Einsparungen. Sei es durch die Beratung hin zu vegetarischem Catering oder die Buchung von Location und Hotel so nah beieinander, dass ein Transport nicht notwendig ist. Diese und viele weitere Maßnahmen führen dazu Emissionen und Ressourcen einzusparen und somit eine positive Wirkung zu erzielen. Hier sind wir immer auch

abhängig von dem was unser:e Kund:innen wollen.

Umwelt und Gesellschaft (Outside-In-Perspektive)

In den letzten Jahren hat das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln stark zugenommen. Dies liegt vor allem an der zunehmenden Brisanz des Klimawandels und dessen Folgen. Wir stehen bereit, um durch unser Produkt, noch mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen. Durch diese Entwicklungen hat unser Geschäft und unsere elfjährige Expertise in diesem Bereich an Relevanz gewonnen.

Mitarbeitende (Outside-In-Perspektive)

In letzter Zeit hat sich als großes Risiko der vorherrschende Fachkräftemangel dargestellt. Den gleichzeitig einhergehenden Wandel in der Arbeitswelt begreifen wir als große Chance. Remote Work, Fortbildungsangebote, regelmäßige Feedbackrunden und viele weitere attraktive Angebote bieten wir unseren Mitarbeitenden an und gewinnen somit auch neue. Dennoch bleibt es immer eine Herausforderung neue Mitarbeiter:innen zu gewinnen.

Mitarbeitende (Inside-Out-Perspektive)

Wie oben beschrieben haben wir viele Arbeitnehmer:innenangebote, die für unsere Mitarbeiter:innen beruflich wie privat einen Mehrwert bieten. Sei es, dass sie durch Schulungen zusätzliches Wissen erhalten, durch die Subventionierung des ÖPNV-Tickets eher zum öffentlichen Nahverkehr tendieren oder durch ein flexibles Arbeitsmodell Privat- und Berufsleben gut miteinander vereinbaren können. Unsere Mitarbeiter:innen sind unser wertvollstes Gut und hier achten wir genau auf ein hohes Maß an Zufriedenheit und Spaß.

Zusammenarbeit mit Partner:innen (Inside-Out-Perspektive)

Als Agentur müssen wir uns immer auf professionelle Partner:innen und deren Expertise im jeweiligen Fachbereich verlassen. Das Risiko ist hier natürlich, dass die professionelle Expertise und das Nachhaltigkeitsengagement des Dienstleisters nicht gleichermaßen unseren Ansprüchen genügt. Hier gehen wir immer wieder ins Gespräch, checken Nachhaltigkeitsengagements und orientieren uns ggf. um, wenn das Nachhaltigkeitsengagement des Dienstleisters auch langfristig nicht unseren Standards entspricht.

Auftraggeber:innen (Outside-In-Perspektive)

Herausforderungen für unsere Geschäftstätigkeit ist immer die wirtschaftliche Lage unserer Auftraggeber:innen, denn nur gesunde Unternehmen, die nachhaltig Wirtschaften, führen komplexe Veranstaltungen durch und sind dazu bereit auch den Extraschritt zu tun, um ihre Veranstaltungen nachhaltig auszurichten.

3. Ziele

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

Nachhaltigkeit ist für greenstorming der Unternehmensgrundsatz und wird nach innen wie nach außen gelebt. Dies spiegelt sich auch in den Nachhaltigkeitszielen unserer Agentur wider (Auszug untenstehend):

Ziel	SDG	Kontrolle	Zielart + Priorität	Zeitraumen
greenstorming verbessert die Zertifizierung nach SMB auf 85%	3, 4, 5, 8, 12	Ergebnis des SMB-Folge Audits	Quantitativ Hoch	Jan 23
Nachhaltigkeitsberichterstattung über den DNK	9,12	Veröffentlichung auf der DNK-Webseite im I. Quartal 2023	Quantitativ Hoch	I. Quartal 2023
greenstorming besitzt ein starkes soziales Engagement und unterstützt Vereine/Initiative mindestens einmal pro Jahr mit einer Spende und mindestens einmal pro Jahr mit einer Pro-Bono-Aktion	17	Prüfung Ende jeden Jahres ein Verein mit einer Spendenaktion und einer mit einer Pro-Bono-Aktion unterstützt wurde.	Quantitativ Mittel	Fortlaufend
greenstorming fördert eine laufende Weiterqualifizierung der Mitarbeitenden in allen unternehmensrelevanten Bereichen (mit und ohne Produktbezug).	4, 8	Jeder Mitarbeitende sollte pro Jahr mindestens 3 interne Fortbildungen und alle 2 Jahre eine externe Fortbildung wahrnehmen.	Quantitativ Hoch	Fortlaufend
greenstorming erfasst systematisch und standardisiert den jeweiligen ökologischen Fußabdruck jeder von uns durchgeführten Veranstaltung und stellt Informationen zu den eingesparten CO ₂ -Emissionen bereit.	8, 12, 13	Bis Ende 2023 liegt eine Prozessbeschreibung vor, wie wir dieses Vorhaben standardmäßig umsetzen. In 2024 erfolgt die Umsetzung.	Qualitativ Hoch	bis 2024
greenstorming steht finanziell auf soliden Beinen und ist resilient aufgestellt gegenüber Krisenszenarios.	8, 9	Regelmäßige Analyse und strukturiertes Risikomanagement	Qualitativ Hoch	Fortlaufend
greenstorming baut ein Stakeholder-Netzwerk aus mit Partner:innen, die sich im Rahmen einer potenziellen Zusammenarbeit dazu verpflichten, den Grundsätzen der Nachhaltigkeit sowohl in internen wie auch externen Prozesse zu entsprechen.	3, 8, 12, 17	Aktives Mitglied eines Netzwerkes (Netzwerk Eventforum) Ausbau einer Partner:innendatenbank mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit (Ziel bis Ende 2023 40 Einträge mit Nachhaltigkeitserklärung aufnehmen können)	Qualitativ Hoch Quantitativ Mittel	Fortlaufend

Die Geschäftsführung von greenstorming führt regelmäßig (zweimal pro Jahr) Zielerreichungs-Meetings durch. Hier wird festgehalten, welchen Fortschritt es hinsichtlich der einzelnen Ziele gibt, wo es stärkeren Handlungsbedarf gibt und welche Maßnahmen in Angriff genommen werden müssen. Die Ergebnisse

dieser Treffen werden schriftlich dokumentiert.

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

Unsere **Wertschöpfungskette besteht aus allen Bereichen der Eventplanung von der Auftragsklärung über die Vorbereitung, die Durchführung der Veranstaltung bis hin zur Nachbereitung.**

Wir legen in der **Beschaffung von jeglichen Materialien** sehr großen Wert auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien und bewegen uns damit deutlich über den im Agenturbereich üblichen Standards. Unsere Einkaufsrichtlinien machen hier klare Vorgaben und rücken Nachhaltigkeit als Entscheidungskriterium an eine zentrale Stelle. Dabei bevorzugen wir die Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten und solchen, die eine Minimierung oder - falls nicht anders möglich - ein einfaches Recycling der Verpackung anstreben.

Die Herausforderung ist es immer wieder, dass viele Veranstaltungsmaterialien nur für einen einmaligen Zweck produziert werden und dann direkt auf dem Müll landen. Wir versuchen durch verschiedene Aktionen (z.B. Upcycling von Bannern oder Weiterverwendung von Papier in Kitas und Schulen) diesen Materialien einen weiteren Zweck zu geben.

Bei der **Auswahl der Partner:innen** werden die individuellen Nachhaltigkeitsschwerpunkte in persönlichen Gesprächen sowie durch die den Angeboten zugrundeliegenden Leistungsbeschreibungen abgefragt. Seit 2022 werden die Nachhaltigkeitsschwerpunkte und die Compliance-Konformität durch einen systematisch aufgebauten Abfragebogen mit der bestätigten Kenntnisnahme und Unterzeichnung von unseren Partner:innen eingefordert. Die Herausforderung besteht hier immer wieder in der objektiven Bewertung von nachhaltigem Handeln. Nicht alle Unternehmen können (z.B. aufgrund ihrer Größe) eine Zertifizierung o.ä. für ihren Betrieb umsetzen. Hier versuchen wir durch das Gespräch mit den Partner:innen herauszufinden wie stark der eigene Nachhaltigkeitsanspruch tatsächlich ist und wie er sich im Unternehmen darstellt. Diese Erkenntnisse fließen in unsere Datenbank.

Als Agentur verkaufen wir eine Dienstleistung und somit die **Arbeitszeit unserer Mitarbeitenden**. Diese Ressource ist die wertvollste, die wir haben und wir gehen entsprechend sorgsam damit um. Die soziale Nachhaltigkeit steht für uns an vorderster Stelle. Überstundenausgleichsmodelle, Zeitaufschriebe sowie die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen zu

Arbeits- und Gesundheitsschutz sind uns hier zentrale Anliegen.
Die Herausforderung im Dienstleistungssektor besteht vor allem in der fairen und sozialen Behandlung unserer Mitarbeitenden vor dem Hintergrund gesetzlicher Regelungen aber auch darüber hinaus. Wir gehen dieses Problem konkret an, in dem wir einerseits unsere eigenen Mitarbeitenden fair behandeln und die Gespräche mit Auftraggeber:innen und Partner:innen zu diesem Thema suchen.

Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Die Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit ist direkt in der Geschäftsführung verankert. Die Geschäftsführerin ist gleichzeitig Nachhaltigkeitsbeauftragte und kann so von zentraler Stelle aus die Nachhaltigkeit aller relevanten Prozesse evaluieren und steuern.

6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

Es gibt in unserer Agentur für alle relevanten Bereiche operative Maßnahmen in Form von Leitfäden oder Prozessbeschreibungen, um den bereits in unserem Unternehmensgrundsatz verankerten Nachhaltigkeitsschwerpunkt im Alltagsgeschäft konkret umzusetzen. Diese werden regelmäßig auf ihre Sinnhaftigkeit und Praktikabilität im Projektgeschäft überprüft. Dies wird von der Nachhaltigkeitsbeauftragten gesteuert und verantwortet.

