

# NACH HALTIG KEITS BERICHT

The title 'NACHHALTIGKEITSBERICHT' is rendered in large, bold, white, sans-serif capital letters with a thick black outline. The text is arranged in four lines. The word 'NACH' is on the first line, 'HALTIG' on the second, 'KEITS' on the third, and 'BERICHT' on the fourth. The letters are decorated with various elements: a daisy flower with green leaves is positioned above the 'H' and 'I' of 'HALTIG'; another daisy is to the left of the 'H'; a green leaf is to the right of the 'G'; a cartoon mole character with a speech bubble is positioned to the right of the 'S'; and several green leaves are scattered around the 'B' and 'E' of 'BERICHT'.

**NICHT NUR BESSER, SONDERN GUD.**

Wir sind  
ein Berliner  
Urgewächs!



# INHALT

## Einleitung 3

- **Vorwort** ..... 4 – 5
- **Das ist GUD:** Die Agentur in Zahlen ..... 6 – 8
- **Der Griff an die eigene Nase:** Die kritische Auseinandersetzung ..... 9 – 12
- **Von Materialitätsanalyse bis SDGs:** Der Masterplan ..... 13 – 20

## Highlights und Maßnahmen im Detail 21

- **Profit** ..... 22 – 24
- **People** ..... 25 – 26
- **Planet** ..... 27
- **Fokusthema 2022:** Bilanzierung und Kompensation ..... 28 – 33

## Zukunft 34

- **Maßnahmen** für 2023 und **Aussicht** 2024 ..... 35 – 37

## Anhang 38

- **Zertifikate, Auszeichnungen und Bilanzen:** Unsere Erfolge ..... 39 – 40
- **Disclaimer:** Wir lernen noch ..... 41 – 42
- **Impressum:** Über diesen Bericht ..... 43 – 44
- **Transparenz, Erklärungen und noch mehr Zahlen.** ..... 45 – 63
- **Leitlinie zur nachhaltigen Beschaffung.** ..... 64 – 68
- **Leitlinie Arbeitsrecht und Arbeitssicherheit.** ..... 69 – 71



# MIT KOMMUNIKATION WELTEN ÄNDERN.



## Mit Kommunikation Welten ändern

Als inhabergeführte Agentur mit herausragenden Mitarbeitenden entwickeln wir Kampagnen für großartige Kund\*innen – mit Leidenschaft und Haltung. GUD.berlin versteht sich hierbei als Partnerin von Marken und Unternehmen, die deren Kund\*innen mit wirkungsvoller Kommunikation erreicht und im Ergebnis Welten ändert.

Seit Anbeginn zählen bei GUD.berlin maßgeblich Kund\*innen zum Portfolio, die an einer besseren Welt arbeiten – aktuell beispielsweise die BVG, die Deutsche Bahn oder Kleinanzeigen.

Wir sind uns sicher: Es wird höchste Zeit, dass sich Agenturen ihrer Rolle und ihres Einflusses auf die Gesellschaft noch viel mehr bewusst werden. Insofern beraten wir Marken, Konzerne und Entscheider\*innen auf dem Weg in die Zukunft. Wir erzählen Geschichten, setzen Agenden und prägen Narrative. Wir wollen und werden das Thema Nachhaltigkeit, wo immer wir können, auf die Tagesordnung setzen.

Doch bevor es um andere geht, müssen wir den Blick nach innen richten. Das hier ist unser erster freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht. Er ist ein Startpunkt, eine Bestandsaufnahme – und ein Versprechen an die Zukunft.



**Annelie Deutscher**

Geschäftsführung

# DAS IST GUD: DIE AGENTUR IN ZAHLEN



# GRÜNDUNG 2009

2009 als GbR, seit 2011 als  
inhabergeführte GmbH

## GESCHÄFTSFÜHRENDE

Annelie Deutscher  
Christian Artopé  
Jens Grüner

## LEITUNGSKOLLEKTIV:

seit 2022 | bestehend aus  
GF, ECDs, CSDs, HR



Unternehmensstandort

# BERLIN

Kund\*innen in der DACH-Region

2021 **36** 2022 **46**

## FESTE MITARBEITENDE

3 GF\*  
11 Beratung  
18 Kreation  
4 Basis

3 GF\*  
11 Beratung  
18 Kreation  
4 Basis

## STÄNDIGE FREELANCENDE

32

30

# NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

seit 01.01.2022 als eigene Rolle mit fester Stelle verankert



## CO<sub>2</sub>e\*-Emissionen

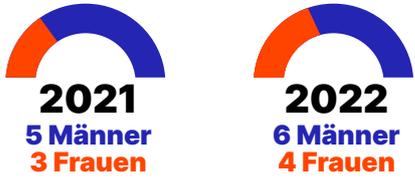


\* Alle kursiv geschriebenen Wörter werden im Glossar ab [S.50](#) erklärt.