Hier eine Auswahl von wichtigen Prozessen, die für die nachhaltige Ausrichtung unseres operativen Geschäftes zentral sind:

- Prozessbeschreibungen für jedes einzelne Handlungsfeld des nachhaltigen Veranstaltungsmanagement
- Verbindliche Einkaufsrichtlinien mit nachhaltigem Schwerpunkt
- Verbindliche Reiserichtlinien mit nachhaltigem Schwerpunkt
- Umweltmanagement-System, welches durch den Umweltmanagement-Beauftragten regelmäßig aktualisiert wird
- Festgelegter Prozess für mehrmals pro Jahr stattfindende Schulungen unserer Mitarbeitenden zu Themen des nachhaltigen Veranstaltungsmanagement
- Verpflichtende Compliance-Richtlinien
- Datenschutzmanagement-System zur sicheren und gesetzeskonformen Beschaffung und Speicherung von Daten

7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

Bis dato haben wir eine Übersicht über alle projektbezogenen und auch intern verursachten Verbräuche erstellt und überprüfen diese jährlich auf Reduzierungsmöglichkeiten. Derzeit beruht diese Übersicht in Teilen auf Schätzwerten.

Für 2023 ist geplant, eine detaillierte Energiebilanz unserer Agenturverbräuche zu entwerfen, die systematisch alle Verbräuche dokumentiert und Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigt.

Da wir keine eigenen Locations oder Räumlichkeiten besitzen, weniger als 15 Mitarbeitende beschäftigen und seit Gründung unserer Agentur im Jahr 2012 auf eine nachhaltige Arbeitsweise setzen sind unsere internen Verbräuche sehr gering. Allerdings gibt es im Bereich der projektbezogenen Verbräuche immer Verbesserungsbedarf, den wir fortlaufend monitoren und Verbesserungen umsetzen.

Auch die verschiedenen Faktoren der sozialen Komponente (Anzahl der Krankentage, Anzahl der Fortbildungen, MA-Befragung zur Zufriedenheit, etc.) werden regelmäßig überprüft.

Alle Ergebnisse fließen in die Nachhaltigkeitsziele unserer Agentur ein.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator GRI SRS-102-16: Werte
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. eine Beschreibung der Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen der Organisation.

Die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien, Vereinbarungen und Regeln ist zentraler Bestandteil der Grundwerte unserer Agentur. Hierauf beruht unsere Glaubwürdigkeit. Daher fördern wir eine auf Compliance ausgerichtete Kultur unter unseren Dienstleistern und Mitarbeiter:innen. Regelverstöße werden durch vorbeugende Maßnahmen weitgehend vermieden oder bei deren

Auftreten aufgeklärt.

Die Leitsätze einer gesellschaftlichen Ordnung wie Vertrags- und Gesetzestreue, Gleichbehandlung, Loyalität, partnerschaftliche Zusammenarbeit und das Verbot sexueller Belästigung sind zentrale Bestandteile unserer Unternehmenskultur. Dieses integre Verhalten in der täglichen Arbeit ist uns ein zentrales Anliegen, hierzu gehört auch der professionelle Umgang mit möglichen Interessenskonflikten. Alle Mitarbeiter:innen sind durch eine entsprechende Anlage zum Vertrag an die Compliance-Richtlinien unserer Agentur gebunden und verpflichtet, bei möglichen Interessenskonflikten den Compliance-Verantwortlichen einzubeziehen.

Unsere mit dem Team erarbeiteten Unternehmensprinzipien lauten wie folgt:

1. Wir geben aufeinander acht und unterstützen uns gegenseitig.
2. Wir richten alle Entscheidungsprozesse an den Prinzipien der Nachhaltigkeit aus.
3. Ein zufriedeneres Team ist uns wichtiger als höhere Gewinne.

8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/ Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

Unsere Unternehmens- und Nachhaltigkeitsziele verfolgen wir gemeinsam mit allen Mitarbeitenden und der Geschäftsführung. Ein konkretes Anreizsystem für das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen gibt es nicht. Nachhaltigkeit ist jedoch ein so elementarer Bestandteil unserer Strategie und unseres unternehmerischen Tuns, dass der Erfolg des Unternehmens abgesehen von der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und zufriedenen Mitarbeiter:innen zu gleichen Teilen auch von dem Erreichen der Nachhaltigkeitsziele abhängt.

Eine faire Entlohnung der Mitarbeitenden ist für uns sehr wichtig. Ein transparentes und offenes Entlohnungssystem wurde gemeinsam mit allen Mitarbeitenden 2021 entwickelt und eingeführt. Der Kriterienkatalog zur Einordnung der Gehälter für alle Mitarbeitenden beinhaltet auch Nachhaltigkeitsindikatoren, die gemeinsam zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden einmal pro Jahr besprochen werden.

Darüber hinaus unterstützt unsere Agentur das gesellschaftliche Engagement unserer Mitarbeitenden, indem sie Pro-Bono-Projekte vorschlagen können, die wir dann mit unserer Agentur-Expertise unterstützen. Diese Arbeit kann während der regulären Arbeitszeit erfolgen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 8

Leistungsindikator GRI SRS-102-35: Vergütungspolitik
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und Führungskräfte, aufgeschlüsselt nach folgenden Vergütungsarten:
 - i.** Grundgehalt und variable Vergütung, einschließlich leistungsbasierter Vergütung, aktienbasierter Vergütung, Boni und aufgeschoben oder bedingt zugeteilter Aktien;
 - ii.** Anstellungsprämien oder Zahlungen als Einstellungsanreiz;
 - iii.** Abfindungen;
 - iv.** Rückforderungen;
 - v.** Altersversorgungsleistungen, einschließlich der Unterscheidung zwischen Vorsorgeplänen und Beitragssätzen für das höchste Kontrollorgan, Führungskräfte und alle sonstigen Angestellten.

- b.** wie Leistungskriterien der Vergütungspolitik in Beziehung zu den Zielen des höchsten Kontrollorgans und der Führungskräfte für ökonomische, ökologische und soziale Themen stehen.

Seit 2021 gibt es in unserer Agentur ein gemeinsam mit dem gesamten Team ausgearbeitetes -Gehaltsmodell. Eine faire Entlohnung der Mitarbeitenden ist für uns sehr wichtig. Das neue Gehaltsmodell ist in zwei Ebenen aufgebaut: Ebene 1 sind die Gehaltsbänder (Senior Event Manager, Event Manager und Junior Event Manager). Die Einordnung der Mitarbeiter:innen erfolgt durch ein gemeinsam mit allen Mitarbeiter:innen erarbeitetes Indikatorenset für die jeweiligen Gehaltsbänder. Ebene 2 ist ein Anreizsystem, das sich über drei mögliche Zuschläge zum Basisgehalt definiert. Diese Zuschläge werden übernommen, wenn ein:e Mitarbeiter:in besondere Verantwortungsbereiche in unserer Agentur übernimmt (z.B. Datenschutzbeauftragte). Die Höhe der Zuschläge hängt von der Relevanz des Verantwortungsbereiches ab. Darüber hinaus gibt es noch eine Gewinnbeteiligung der Mitarbeitenden in erfolgreichen Geschäftsjahren. Die Einordnung in das Gehaltsmodell erfolgt jedes Jahr in einem Gespräch zwischen Mitarbeiter:in und Geschäftsführung.

Ein konkretes Anreizsystem für das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen für die Geschäftsführung gibt es nicht. Jedoch ist die Verfolgung der Unternehmens-

und Nachhaltigkeitsziele essenziell für die qualitative Unternehmensführung. Die Geschäftsführenden, die auch jeweils Gründer:innen der Agentur sind, haben ein grundlegendes Interesse die nachhaltige Unternehmens-DNA auszubauen.

Unsere Agentur vergibt bis dato keine Anstellungsprämien. Eine Altersvorsorgeleistung ist in Planung.

Leistungsindikator GRI SRS-102-38: Verhältnis der Jahresgesamtvergütung
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Verhältnis der Jahresgesamtvergütung der am höchsten bezahlten Person der Organisation in jedem einzelnen Land mit einer wichtigen Betriebsstätte zum Median der Jahresgesamtvergütung für alle Angestellten (mit Ausnahme der am höchsten bezahlten Person) im gleichen Land.

2,1:1

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

Die Beteiligung von bestimmten Anspruchsgruppen ist ein zentraler Bestandteil unseres Agenturlebens. Bei den Stakeholdern handelt es sich um interne oder externe Personengruppen, die direkt oder indirekt von den Tätigkeiten unserer Agentur betroffen sind. Stakeholder-Gruppen können Ansprüche und Erwartungen an unser Agenturgeschäft haben und haben daher auch Einfluss auf das Unternehmen.

Um unsere Stakeholder für uns zu definieren, sind wir wie im Rahmen einer **Stakeholderanalyse** wie folgt vorgegangen: In einem ersten Schritt haben wir alle relevanten Stakeholder gesammelt und diese in einem Folgeschritt nach Gruppen geclustert. Demfolgend haben wir für jede "Gruppe" eine Analyse durchgeführt, und eine Art "Steckbrief" erstellt, um herauszufinden, welches Interesse diese Gruppe an unserer Agentur hat. Mit diesen Informationen haben wir dann im letzten Schritt diese "Gruppen" anhand der Faktoren "strategische Bedeutung für unsere Agentur" und "Einfluss auf unser

Unternehmen" gewertet. Diese Stakeholderanalyse ist die Basis der folgenden Definition:

Gesellschafter:innen: Erwartungshaltung, dass unsere Agentur wirtschaftlich erfolgreich arbeitet und dabei die grundsätzliche nachhaltige Ausrichtung immer zentral im Blick behält.

Art des Dialogs: mehrmals jährliche Versammlungen mit Berichten von der Geschäftsführung. Dokumentation über Protokolle. Erkenntnisse werden von der Geschäftsführung gesichert und nach Notwendigkeit in Prozesse übertragen.

Mitarbeitende: Unterstützung unserer nachhaltigen Ausrichtung. Sicherstellung, dass ökologische und soziale Aspekte (wie Arbeitsbedingungen), bei gleichzeitiger Berücksichtigung unseres ökonomischen Erfolges, wichtige Faktoren für greenstorming sind.

Art des Dialogs: Mitarbeitendengespräche (2x/Jahr). Dokumentation über Protokolle, Ergebnisse werden im folgenden Gespräch thematisiert. Wöchentliche Jour Fixe zu Projekt- und Agenturthemen für alle; Task Force-Mitarbeit. Quartalsweise Treffen der Mitarbeitenden mit dem Qualitätsmanagement.

Auftraggeber:innen: Anerkennung unserer Ausrichtung als Qualitätsmerkmal für Professionalität und Nachhaltigkeit.

Art des Dialogs: Konstanter Dialog in Form von Akquise, Beratung und Projektevaluierung. Die Erkenntnisse werden in regelmäßigen Treffen zwischen Qualitätsmanagement und Projektverantwortlichen gesichert und als lessons learnt wieder direkt ins Tagesgeschäft überführt.

Vertreter:innen der MICE-Branche: Konstruktive Anregungen und Erkenntnis über unterschiedliche Entwicklungen in der Branche sowie Neuerungen.

Art des Dialogs: Aktive Mitarbeit in Netzwerken und Verbandsarbeit. Mehrere Treffen pro Jahr mit der Möglichkeit zum Austausch mit Kolleg:innenaus der MICE-Branche. Wichtige Erkenntnisse werden in den Geschäftsführungs-Jour Fixe oder in den Jour Fixe mit den Mitarbeitenden berichtet.

Der Staat und die Gesellschaft: Erwartung eines rechtskonformen Verhaltens. Zahlen von Steuern und Sozialleistungen. Übernahme von unternehmerischer Gesellschaftsverantwortung (CSR).

Art des Dialogs: Schriftverkehr mit Ämtern. Teilnahme an Informationsveranstaltungen der IHK u.ä. und berichtet hierüber innerhalb des Agentur-Teams.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 9

Leistungsindikator GRI SRS-102-44: Wichtige Themen und Anliegen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. wichtige, im Rahmen der Einbindung der Stakeholder geäußerte Themen und Anliegen, unter anderem:

i. wie die Organisation auf diese wichtigen Themen und Anliegen – auch über ihre Berichterstattung – reagiert hat;

ii. die Stakeholder-Gruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen im Einzelnen geäußert haben.

Eine sehr wichtige Stakeholder-Gruppe für unsere Agentur sind die **Gesellschafter:innen**. In den mehrmals im Jahr stattfindenden Gesellschafter:innen-Treffen berichtet die Geschäftsführung zuerst über die Ergebnisse (Unternehmensbilanz, Kund:innenzufriedenheit, Mitarbeitendenzufriedenheit, etc.). Themen der Sitzungen sind die wirtschaftlichen Kennzahlen, die allgemeine Ausrichtung der Agentur sowie der nachhaltige Schwerpunkt. Die Gesellschafter:innen geben Hinweise zur Ausrichtung und welche Schwerpunkte weiter verstärkt oder neu aufgenommen werden sollen. Dies wird dokumentiert und von der Geschäftsführung in das Tagesgeschäft übernommen.

Eine weitere sehr wichtige Stakeholder-Gruppe sind unsere **Mitarbeitenden**. In den zweimal pro Jahr stattfindenden Mitarbeitergesprächen, die genau protokolliert werden, werden Jahresziele vereinbart, Unzufriedenheiten angesprochen, Fortbildungen abgesprochen und auch Ideen für die Weiterentwicklung unserer Agentur aufgenommen. Die Gespräche finden immer zwischen der Geschäftsführerin und den Mitarbeitenden statt. Jedem Gespräch liegt eine Agenda sowie das Protokoll des vergangenen Gesprächs zugrunde, um sicherzugehen, dass die abgesprochenen Punkte aus dem vorherigen Gespräch seitens des/der Mitarbeiter:in und auch der Geschäftsführung angegangen wurden.

Konkrete Themen der Gespräche sind u.a. vereinbarte Fortbildungen, Hinweise der Mitarbeiter:innen zur nachhaltigen Ausrichtung der Agentur, Anregungen das positive Arbeitsklima durch weitere Maßnahmen zu stärken oder auch die eigene persönliche Entwicklung.

Ebenso sind die **Auftraggeber:innen** eine wichtige Stakeholder-Gruppe: Nach jeder durchgeführten Veranstaltung oder beendetem Projekt wird auf Basis eines Feedback-Leitfadens das Gespräch zwischen den Kund:innen und der Projektleitung gesucht. Die konsultierenden Gesprächsergebnisse werden

in den quartalsmäßigen Treffen zwischen Qualitätsmanagement und Team vorgestellt, um Maßnahmen zu diskutieren und lessons learnt ins Projektgeschäft zurück zu tragen.

Themen dieser Treffen sind u.a. die Evaluierung der stattgefundenen Maßnahmen zum nachhaltigen Veranstaltungsmanagement, Bewertung unserer dargebrachten Leistung sowie die Qualität der Kommunikation zwischen Projektleitung und Auftraggeber:in.

Eine weitere wichtige Stakeholdergruppe für unsere Agentur sind andere **Vertreter:innen der MICE-Branche**. Hier findet in Netzwerk- oder Verbandstreffen ein Austausch auf Augenhöhe statt. Es werden Erfahrungen darüber ausgetauscht, wie derzeit die Kundennachfrage nach Veranstaltungen allgemein aber auch konkret nach nachhaltigen Veranstaltungen ist. Der vorherrschende Fachkräftemangel ist immer wieder ein wichtiges Austauschthema. Hier werden gegenseitig Tipps gegeben über welche Plattformen man neue Mitarbeiter:innen am besten erreichen kann. Zu Corona-Zeiten kamen noch rechtliche Themen hinzu wie z.B. ein enger Austausch über das Modell der Kurzarbeit, welches bis zu dem Zeitpunkt der Veranstaltungsbranche noch komplett fremd war.

Der Austausch über diese und viele weitere Themen ist zentral für die Entwicklung unserer Agentur.

10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

Unser gesamtes Unternehmenskonzept ist auf das Prinzip der Nachhaltigkeit ausgerichtet. Wir legen in allen Bereichen sehr viel Wert darauf, dass dieses Konzept nach innen gelebt und nach außen getragen wird. Dabei gehören innovative Lösungen zum Tagesgeschäft.

Viele der innovativen Ideen für unsere Agentur, kommen von unseren Mitarbeitenden. In den zweimal jährlich stattfindenden Mitarbeiter:innengespräche sowie den regelmäßigen Team-Jour-Fixe werden Ideen benannt und je nach Relevanz von Arbeitsgruppen umgesetzt. Ein Beispiel für solch eine Innovation war der Wunsch eines Mitarbeitenden neue plastikfreie Namensschilder anzubieten. In einer Arbeitsgruppe wurde hierzu recherchiert und verschiedene Lösungen erarbeitet. Das innovative Produkt,

das inzwischen bei vielen Veranstaltungen großen Anklang unter den Teilnehmenden findet, sind plastikfreie und nachhaltig produzierte Kork-Lanyards, die Namenskärtchen aus verstärktem Papier halten.

In unserem Projektgeschäft geht es ständig darum alternative und meist innovative nachhaltige Lösungen zu finden, um den Kund:innenwunsch zu entsprechen, aber gleichzeitig keine Ressourcen zu verschwenden. So haben wir inzwischen in den von uns definierten zehn Handlungsfeldern (z.B. Location, Catering, Reiselogistik) viele unterschiedliche Lösungsansätze gefunden, die wir in einem internen Wiki allen Mitarbeitenden zur Verfügung stellen, um ein aktives Wissensmanagement möglich zu machen.

Seit 2021 arbeiten wir daran unsere Angebotsstrukturen so aufzubereiten, dass wir standardmäßig den voraussichtlichen Carbon Footprint einer Veranstaltung für jede Anfrage bezogen auf unsere Leistungen mit versenden. Gleichzeitig möchten wir darauf aufmerksam machen, wie viele CO₂-Emissionen durch unsere Beteiligung voraussichtlich eingespart werden könnten. Die Fertigstellung dieses Zusatzes zu unseren Angeboten ist für 2023 geplant.

Seit Januar 2020 haben wir in unserem Unternehmen die Funktion des Qualitätsmanagements eingeführt. Eine Mitarbeiterin ist dafür verantwortlich, Innovationen und neue Produkte zu identifizieren und auf ihre nachhaltige Verwendung für unsere Zwecke zu überprüfen. Gleichzeitig überprüft sie alle etablierten Prozesse und unterwirft sie regelmäßigen Qualitäts-Checks.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator G4-FS11

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen.

**(Hinweis: der Indikator ist auch bei einer
Berichterstattung nach GRI SRS zu berichten)**

Die greenstorming GmbH hat keine weiteren Finanzanlagen. Unsere Konten liegen bei der GLS Bank, der ersten nachhaltigen Bank.

KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Das Geschäftsmodell von greenstorming sieht keinen Betrieb von eigenen Locations oder sonstigen Veranstaltungsstätten vor. Somit liegt unser Fokus der Ressourcenvermeidung einerseits auf unseren internen Prozessen – Büroabläufe, Einkauf, etc. – sowie den externen Prozessen – den von uns betreuten Veranstaltungen beziehungsweise den Beratungsleistungen für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement.

Leider liegen bisher noch keine detaillierten Zahlen über unsere Verbräuche (Energie, Wasser, Transport, Waren, etc.) vor, da wir vor unserem Umzug in 2022 keine Zahlen vermietetseitig zur Verfügung hatten. Seit Mitte 2022 können wir nun unsere Verbräuche berechnen. Für 2023/24 ist geplant eine detaillierte Energiebilanz unserer Agentur zu erstellen. Trotz der nicht genauen Kenntnisse der Zahlen, haben wir bereits einige Maßnahmen zur Reduzierung der Verbräuche in Angriff genommen:

Für alle im Büro stattfindenden Prozesse gibt es Leitfäden (bzw. Einkaufsrichtlinien), die dazu anleiten, die Nutzung von endlichen Ressourcen so weit wie möglich zu vermeiden bzw. zu reduzieren. Dies ist im Umweltmanagementkonzept unserer Agentur festgeschrieben. Da unser Geschäftsprinzip auf Nachhaltigkeit aufgebaut ist, sind seit Gründung alle ressourcennutzungsrelevanten Entscheidungen auf Basis nachhaltiger Faktoren getroffen worden. Hierzu zählen z.B.: der Strom im Büro wird bereits seit Gründung von Öko-Anbietern bezogen. Alle Glühbirnen im Büro wurden durch langlebige LEDs ersetzt, der Müll wird getrennt, usw.

Für die Transporte unserer Veranstaltungsmaterialien haben wir möglichst nachhaltige Kurierdienstleister beauftragt. So nutzen wir beispielsweise für

innerstädtische Kurierfahrten ausschließlich die Dienstleistung von Fahrradkurieren.

Wir subventionieren unseren Mitarbeiter:innen das BVG-Firmenticket für den öffentlichen Personennahverkehr in Berlin.

Alle innerdeutschen Dienstreisen werden mit der Bahn unternommen und zusätzlich einmal jährlich kompensiert. Flüge sind nur in Ausnahmefällen möglich und müssen durch die Geschäftsführung genehmigt werden (siehe hierzu auch die greenstorming Reiserichtlinie).