\*\* Kompensiert – siehe [S.31](#)



**GESCHLECHTER-VERTEILUNG\* IM LEITUNGSKOLLEKTIV**



**GESAMTZAHL DER ANGESTELLTEN**

NACH VOLLZEIT/TEILZEIT/ 4-TAGE-WOCHE

	2021	2022
Vollzeit:	25	35
Teilzeit:	11	11
davon 4-Tage-Woche:	01	04

**GESAMTZAHL DER ANGESTELLTEN nach Bereichen**



\* Uns ist bewusst, dass es sich hier um eine binäre Annäherung handelt und keine adäquate und wahrheitsgetreue Darstellung der Menschen in ihrer Selbstidentifikation. Wir suchen nach Möglichkeiten, dies in der Zukunft vollumfänglich abzubilden, möchten zugleich aber auch Persönlichkeitsrechte und Datenschutz wahren.

\*\* Alle Abkürzungen und gehighlighten Wörter werden im Glossar ab [S. 50](#) erklärt.

# DER GRIFF AN DIE EIGENE NASE:

## DIE KRITISCHE AUSEINANDERSETZUNG



## Nachhaltigkeit als Reise.

Am Beginn einer Transformation steht die kritische und reflektierte Auseinandersetzung mit dem Status quo, den Werten, dem, was bereits gut ist und dem, was besonders relevant ist. So starteten wir auch bei GUD.berlin. Und so stand das Jahr 2022 vor allem im Zeichen von Evaluierung, Institutionalisierung, Lernen, Ausprobieren und ersten wirksamen Anpassungen auf dem Weg in eine ganzheitlich gedachte, nachhaltige Unternehmenszukunft. Dabei steht für uns das nachhaltige Erproben und Etablieren stets vor Batches und Zertifikaten.

**Wir sind uns bewusst, dass der Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft ein kontinuierlicher Prozess ist. Wir setzen uns daher das Ziel, unsere Nachhaltigkeitsstrategie regelmäßig zu überprüfen und kontinuierlich zu optimieren.**

## Netto-Null reicht nicht.

Unser Nachhaltigkeitsbericht legt die Schritte fest, die wir als Unternehmen gehen, um die Emissionen innerhalb unserer Geschäftstätigkeit so zu reduzieren, **dass wir in unserer gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 Netto-Null erreichen.** Darüber hinaus erreichen wir **bereits ab 2021 Klimaneutralität durch zielgerichtete Kompensation.**

**Wir wollen uns aber nicht nur auf die CO<sub>2</sub>e-Bilanz fokussieren, sondern unseren gesamten Wirkungsbereich als wertschöpfendes Unternehmen in einem sozioökonomischen Umfeld adressieren.** Ein systemischer Wandel ist für das Erreichen der Ziele des Pariser Abkommens von entscheidender Bedeutung. Deswegen werden in diesem Bericht auch die Maßnahmen dargelegt, die wir ergreifen, um das Thema Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie fest zu integrieren. So sollen vollumfänglich negative Auswirkungen auf das Klima und die Gesellschaft verringert werden. Dadurch wird die Gesundheit des Planeten und der soziale Zusammenhalt verbessert.

Seit 2022 haben wir daher den Fokus auf organisationale Nachhaltigkeit verstärkt und eine eigene Stelle dafür geschaffen: **unser Nachhaltigkeitsmanagement.** Im Zuge dessen haben wir verstärkt die Mitarbeitenden einbezogen, um auch Bereiche wie Homeoffice im Scope 3 einzuberechnen und für die Themen der Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

**Insgesamt ist für GUD.berlin als nicht produzierendes Gewerbe der Carbon Shadow und unsere Wirkung durch unsere Arbeit selbst relevanter als der Carbon Footprint.**

Unter letzterem versteht man die eigenen, halbwegs kontrollierbaren Emissionen (bei uns also Corporate Carbon Footprint). Als nicht produzierendes Unternehmen ist unser Einwirken auf Mitarbeitende einerseits und insbesondere Kund\*innen andererseits jedoch der größere Hebel - das ist der Carbon Shadow.