(Reisekilometer in 2021 (bedingt durch die Pandemie): 1.920 km;
Reisekilometer in 2022: 32.140 km)

Auch wenn wir selbst kein produzierendes Gewerbe sind, arbeiten wir jedoch mit vielen Gewerken in diesem Bereich zusammen. Soweit es uns möglich ist, versuchen wir hier Einfluss zu nehmen und den Nachhaltigkeitsgedanken weiterzutragen. Unsere Agentur verpflichtet sich dazu bei allen Neuanschaffungen die Recyclingquote stetig zu erhöhen.

12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

Weitestgehend die komplette Büroausstattung unserer Agentur besteht aus nachhaltigen Materialien – und dies bereits seit Gründung der Agentur. Während wir bei Gründung 2012 unser Büromobiliar gebraucht gekauft haben, haben wir uns erst 2019 bei unserem ersten Umzug für neue Büromöbel entschieden, die ausnahmslos aus nachhaltiger Produktion stammen. Die alten Möbel haben wir wiederum einer Bildungseinrichtung kostenlos zur Verfügung gestellt. Die verwendeten Holzarten sind allesamt von heimischen Bäumen, die aus Wiederaufforstungsgebieten stammen. Plastik wird im Büro generell vermieden, so nutzen wir z.B. ausschließlich Papiermappen oder Öko-Tesafilm. Ein Konzept zur Mülltrennung liegt vor und wird von allen Mitarbeiter:innen penibel eingehalten bzw. Fehlverhalten wird direkt angesprochen. Das papierarme Büro ist bei uns seit Gründung in 2012 Standard. Eine gemeinsam genutzte digitale Dokumentenplattform ermöglicht dies. Eine Papierablage ist nur in Form von uns zugesandten Papierdokumenten erforderlich.

Eine Herausforderung für den nachhaltigen Einkauf ist immer wieder das

richtige und auch nachhaltige Produkt zu finden. Z.B. versuchen wir unsere Transporttaschen für die Veranstaltungsmaterialien so nachhaltig wie möglich einzukaufen. Während es durchaus Lösungen aus Kunststoff, Plastik und ähnlich unnachhaltigen Materialien gibt, ist es für uns oftmals schwierig Lösungen zu finden, die unsere Ressourcen schonen. Unsere Einkaufsrichtlinien geben hier aber klar vor, dass wenn kein nachhaltiges Produkt gefunden werden kann, auch kein Einkauf stattfindet.

Darüber hinaus ist es geplant eine agenturweite Energiebilanz mit Einsparungszielen in 2023 zu erstellen. Schon jetzt kompensieren wir die geschätzten Emissionen unserer Bürotätigkeit sowie unserer Arbeitswege und Dienstreisen. Durch eine detaillierte Energiebilanz wollen wir diese Zahlen zukünftig ganz konkret berechnen und einen Plan für weitere Reduktionen aufstellen.

Risiken für eine möglichst umweltgerechte und ressourcensparende Geschäftstätigkeit ergeben sich immer wieder aus der Einmaligkeit unserer Veranstaltung und der somit recht kurzen Lebensdauer von genutzt Materialien. Wir haben im Laufe der Jahre viele Lösungen für das Wiederverwenden von Materialien erarbeitet. Trotz allem ist dies ein Punkt, der weiterhin mit Auftraggeber:innen thematisiert werden muss und es erfordert immer wieder neu nach Lösungen zu suchen.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator GRI SRS-301-1: Eingesetzte Materialien
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Gesamtgewicht oder -volumen der Materialien, die zur Herstellung und Verpackung der wichtigsten Produkte und Dienstleistungen der Organisation während des Berichtszeitraums verwendet wurden, nach:

- i.** eingesetzten nicht erneuerbaren Materialien;
- ii.** eingesetzten erneuerbaren Materialien.

- Wir stellen keine Produkte her.
- Das genaue Gesamtgewicht und -volumen unserer Büroverbräuche haben wir bisher nicht erfasst, dies ist aber für 2023 im Rahmen einer umfassenden agenturweiten Energiebilanz geplant.
- Wir drucken nur das Nötigste und nur auf Recyclingpapier.
- Unsere Reinigungsmaterialien sind biologisch und aus recycelten Verpackungen.

- Für unsere Konferenzen verwenden wir biologische und regionale Produkte.

Leistungsindikator GRI SRS-302-1: Energieverbrauch
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus nicht erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen, einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

b. Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen, einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

c. In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen den gesamten:

- i.** Stromverbrauch
- ii.** Heizenergieverbrauch
- iii.** Kühlenergieverbrauch
- iv.** Dampfverbrauch

d. In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen die/den gesamte(n):

- i.** verkauften Strom
- ii.** verkaufte Heizungsenergie
- iii.** verkaufte Kühlenergie
- iv.** verkauften Dampf

e. Gesamten Energieverbrauch innerhalb der Organisation in Joule oder deren Vielfachen.

f. Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

g. Quelle für die verwendeten Umrechnungsfaktoren.

- greenstorming besitzt keine eigenen Fahrzeuge.
- Unser Büroräumlichkeiten sind angemietet und befinden sich in einem Gebäude, welches selbst sehr stark nachhaltig ausgerichtet ist.
- Die Homeoffice-Rate beträgt bei uns mehr als 50 %.
- Auch hier sind genauere Zahlen im Rahmen der Energiebilanz geplant, die ab 2023 vorliegen sollte.

Leistungsindikator GRI SRS-302-4: Verringerung des
Energieverbrauchs

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen
offenlegen:

- a.** Umfang der Verringerung des Energieverbrauchs, die als direkte Folge von Initiativen zur Energieeinsparung und Energieeffizienz erreicht wurde, in Joule oder deren Vielfachen.
- b.** Die in die Verringerung einbezogenen Energiearten: Kraftstoff, elektrischer Strom, Heizung, Kühlung, Dampf oder alle.
- c.** Die Grundlage für die Berechnung der Verringerung des Energieverbrauchs wie Basisjahr oder Basis/Referenz, sowie die Gründe für diese Wahl.
- d.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Unsere gemieteten Räume liegen in einem Gebäude mit folgender Erklärung hierzu:

„Durch modernste Ausstattung und Umwelttechnik erreichen wir bereits jetzt unser Minimum an Energiebedarf. Da wir seit der Gründung Ökostrom beziehen, belaufen sich die energiebedingten Emissionen gegen 0. Daher haben wir uns dazu kein Ziel gesetzt, überprüfen dennoch jährlich den neusten Stand der Technik.“

Leistungsindikator GRI SRS-303-3: Wasserentnahme
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen
offenlegen:

a. Gesamte Wasserentnahme aus allen Bereichen in Megalitern
sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge nach den folgenden
Quellen (falls zutreffend):

- i.** Oberflächenwasser;
- ii.** Grundwasser;
- iii.** Meerwasser;
- iv.** produziertes Wasser;
- v.** Wasser von Dritten.

b. Gesamte Wasserentnahme in Megalitern aus allen Bereichen
mit Wasserstress sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge
nach den folgenden Quellen (falls zutreffend):

- i.** Oberflächenwasser;
- ii.** Grundwasser;
- iii.** Meerwasser;
- iv.** produziertes Wasser;
- v.** Wasser von Dritten sowie eine Aufschlüsselung des
Gesamt Volumens nach den in i-iv aufgeführten Entnahmekategorien.

c. Eine Aufschlüsselung der gesamten Wasserentnahme aus jeder
der in den Angaben 303-3-a und 303-3-b aufgeführten Quellen in
Megalitern nach den folgenden Kategorien:

- i.** Süßwasser (≤ 1000 mg/l Filtrattrockenrückstand (Total
Dissolved Solids (TDS)));
- ii.** anderes Wasser (> 1000 mg/l Filtrattrockenrückstand (TDS)).

d. Gegebenenfalls erforderlicher Kontext dazu, wie die Daten
zusammengestellt wurden, z. B. Standards, Methoden und
Annahmen.

Auch hier der Hinweis, dass wir selbst nur Mieter sind.
Eine differenzierte Energiebilanz ist für 2023 geplant.

Leistungsindikator GRI SRS-306-3 (2020): Angefallener Abfall
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen
offenlegen:

- a. Gesamtgewicht des anfallenden Abfalls in metrischen Tonnen sowie eine Aufschlüsselung dieser Summe nach Zusammensetzung des Abfalls.
- b. Kontextbezogene Informationen, die für das Verständnis der Daten und der Art, wie die Daten zusammengestellt wurden, erforderlich sind.

Auch hier der Hinweis, dass wir selbst nur Mieter sind.
Eine differenzierte Energiebilanz ist für 2023 geplant.

13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

Unser Büroalltag hat keinen signifikanten Einfluss auf Treibhausgas-Emissionen. Im Rahmen unseres Projektgeschäftes stehen wir größeren Herausforderungen gegenüber unserer Emissionen gegenüber. Wir haben für uns folgende Emissionsquellen identifiziert:

Emissionsquellen im Büroalltag

- Energieverbrauch (Wärme, Strom) im Büro
- Dienstreisen und Arbeitswege unserer Mitarbeitenden
- Transportwege unserer Lieferanten
- Papierverbrauch
- Müll

Alle relevanten Aspekte im Büroalltag haben wir bereits auf die nachhaltigsten Möglichkeiten eingestellt, unsere Reiserichtlinie regelt eindeutig, dass Dienstreisen mit der Bahn erfolgen sowie jährlich kompensiert werden. Die Erstellung einer detaillierten Energiebilanz zur langfristigen Reduzierung unserer Verbräuche ist für 2023/24 in Planung.

Emissionsquellen bei denen von uns betreuten Veranstaltungen

- Energieverbrauch (Wärme, Strom) bei den von uns betreuten Veranstaltungen

- Anfahrtswege der Teilnehmenden der von uns betreuten Veranstaltungen
- Transportwege der Dienstleister
- Papierverbrauch
- Müll

Wir sind uns bewusst, dass wir als Veranstaltungsagentur einen großen Einfluss auf die bei Veranstaltungen ausgestoßenen Emissionen haben. Da die Vermeidung von veranstaltungsrelevanten Emissionen allerdings der Ausschlag für die Gründung unserer Agentur war, sind alle internen wie externen Prozesse darauf ausgelegt, Veranstaltungen so ressourcenschonend wie möglich umzusetzen.

Alle nach Scope 1 und 2 entstandenen Emissionen kompensiert unsere Agentur jährlich.