## ► **Erklärt: Carbon Shadow**

**Der Begriff des Carbon Footprint** auch CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks beschreibt, was jeder Mensch direkt emittiert. Er hat also seine Daseinsberechtigung, ist aber mit Vorsicht zu betrachten.

So individualisiert er globale und industriegemachte Probleme und nimmt vor allem Normalbürger\*innen in die Verantwortung. Außerdem sind die hier fokussierten individuellen Emissionen natürlich auch entsprechend klein. Während es an sich sinnvoll ist, die eigenen Emissionen und deren Reduktionspotentiale zu kennen, so führt die Fokussierung darauf dazu, die wirklich großen Wirkungsfelder zu ignorieren.

**Um sich also nicht deprimiert im Klein-Klein zu verfangen, ist es unerlässlich, neben dem CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck den eigenen CO<sub>2</sub>e-Schatten, oder Carbon Shadow, zu betrachten – also die Emissionen, die nicht durch direktes Handeln, sondern durch mittelbare Entscheidungen auftreten.** Es mag leichter zu quantifizieren sein, wie viel CO<sub>2</sub>e wir mit dem Austausch von Glühbirnen einsparen, doch der Wechsel von einer konventionellen Bank zu einer nachhaltigen oder die bewusste Entscheidung, mit welchen Marken und Unternehmen wir zusammenarbeiten, ist der wesentlich größere, wenn auch ein indirekter Hebel.

Aus diesem Grund ist ein gemeinsames Verständnis, die Unterstützung der Mitarbeitenden und die Partnerschaft mit unseren Kunden essentiell wichtig.



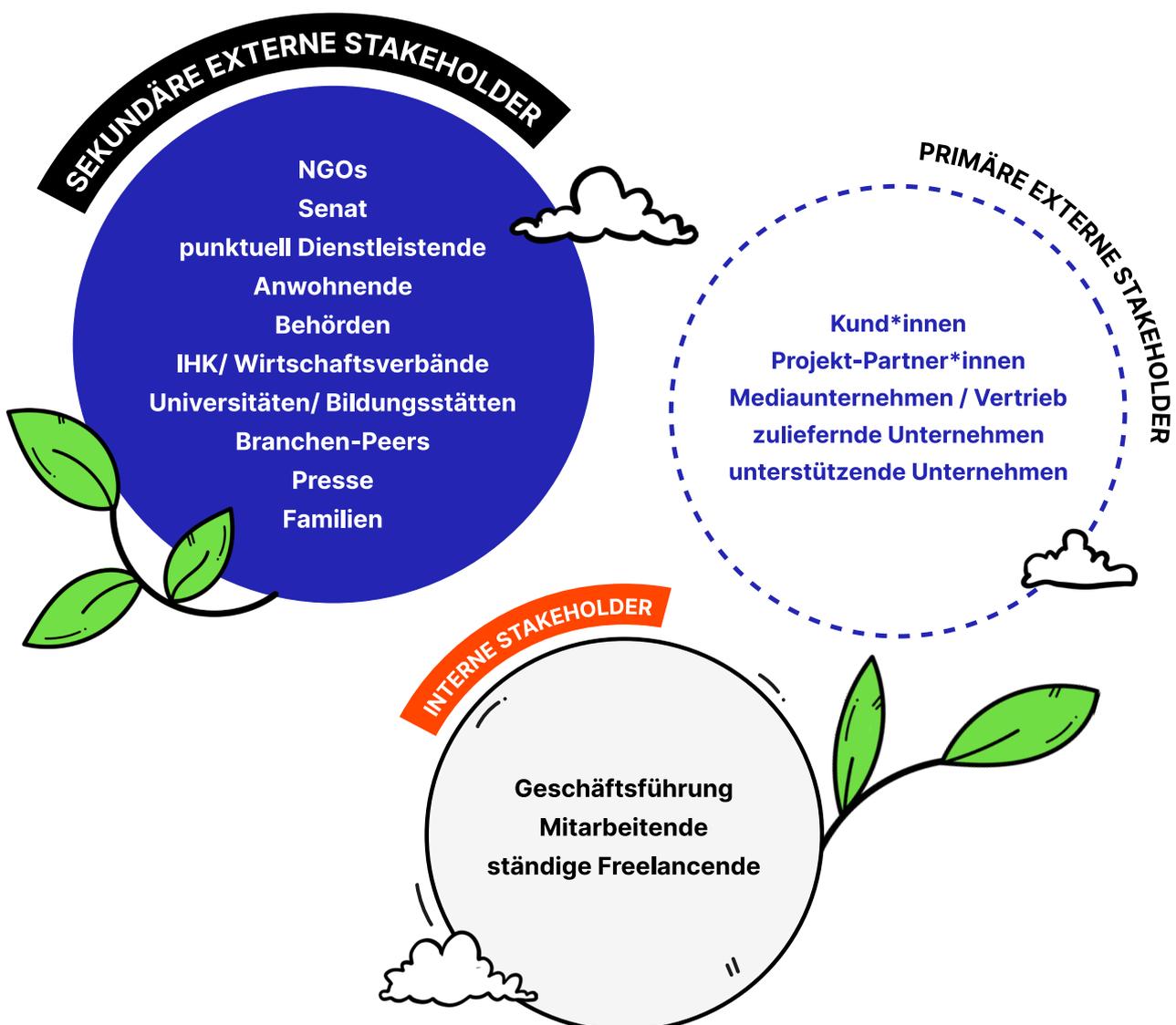
## GUD.berlin – Das System.