Für 2023/24 ist geplant alle aus Scope 3 entstandenen Emissionen im Rahmen der agenturweiten Energiebilanz zu messen und Einsparungen vorzunehmen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator GRI SRS-305-1 (siehe GH-EN15): Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a. Bruttovolumen der direkten THG-Emissionen (Scope 1) in Tonnen CO₂-Äquivalent.

- b. In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO₂, CH₄, N₂O, FKW, PFKW, SF₆, NF₃ oder alle.

- c. Biogene CO₂-Emissionen in Tonnen CO₂-Äquivalent.

- d. Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
 - i. der Begründung für diese Wahl;
 - ii. der Emissionen im Basisjahr;
 - iii. des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.

- e. Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.

- f. Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob Equity-Share-Ansatz, finanzielle oder operative Kontrolle.

- g. Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Wir erfassen im Scope 1 die Arbeitswege unserer Mitarbeitenden. Transportwege werden zumeist innerhalb Berlins mit Fahrradkurieren oder E-Fahrzeugen abgewickelt. Überregional nutzen wir Kuriere. Hierfür haben wir insgesamt eine Pauschale miteinberechnet. Somit lagen wir 2021 bei ca.0,8 Tonnen CO₂, welche wir komplett kompensiert haben. Für 2022 wird die Zahl in 2023 berechnet und erneut kompensiert.

Leistungsindikator GRI SRS-305-2: Indirekte energiebezogenen THG-Emissionen (Scope 2)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Bruttovolumen der indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO₂-Äquivalent.

- b.** Gegebenenfalls das Bruttovolumen der marktbasieren indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO₂-Äquivalent.

- c.** Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO₂, CH₄, N₂O, FKW, PFKW, SF₆, NF₃ oder alle.

- d.** Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
 - i.** der Begründung für diese Wahl;
 - ii.** der Emissionen im Basisjahr;
 - iii.** des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.

- e.** Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.

- f.** Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob Equity-Share-Ansatz, finanzielle oder operative Kontrolle.

- g.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Wir erfassen im Scope 2 alle indirekt erzeugten Emissionen, die durch die Nutzung von eingekauftem Strom oder Wärme entstehen. Da wir keine eigenen Locations besitzen und unsere Gewerberäume angemieten, haben sich hierfür in 2021 weniger als 1 Tonne CO₂ Emissionen berechnen lassen. Diese mussten wir teilweise schätzen, da uns nicht alle Werte vorlagen. Für 2023/24 ist eine umfassendere und detailliertere Energiebilanz geplant.

Leistungsindikator GRI SRS-305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a. Bruttovolumen sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3) in Tonnen CO₂-Äquivalenten.
- b. Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO₂, CH₄, N₂O, FKW, PFKW, SF₆, NF₃ oder alle.
- c. Biogene CO₂-Emissionen in Tonnen CO₂-Äquivalent.
- d. Kategorien und Aktivitäten bezüglich sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3), die in die Berechnung einbezogen wurden.
- e. Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
 - i. der Begründung für diese Wahl;
 - ii. der Emissionen im Basisjahr;
 - iii. des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.
- f. Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.
- g. Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Alle anderen indirekten Emissionen, die durch die Aktivitäten unserer Agentur in ihrer Wertschöpfungskette entstehen fallen auf Scope 3. Demnach entstehen alle hierfür relevanten Emissionen vor allem in der Durchführung unserer Veranstaltungen und hier v.a. in der Anreise der Teilnehmenden zu einer Veranstaltung, aber auch in unserer Lieferkette.

Wir beraten unsere Auftraggeber:innen darin, die Teilnehmenden auf eine CO₂-arme Anreise hinzuweisen und diese auch teilweise zu organisieren (z.B. Nutzung des DB-Veranstaltungstickets, Shuttle-Transfer oder Velo-Taxen statt individuelle Transporte). Darüber hinaus achten wir darauf, dass unsere Partner:innen ebenso wie wir auf einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen achten. Dies überprüfen wir.

Leistungsindikator GRI SRS-305-5: Senkung der THG-Emissionen
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen
offenlegen:

- a.** Umfang der Senkung der THG-Emissionen, die direkte Folge von Initiativen zur Emissionssenkung ist, in Tonnen CO₂ Äquivalenten.
- b.** In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO₂, CH₄, N₂O, FKW, PFKW, SF₆, NF₃ oder alle.
- c.** Basisjahr oder Basis/Referenz, einschließlich der Begründung für diese Wahl.
- d.** Kategorien (Scopes), in denen die Senkung erfolgt ist; ob bei direkten (Scope 1), indirekten energiebedingten (Scope 2) und/oder sonstigen indirekten (Scope 3) THG-Emissionen.
- e.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Wir achten generell darauf, dass wir immer sehr ressourcensparend arbeiten. Unsere Einkaufsrichtlinien oder auch Reiserichtlinien geben dies unseren Mitarbeiter:innen vor. Darüberhinaus erheben wir die Werte für Scope 1 und 2 seit 2020 und bemühen uns hier regelmäßig um weitere Einsparungen.

Die Werte für Scope 3 werden wir in 2023/24 im Rahmen einer agenturweiteren Energiebilanz genauer erheben und von da an Potenziale zur Einsparung festlegen.

Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

greenstorming ist in Deutschland ansässig. Die von unserer Agentur betreuten Veranstaltungen finden vorrangig in Deutschland statt. Somit besteht unser Fokus auf der Einhaltung der deutschen Gesetzgebung.

Wie in unseren Compliance-Richtlinien beschrieben, denen sich alle Mitarbeiter:innen verpflichten, legen wir höchsten Wert auf eine Unternehmenskultur, die auf gegenseitigem Respekt, Wertschätzung und flachen Hierarchien beruht. Als Arbeitgeber achtet greenstorming darauf, Arbeitsbedingungen zu schaffen, denen die Einhaltung von Arbeitsstandards, das Schaffen fairer Arbeitsbedingungen und umfassende Gesundheits- und Arbeitsschutzmaßnahmen zugrunde liegen. Zahlreiche Angebote und Leistungen, die über gesetzliche Verpflichtungen hinausgehen und für unsere Mitarbeiter:innen ein positives Arbeitsklima schaffen sollen, sind für uns eine Investition in die Zukunft. Unsere Mitarbeiter:innen sind für uns das höchste Gut.

Als Agentur ist die Einbindung unserer Mitarbeiter:innen wesentlicher Bestandteil der (Weiter-)Entwicklung unseres Unternehmens. Unsere Mitarbeiter:innen sind in die strategische Unternehmensentwicklung involviert. Durch flache Hierarchien und kleine, agile Teams schaffen wir die Voraussetzungen, dass jede:r Einzelne sich beteiligen kann. Dies findet konkret in Mitarbeiter:innen- und Personalgesprächen, Teammeetings, Befragungen und Workshops statt.

Die Struktur unserer Agentur ist so aufgebaut, dass unsere Mitarbeiter:innen an der Weiterentwicklung unserer Agentur und somit auch an dem Ausbau des Nachhaltigkeitsengagements eng beteiligt sind. In verschiedenen Meetings (Jour Fixes, Qualitätsmanagement-Treffen, Nachhaltigkeitsschulungen, Mitarbeitendengespräch, etc.) werden die Mitarbeitenden immer dazu ermutigt, unsere nachhaltigen Strukturen zu diskutieren und ggf. auch aufzubrechen, um

sie zu verbessern. Dies erfolgt zumeist in Task Forces, die parallel zum Projektgeschäft arbeiten und deren Inhalte zumeist agenturrelevante Themen sind. Beispiele hierfür ist die Berechnung des Carbon Footprints unserer Veranstaltungen als Standard oder der Neukauf von nachhaltigen Transporttaschen für unsere Veranstaltungsmaterialien.

Unser Unternehmensleitbild entstand in Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeiter:innen und wird in Rücksprache mit ihnen weiterentwickelt, wenn neue Bedarfe dies notwendig machen. Unsere Mitarbeiter:innen sind das Fundament unserer Arbeit, so dass ihre Stimmen in der Vision der Agentur eine zentrale Rolle spielen. Nur mit einem motivierten Team können wir höchste Qualitätsstandards erreichen.

Wir halten alle arbeitsrechtlichen Vorgaben ein und liegen mit unseren Arbeitsbedingungen (z.B. Urlaubstage, Flexibilität, Home Office) über dem Branchendurchschnitt. Wir achten auf die Einhaltung von Arbeitsschutz- und -sicherheitsmaßnahmen (Prozesse zur Vermeidung von Überlastung, ergonomische Arbeitsplätze, Steharbeitsplätze, etc.), es gibt bei uns keine unbezahlten Überstunden und wir haben die Anzahl von freien Mitarbeiter:innen zugunsten von festangestellten Mitarbeiter:innen deutlich reduziert. Darüber hinaus praktizieren wir den Grundsatz, die Arbeitsverträge aller Mitarbeiter:innen nach einer angemessenen Prüfzeit der Zusammenarbeit zu entfristen, was nun schon für den Großteil aller Mitarbeiter:innen der Fall ist.

Eines der größten Risiken in unserer Agentur als Teil der Veranstaltungsbranche in Bezug auf unsere Mitarbeiter:innen ist eine ungewollte Überforderung - sowohl zeitlich als auch inhaltlich. Die variierenden Arbeitszeiten und das punktuelle hohe Aufkommen an workload sind ein Risiko für die Überlastung unserer Mitarbeitenden. Wir versuchen solche Überlastungsmomente frühzeitig zu erkennen und hier entgegenzusteuern. Dies erfolgt durch einen aktiven Dialog mit allen Mitarbeiter:innen und der Geschäftsführung. Insbesondere die wöchentlich stattfindenden Jour Fixe und eine digitale für alle einsehbare Kapazitätsplanung haben sich hier als sehr wertvolle Instrumente herausgestellt.

Konkrete Zielsetzungen:

- Alle Mitarbeitenden nehmen an jährlichen Schulungen zum Thema Arbeitnehmerrechte teil, um die eigenen Rechte zu kennen.
- Einbindung der Mitarbeitende in unternehmensrelevante Prozesse: Jede:r Mitarbeitende beteiligt sich mindestens an einer nicht projektbezogenen Task-Force-Mitarbeit. Die Themenauswahl trifft der Mitarbeitende selbst.
- Jeder Mitarbeitende sollte pro Jahr mindestens 3 interne Fortbildungen und alle 2 Jahre eine externe Fortbildung wahrnehmen.
- Jede:r Mitarbeitende hat die Möglichkeit der flexiblen Arbeitszeiten und des Remote Office

- Umsetzung und Anwendung eines fairen Gehaltsmodells, welches in 2021 mit den Mitarbeitenden beschlossen wurden
- alle zwei Jahre stattfindender Workshop mit allen Mitarbeitenden, um Unternehmensziele gemeinsam festzulegen und zu diskutieren.

15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

Gehaltsmodell bei greenstorming

Seit 2021 gibt es in unserer Agentur ein gemeinsam mit dem gesamten Team ausgearbeitetes Gehaltsmodell. Die Einordnung in das Gehaltsmodell erfolgt jedes Jahr zwischen Mitarbeiter:in und Geschäftsführung.

Nachdem bereits das Ziel in 2021 erreicht wurde ein mit allen Mitarbeitenden erarbeitetes Gehaltsmodell in unserer Agentur zu etablieren, ist es nun das nächste Ziel dieses Modell nach zweijähriger Einsatzphase anhand eines Mitarbeiter:innenworkshops in 2023 erneut zu überprüfen.

Chancengerechtigkeit und Vielfalt

Unsere Agentur setzt sich seit Gründung mit der sozialen Nachhaltigkeit auseinander, zu der auch die Betrachtung von Diversitätsthemen zählt. Uns ist es wichtig, ein Team zu bilden, das offen und tolerant gegenüber allen Mitmenschen ist. Wir legen viel Wert darauf, dass unsere Teamstruktur divers ist und innerhalb des Teams alle Mitarbeiter:innen gleichermaßen wertschätzend behandelt werden.

Das Ziel einer grundsätzlicher Bestandsaufnahme unserer Mitarbeitendenstruktur wurde in 2022 umgesetzt. Als Ergebnis wurde festgestellt, dass wir eine diverse Mitarbeitendenstruktur haben. Im Folgeschritt ist es nun notwendig die Mitarbeitendenstruktur weiterhin zu monitoren und ggf. Parameter festzulegen, falls die Struktur nicht unserem Unternehmensziel (ein diverses, offenes und tolerantes Unternehmen zu sein) entspricht. Dies wird in jährlichen Meetups zwischen Geschäftsführung und Diversity-Manager überprüft und neue Parameter festgelegt.

Arbeits- und Gesundheitsschutz

greenstorming verpflichtet sich in seiner Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie sowie in den Compliance-Richtlinien zur Gesetzestreue, wozu natürlich auch die in Deutschland geltenden Gesetze zum Arbeits- und Gesundheitsschutz aller Mitarbeiter:innen zählen.

Das Ziel Compliance-Richtlinien zu entwerfen und diese als Teil des Arbeitsvertrages von allen Mitarbeitenden unterschreiben zu lassen, haben wir in 2021 erreicht und hier auch gleich einen Compliance-Beauftragten ernannt. Folgeziel ist es nun jährliche Schulungen unserer Mitarbeitenden zu dem Thema zu machen sowie in jährlichen Treffen zwischen Compliance-Beauftragten und Geschäftsführung Vorfälle zu besprechen und Maßnahmen zu ergreifen.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Eine flexible und auf persönliche Bedürfnisse abgestimmte Arbeitsgestaltung wird allen Mitarbeiter:innen von greenstorming ermöglicht. Die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf und die individuelle Anpassung von Arbeitszeiten ist fester Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie unseres Unternehmens. Dieses Thema ist für unsere Agentur von zentraler Bedeutung nicht zuletzt dadurch, dass alle Gesellschafter:innen schon während der Gründungsphase des Unternehmens gleichzeitig jeweils Familien gegründet haben. Dies führte zu einem hohen Awareness-Faktor und dem unbedingten Willen die Arbeitsbedingungen so zu gestalten, dass es jeder oder jedem möglich ist ihr oder sein Privatleben und das Berufsleben flexibel miteinander vereinbaren zu können.

In Mitarbeitendengesprächen wird halbjährlich überprüft, ob sich an den persönlichen Bedürfnissen etwas verändert hat und ggf. Änderungen an der Arbeitsgestaltung (inhaltlich oder strukturell) vorgenommen werden müssen. Dies wird im Gespräch gemeinsam vereinbart.

16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

greenstorming legt großen Wert auf ein positives, bestärkendes und vertrauensvolles Arbeitsklima unter allen Mitarbeiter:innen und der Geschäftsführung – unabhängig von einzelnen Aufgaben- und Arbeitsbereichen. Dem zugrunde liegt auch die Überzeugung, dass nur motivierte und zufriedene Mitarbeiter:innen unsere Unternehmensvision, nachhaltiges Veranstaltungsmanagement stärker zu etablieren, umsetzen können. Maßnahmen und Konzepte zur Mitarbeiter:innenbindung und – motivation sind fester Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie unseres Unternehmens.

Ausbildungsbetrieb

Für 2020 war es erklärtes Ziel unserer Agentur Ausbildungsbetrieb zu werden. Durch die Pandemie hat sich die Einstellung ein wenig verzögert, so dass wir seit 2021 offizieller Ausbildungsbetrieb sind und auch seit dem unseren ersten Auszubildenden bei uns im Team begrüßen durften. Ziel für das Jahr 2023 ist es Praxispartner einer Universität für duale Studierende zu werden und eine duale Studentin in unser Team aufzunehmen. In diesem Zusammenhang ist es ein weiteres Ziel Netzwerke mit Partner:innen zu bilden, um unseren Auszubildenden möglichst diverse Eindrücke in die Veranstaltungsbranche zu geben.

Fort- und Weiterbildung

Mit diversen Fortbildungsangeboten stärkt greenstorming die Kompetenz seiner Mitarbeiter:innen. Fortbildungsangebote können einerseits für die individuell gewählten Wissensbereiche wahrgenommen werden, die fast jede oder jeder Mitarbeiter:in für sich gewählt hat (z.B. Datenschutz, Sicherheit, Diversity, Barrierefreiheit), sind aber auch für die individuelle Weiterbildung (z.B. Sprachkurse) möglich. Hier sind Freistellungen sowie finanzielle Zuschüsse möglich. Grundlage für die individuelle Bedarfsermittlung an Weiterbildungen ist das jährliche Mitarbeiter:innengespräch.

Ziel ist es, dass jede:r Mitarbeiter:in in jedem Jahr an mindestens drei internen Fortbildungen teilnimmt, je Spezifikation (z.B. Datenschutzbeauftragte, Compliance Officer, Diversity Managerin) eine interne Fortbildung gibt und alle zwei Jahre an einer externen Weiterbildung teilnimmt.

Als kleine Agentur stehen wir immer vor dem Risiko, dass wir Mitarbeiter:innen verlieren. Im Falle eines Verlassens unserer Agentur können so große Erfahrungslücken entstehen. Diesem versuchen wir einerseits durch starke Mitarbeiter:innenbindungsprogramme entgegenzuwirken, aber letztendlich auch durch ein strukturiertes und langfristig geplantes digitales Wissensmanagement.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator GRI SRS-403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Für alle Angestellten:

i. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;

ii. Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);

iii. Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;

iv. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;

v. Anzahl der gearbeiteten Stunden.

b. Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden:

i. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;

ii. Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);

iii. Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;

iv. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;

v. Anzahl der gearbeiteten Stunden.

Die Punkte c-g des Indikators SRS 403-9 können Sie entsprechend GRI entnehmen und an dieser Stelle freiwillig berichten.

Leistungsindikator GRI SRS-403-10: Arbeitsbedingte Erkrankungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Für alle Angestellten:

i. Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;

ii. Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;

iii. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen;

b. Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden:

i. Anzahl der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;

ii. Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;

iii. die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen.

Die Punkte c-e des Indikators SRS 403-10 können Sie entsprechend GRI entnehmen und an dieser Stelle freiwillig berichten.

Es gab in unserer Agentur glücklicherweise bisher weder Todesfälle noch arbeitsbedingte Verletzungen.

Leistungsindikator GRI SRS-403-4: Mitarbeiterbeteiligung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die berichtende Organisation muss für Angestellte und Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden, folgende Informationen offenlegen:

a. Eine Beschreibung der Verfahren zur Mitarbeiterbeteiligung und Konsultation bei der Entwicklung, Umsetzung und Leistungsbewertung des Managementsystems für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz und zur Bereitstellung des Zugriffs auf sowie zur Kommunikation von relevanten Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gegenüber den Mitarbeitern.

b. Wenn es formelle Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gibt, eine Beschreibung ihrer Zuständigkeiten, der Häufigkeit der Treffen, der Entscheidungsgewalt und, ob und gegebenenfalls warum Mitarbeiter in diesen Ausschüssen nicht vertreten sind.

Unsere Agentur hat einen Beauftragten für Veranstaltungssicherheit sowie für Arbeitsschutz. Für beide Bereiche haben wir Konzepte über die unsere Mitarbeiter:innen einmal jährlich geschult werden. Die jeweils Beauftragten nehmen an externen Fortbildungen zum Thema teil.

Die jeweils Beauftragten treffen sich jährlich mit der Geschäftsführung und werden zu besonderen Treffen zum Thema hinzuberufen.

Leistungsindikator GRI SRS-404-1 (siehe G4-LA9): Stundenzahl der Aus- und Weiterbildungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. durchschnittliche Stundenzahl, die die Angestellten einer Organisation während des Berichtszeitraums für die Aus- und Weiterbildung aufgewendet haben, aufgeschlüsselt nach:

i. Geschlecht;

ii. Angestelltenkategorie.

Interne Schulungen

In unserer Agentur werden für alle Wissensbereiche regelmäßige Schulungen für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend angeboten. Diese sind entweder live oder als on-demand Video im Nachgang anzuschauen. Im Jahr 2022 wurden insgesamt 8 verschiedene Schulungen zu arbeitsrelevanten Themen gehalten (Erste-Hilfe, Datenschutz, Compliance, Qualitätsmanagement, Sicherheit, etc.).

Da die Mitarbeiter:innen unserer Agentur fast zu gleichen Teilen weiblich wie männlich sind, ist die Teilnahme an diesen Schulungen gendermäßig fast ausgeglichen. Da die Schulungen darüber hinaus verpflichtend für alle sind, haben auch alle "Angestelltenkategorien" hieran gleichermaßen teilgenommen.

Externe Schulungen

Diese Art von Schulungen werden in Mitarbeiter:innengesprächen festgelegt. Die Anzahl der Schulungen werden dokumentiert und zukünftig auch die Stundenzahlen gesondert erfasst.

Leistungsindikator GRI SRS-405-1: Diversität

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Prozentsatz der Personen in den Kontrollorganen einer Organisation in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

i. Geschlecht;

ii. Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30-50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;

iii. Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

b. Prozentsatz der Angestellten pro Angestelltenkategorie in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

i. Geschlecht;

ii. Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30-50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;

iii. Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

Im gesamten Unternehmen sind 13 Personen beschäftigt (davon ein Auszubildender). Diese setzen sich zusammen aus sieben weiblichen und sechs männlichen Personen.

a. Kontrollorgane

Die Kontrollorgane sind die beiden Geschäftsführer:innen sowie die Gesellschafter:innenversammlung. Das Geschäftsführer:innen-Team ist mit einer weiblichen und einer männlichen Person besetzt. Die Gesellschafter:innenversammlung ist zu 2/3 mit Frauen besetzt. Alle sind über 40 Jahre alt.

b. Angestellte

Bei greenstorming sind insgesamt 13 Personen angestellt, davon sind sieben Frauen und sechs Männer. Zehn Mitarbeiter:innen haben nur die deutsche Staatsbürgerschaft, drei Mitarbeiter:innen besitzen andere und/oder mehrere Staatsbürgerschaften. Zwei Mitarbeitende sind unter 30 Jahre alt, 10 Mitarbeitende sind zwischen 30 und 50 Jahre alt, eine ist über 50 Jahre alt.

Leistungsindikator GRI SRS-406-1: Diskriminierungsvorfälle
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen
offenlegen:

- a. Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle während des Berichtszeitraums.
- b. Status der Vorfälle und ergriffene Maßnahmen mit Bezug auf die folgenden Punkte:
 - i. Von der Organisation geprüfter Vorfall;
 - ii. Umgesetzte Abhilfepläne;
 - iii. Abhilfepläne, die umgesetzt wurden und deren Ergebnisse im Rahmen eines routinemäßigen internen Managementprüfverfahrens bewertet wurden;
 - iv. Vorfall ist nicht mehr Gegenstand einer Maßnahme oder Klage.

Es ist eine Beauftragung für Diversität und Diskriminierungsfälle benannt, die für die Mitarbeitenden jederzeit ansprechbar ist. Es wurden bisher keine Diskriminierungsfälle gemeldet.

Darüber hinaus gibt es einen Beauftragten für Compliance-Fälle. Die Agentur hat auch ein anonymes Tool zur Meldung von Compliance-Vorfällen. Bis dato sind keine Fälle gemeldet worden.

Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

Der Grundsatz „**Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten geboren.**“ ist Grundbestandteil unseres Selbstverständnisses. Unsere Mitarbeiter:innen werden nicht nur dazu angehalten dieses Grundrecht im Arbeitsalltag zu leben, sondern dies auch von uns als Arbeitgeber einzufordern. Das Selbstverständnis hierfür ist tief in unserer Unternehmenskultur verankert.

Da wir als Agentur mit vielen anderen Dienstleistungsunternehmen zusammenarbeiten, achten wir seit unserer Gründung grundsätzlich darauf, dass diese ebenso wie wir möglichst nachhaltig agieren. Die Prüfung der Nachhaltigkeit erfolgt auf unterschiedliche Weise: einerseits erfolgt eine Hintergrundrecherche durch uns hinsichtlich des Nachhaltigkeitsengagements des Dienstleisters, darüber hinaus haben unsere Ausschreibungsunterlagen einen klaren Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit. Außerdem fordern wir unsere Dienstleister auf, eine Nachhaltigkeitserklärung zu unterzeichnen in der sie offenlegen wie sie sich zum Thema Nachhaltigkeit positionieren.

Ein Risiko besteht darin, dass wir als kleine Agentur keine ausreichenden Ressourcen haben, um alle Angaben einzeln zu überprüfen. Dem wirken wir mit Stichprobenüberprüfungen entgegen, die bis dato immer wahrheitsgemäß ausgefallen sind.

Mit Dienstleistern oder Lieferanten, die sich unseren Anforderungen an die Nachhaltigkeit verwehren, beenden wir die Zusammenarbeit.

Verschiedene Zielsetzungen:

- Unsere Zielsetzung für 2023 ist es, unsere Dienstleisterdatenbank zu aktualisieren und leichter für alle Mitarbeitenden zugänglich zu machen.
- In 2022 haben wir bereits das Ziel erreicht unsere greenstorming-eigene Nachhaltigkeitserklärung für unsere Partner:innen aufzusetzen und konnten bereits elf Einträge verzeichnen (Unser Ziel war es zehn zu erhalten.).
 - Für 2023 ist es das Ziel die Nachhaltigkeitserklärung noch weiter zu streuen und sie von allen Partner:innen ausfüllen zu lassen mit denen wir eng zusammenarbeiten. (Anvisierte Zahl: 40)
- Ein weiteres Ziel ist es ab 2023 jährliche Schulungen zum Thema Lieferkettengesetz und die Implikationen für unsere Agentur für unsere Mitarbeitenden anzubieten.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator GRI SRS-412-3: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Investitionsvereinbarungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Gesamtzahl und Prozentsatz der erheblichen Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden.

b. Die verwendete Definition für „erhebliche Investitionsvereinbarungen“.

greenstorming verfügt über keine Investitionsvereinbarungen. Somit ist dieser Leistungsindikator nicht relevant für uns.

Leistungsindikator GRI SRS-412-1: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde, aufgeschlüsselt nach Ländern.

Unsere Geschäftsstandorte sind in Berlin und Leipzig und bis zum heutigen Zeitpunkt sind keinerlei Verstöße gegen Menschenrechte bekannt. Unsere Compliance-Richtlinien und Compliance-Abläufe sind klar geregelt und bis zum jetzigen Zeitpunkt gibt es keinen Anhaltspunkt für einen Verstoß. Unsere Betriebsstätte liegen in Deutschland, wo hohe gesetzliche Standards hinsichtlich der Einhaltung von Menschenrechten gelten. Eine gesonderte Prüfung erfolgt deshalb nicht.

Leistungsindikator GRI SRS-414-1: Auf soziale Aspekte geprüfte, neue Lieferanten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Prozentsatz der neuen Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden.

100%

Wir legen auch in unserer Beschaffung sehr großen Wert auf die Einhaltung von allen Nachhaltigkeitskriterien und bewegen uns damit deutlich jenseits dem im Agenturbereich üblichen Standard. Seit 2022 werden die Nachhaltigkeitsschwerpunkte und die Compliance-Konformität durch eine Nachhaltigkeitserklärung mit einer bestätigten Kenntnisnahme und Unterzeichnung von unseren Dienstleistern angefragt.

Leistungsindikator GRI SRS-414-2: Soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Zahl der Lieferanten, die auf soziale Auswirkungen überprüft wurden.

b. Zahl der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen ermittelt wurden.

c. Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen, die in der Lieferkette ermittelt wurden.

d. Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt und infolge der Bewertung Verbesserungen vereinbart wurden.

e. Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt wurden und infolgedessen die Geschäftsbeziehung beendet wurde, sowie Gründe für diese Entscheidung.

a. Wir überprüfen jeden neuen Lieferanten auf seine Nachhaltigkeitskriterien. 100%

b. Dies ist bisher noch nicht vorgekommen, da wir die Lieferanten vorab überprüfen. 0%

c. Dies ist bisher noch nicht vorgekommen, da wir die Lieferanten vorab überprüfen. 0%

d. Dies ist bisher noch nicht vorgekommen, da wir die Lieferanten vorab überprüfen. 0%

e. Dies ist bisher noch nicht vorgekommen, da wir die Lieferanten vorab überprüfen. 0%

Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

Die Spenden- und Sponsoringaktionen unserer Agentur sind Teil unserer Firmenkultur und wird auch auf unserer Webseite öffentlich gemacht. Die Ziele sind in den Unternehmenszielen festgeschrieben.

Spenden

Bereits seit 2016 spendet greenstorming regelmäßig zu Weihnachten an soziale Institutionen statt kostenintensive Weihnachts-Aufmerksamkeiten an unsere Auftraggeber:innen zu versenden. Seit Start dieser Aktion spenden wir jährlich der Berliner Tafel e.V. und meistens noch einer weiteren unterstützenswerten Initiative. In einem Weihnachtsmailing an Partner:innen und Auftraggeber:innen machen wir regelmäßig auf diese Aktion aufmerksam. Außerordentliche Spenden tätigen wir auch. Dies ist abhängig von besonderen Notlagen oder Bedarfen. So haben wir für die Flutwasseropfer in NRW und RLP im Sommer 2021 gespendet oder spendeten auch aussortiertes Büromobiliar oder technische Geräte wie z.B. Computer an Schulen oder Bildungseinrichtungen.

(Leistungs-)Sponsoring und Corporate Volunteering

Auf unserer Webseite rufen wir dazu auf, dass sich unterstützenswerte Vereine und Initiativen gerne bei uns melden können und wir diese – abhängig von den aktuell verfügbaren Kapazitäten – gerne mit unseren Leistungen unterstützen. So unterstützt greenstorming bereits seit 2014 kleinere Vereine und Organisationen, die sich ein professionelles Veranstaltungsmanagement nicht leisten können, mit unserer Expertise im nachhaltigen Veranstaltungsmanagement. Dies geschieht z.T. komplett pro bono oder auch durch ein Leistungssponsoring. Auch geben wir gemeinnützigen Organisationen immer wieder einen besonderen Rabatt auf unsere Leistungen. Hier ist es uns nicht nur wichtig ökologisch arbeitende Institutionen zu unterstützen, sondern z.B. ebenso Organisationen, die für die Einhaltung der Menschenrechte eintreten.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 18

Leistungsindikator GRI SRS-201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. den zeitanteilig abgegrenzten, unmittelbar erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert, einschließlich der grundlegenden Komponenten der globalen Tätigkeiten der Organisation, wie nachfolgend aufgeführt. Werden Daten als Einnahmen-Ausgaben-Rechnung dargestellt, muss zusätzlich zur Offenlegung folgender grundlegender Komponenten auch die Begründung für diese Entscheidung offengelegt werden:

- i.** unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert: Erlöse;
- ii.** ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert: Betriebskosten, Löhne und Leistungen für Angestellte, Zahlungen an Kapitalgeber, nach Ländern aufgeschlüsselte Zahlungen an den Staat und Investitionen auf kommunaler Ebene;
- iii.** beibehaltener wirtschaftlicher Wert: „unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert“ abzüglich des „ausgeschütteten wirtschaftlichen Werts“.

b. Der erzeugte und ausgeschüttete wirtschaftliche Wert muss getrennt auf nationaler, regionaler oder Marktebene angegeben werden, wo dies von Bedeutung ist, und es müssen die Kriterien, die für die Bestimmung der Bedeutsamkeit angewandt wurden, genannt werden.

Im Jahr 2021 haben wir Erlöse von (i) 924.959,96 EUR erwirtschaftet. Der Gewinn wird nicht ausgeschüttet, sondern vollständig ins nächste Jahr vorgetragen.

(ii.) Betriebskosten: 445.461,90 EUR,
Löhne: 435.422,76EUR,
Zahlungen an Kapitalgeber: 1.000 EUR
Zahlungen an den Staat: 650 EUR (exkl. USt.)
Investitionen auf kommunaler Ebene: 0 EUR
(iii.) 41.025,30 EUR

Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

Keine politische Einflussnahme

Wir unterstützen keine politische Interessenvereinigung, Parteien oder Politiker weder durch Spenden, Mitgliedsbeiträge oder sonstige Beteiligungen. Auch wenn dies derzeit nicht der Fall ist, würden wir politische Parteien durchaus mit unserer Dienstleistung unterstützen, sofern dies im Rahmen eines „normalen“ Auftrags geschieht. Hier behalten wir uns allerdings explizit vor, rechts gesinnte Parteien nicht zu unterstützen. Rechtes Gedankengut ist in unserem Unternehmen nicht willkommen und wird in keiner Weise unterstützt.

Branchenverbände

Wir sind Mitglied in mehreren Branchenverbänden, die aber keine starke Lobbyarbeit betreiben, sich aber für die Rechte unserer Branche - insbesondere zu Pandemiezeiten - einsetzen. So sind wir Mitglied beim Berlin Event Network, sind zertifiziertes Mitglied von Sustainable Meetings Berlin und seit kurzem auch Mitglied von B.A.U.M. e.V.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator GRI SRS-415-1: Parteispenden

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Monetären Gesamtwert der Parteispenden in Form von finanziellen Beiträgen und Sachzuwendungen, die direkt oder indirekt von der Organisation geleistet wurden, nach Land und Empfänger/Begünstigtem.

b. Gegebenenfalls wie der monetäre Wert von Sachzuwendungen geschätzt wurde.

Wir leisten keine Parteispenden.

20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Compliance ist Teil unserer Unternehmenssteuerung und somit auch Teil der Unternehmensstrategie und der Unternehmensziele. greenstorming hat sich zum Ziel gemacht im Rahmen der eigenen Compliance-Richtlinien, Risiken frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden (Prävention), problematische Sachverhalte frühzeitig zu erkennen (Detektion) und auf Regelverstöße oder nicht vermeidbare Risiken angemessen zu reagieren (Reaktion). Unsere Compliance Richtlinien stellen wir regelmäßig intern auf den Prüfstand, um sie zu verbessern und auszubauen.

Das Thema Compliance wird in unserer Agentur von der Geschäftsführung gemeinsam mit dem Compliance Officer bearbeitet. Der Compliance Officer prüft regelmäßig alle Compliance-Vorgänge unserer Agentur und bespricht sich eng mit der Geschäftsführung in regelmäßig stattfindenden Treffen. Der Compliance Officer schult das gesamte Team einmal pro Jahr in den Compliance-Themen und sensibilisiert für die Inhalte.

Allgemeine Grundsätze

greenstorming hält die maßgeblichen Gesetze, Regeln und Vorschriften der Bundesrepublik Deutschland ein und fordert dies auch von allen Beschäftigten und ihren Partner:innen ein. greenstorming verfolgt eine Null-Toleranz-Politik bei Korruptionsvorfällen und auch alle Mitarbeiter:innen verpflichten sich mit ihrem Arbeitsvertrag, die Grundsätze integren Verhaltens einzuhalten. Die Beschäftigten halten alle vertraglichen Verpflichtungen mit Dritten wie auch Selbstverpflichtungen und Policies des Unternehmens ein. Sie agieren nach den Compliance-Richtlinien unserer Agentur. greenstorming verlangt auch von allen Dritten, die in ihrem Auftrag Dienstleistungen erbringen und mit denen sie kooperiert, dass sie alle einschlägigen Gesetze z.B. gegen Korruption einhalten.

Prozess zur Meldung von Compliance-Vorfälle

greenstorming hat zwei Wege etabliert, um auf Compliance-Verstöße hinzuweisen. Wir haben mit unserem Hinweis-Tool für Compliance-Verstöße ein wichtiges Frühwarnsystem etabliert, um ggf. anonym Compliance-Verstöße zu erfassen und wirksame Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Diese Hinweise können auch von „außen“ über die Emailadresse

compliance@greenstorming.eu an unsere Agentur herangetragen werden. Mögliche Schäden inner- und außerhalb der Agentur sollen möglichst frühzeitig verhindert oder minimiert werden. Dabei ist es unerheblich, ob sie durch das Fehlverhalten Einzelner oder durch Fehler im System zustande kommen. Gleichzeitig haben wir einen unabhängigen und diesbezüglich weisungsfreien Mitarbeiter von greenstorming als Compliance Officer berufen, der zur Objektivität und Verschwiegenheit verpflichtet ist. Bis dato gab es keinen Compliance-Vorfall in unserer Agentur.

Zielsetzungen

Für 2021/22 war es das Ziel Compliance-Richtlinien für unsere Agentur zu entwickeln, einen Prozess zur Meldung von Compliance-Vorfällen zu etablieren und unsere Mitarbeiter:innen für das Thema durch eine Compliance-Schulung zu sensibilisieren. Dieses umfangreiche Ziel haben wir Ende 2022 erreicht. Für 2023/24 ist es das vorrangige Ziel die Prozesse zu etablieren, Mitarbeiter:innen stärker für die Compliance-Themen zu sensibilisieren und auch unseren Compliance Officer noch weiter im Themenbereich fortzubilden.

Risiken

Derzeit sehen wir keine besonderen Risiken für unsere Geschäftstätigkeit in Bezug auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Dies liegt insbesondere daran, dass unsere Hauptgeschäftstätigkeit innerhalb Deutschlands liegt. Darüber hinaus arbeiten bei uns immer mehrere Personen an einem Projekt und alle Projekte können vom gesamten Team eingesehen werden.

Gleichzeitig gilt es immer wachsam zu sein, da wir viele Veranstaltungen für öffentliche Institutionen umsetzen und die Potenziale für Korruption und Veruntreuung immer vorhanden sind. Bisher sind diese unserer Ansicht nach jedoch nicht wesentlich, weshalb wir hier keinen Handlungsbedarf sehen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator GRI SRS-205-1: Auf Korruptionsrisiken geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

a. Gesamtzahl und Prozentsatz der Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden.

b. Erhebliche Korruptionsrisiken, die im Rahmen der Risikobewertung ermittelt wurden.

Derzeit sind keine Risiken bekannt, daher wurden keine Prüfungen (0%) durchgeführt. Alle Mitarbeiter:innen wurden zu den Compliance-Richtlinien

unserer Agentur geschult.

Leistungsindikator GRI SRS-205-3: Korruptionsvorfälle

Die berichtende Organisation muss über folgende Informationen berichten:

- a.** Gesamtzahl und Art der bestätigten Korruptionsvorfälle.
- b.** Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Angestellte aufgrund von Korruption entlassen oder abgemahnt wurden.
- c.** Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Verträge mit Geschäftspartnern aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption gekündigt oder nicht verlängert wurden.
- d.** Öffentliche rechtliche Verfahren im Zusammenhang mit Korruption, die im Berichtszeitraum gegen die Organisation oder deren Angestellte eingeleitet wurden, sowie die Ergebnisse dieser Verfahren.

Es gab keine Korruptionsvorfälle oder Beschwerden.

Leistungsindikator GRI SRS-419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Erhebliche Bußgelder und nicht-monetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen und/oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich, und zwar:
 - i.** Gesamtgeldwert erheblicher Bußgelder;
 - ii.** Gesamtanzahl nicht-monetärer Sanktionen;
 - iii.** Fälle, die im Rahmen von Streitbeilegungsverfahren vorgebracht wurden.
- b.** Wenn die Organisation keinen Fall von Nichteinhaltung der Gesetze und/oder Vorschriften ermittelt hat, reicht eine kurze Erklärung über diese Tatsache aus.
- c.** Der Kontext, in dem erhebliche Bußgelder und nicht-monetäre Sanktionen auferlegt wurden.

Es gab keinen Fall von Nichteinhaltung der Gesetze oder Vorschriften. Wir achten auf die Einhaltung von Gesetzen, Vorschriften und rechtlichen Rahmenbedingungen.

Übersicht der GRI-Indikatoren in der DNK-Erklärung

In dieser DNK-Erklärung wurde nach dem „comply or explain“ Prinzip zu den nachfolgend aufgeführten GRI-Indikatoren berichtet. Dieses Dokument verweist auf die GRI-Standards 2016, sofern in der Tabelle nicht anders vermerkt.

Bereiche	DNK-Kriterien	GRI SRS Indikatoren
STRATEGIE	1. Strategische Analyse und Maßnahmen	
	2. Wesentlichkeit	
	3. Ziele	
	4. Tiefe der Wertschöpfungskette	
PROZESS-MANAGEMENT	5. Verantwortung	GRI SRS 102-16
	6. Regeln und Prozesse	
	7. Kontrolle	
	8. Anreizsysteme	GRI SRS 102-35 GRI SRS 102-38
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	GRI SRS 102-44
	10. Innovations- und Produktmanagement	G4-FS11
UMWELT	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	GRI SRS 301-1
	12. Ressourcenmanagement	GRI SRS 302-1 GRI SRS 302-4 GRI SRS 303-3 (2018) GRI SRS 306-3 (2020)*
	13. Klimarelevante Emissionen	GRI SRS 305-1 GRI SRS 305-2 GRI SRS 305-3 GRI SRS 305-5
GESELLSCHAFT	14. Arbeitnehmerrechte	GRI SRS 403-4 (2018)
	15. Chancengerechtigkeit	GRI SRS 403-9 (2018)
	16. Qualifizierung	GRI SRS 403-10 (2018) GRI SRS 404-1 GRI SRS 405-1 GRI SRS 406-1
	17. Menschenrechte	GRI SRS 412-3 GRI SRS 412-1 GRI SRS 414-1 GRI SRS 414-2
	18. Gemeinwesen	GRI SRS 201-1
	19. Politische Einflussnahme	GRI SRS 415-1
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GRI SRS 205-1 GRI SRS 205-3 GRI SRS 419-1

*GRI hat GRI SRS 306 (Abfall) angepasst. Die überarbeitete Version tritt zum 01.01.2022 in Kraft. Im Zuge dessen hat sich für die Berichterstattung zu angefallenen Abfall die Nummerierung von 306-2 zu 306-3 geändert.