Bei GUD.berlin steht das Wir im Vordergrund und es ist absolut klar, dass Exzellenz nur durch gute Zusammenarbeit entstehen kann. Das gilt sowohl intern, als auch in der Kooperation mit Externen.

**Als Stakeholder betrachten wir bei GUD daher alle Individuen oder Organisationen, die einen Einfluss auf die Erfüllung unserer Mission haben könnten oder die von unserem Tun beeinflusst werden.**

Darunter fallen unternehmensinterne sowie primäre und sekundäre externe Stakeholder.

Die Interaktionen mit Stakeholdern finden im Alltag allerdings vor allem rollenbasiert und projektorientiert statt, jedoch bisher ohne systematische Erfassung. Diese Lücke wollen wir zukünftig schließen. Um zu identifizieren, bei welchen Stakeholdern welche Interaktionsformen aus- oder aufgebaut werden sollten, soll 2024 eine Stakeholderanalyse initiiert werden.



# VON MATERIALITÄTS- ANALYSE BIS SDGs:

## UNSER MASTERPLAN



## Wir wollen also nicht nur Glühbirnen auswechseln.

Aber wo fängt man in einem Unternehmen mit knapp 50 Mitarbeitenden an und wo hört man auf?

In zwei Sätzen: Wir haben eine **Materialitätsanalyse** durchgeführt. Die daraus resultierenden Maßnahmen orientieren sich alle am **Prinzip der Triple Bottom Line** und können jeweils den **Sustainable Development Goals der UN** zugeordnet werden.

Klingt kompliziert und langweilig? Auf keinen Fall! Es ist nicht ganz einfach, aber dafür ziemlich spannend. Damit klar wird, was wir hier wollen, erst einmal ein paar Begriffsklärungen.

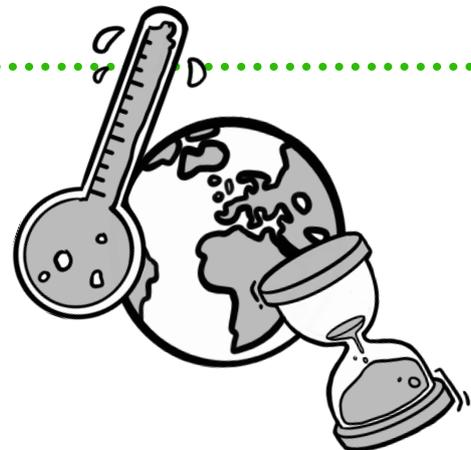
### ► **Erklärt: Nachhaltigkeit**

Der Begriff Nachhaltigkeit kommt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und besagt, dass nie mehr Holz geschlagen werden sollte als nachwächst. **So sollen sich die Ressourcen nicht erschöpfen und die wirtschaftliche Basis erhalten bleiben.** Das Konzept beschreibt die Nutzung eines regenerierbaren natürlichen Systems in solcher Weise, dass es seine wesentlichen Eigenschaften dauerhaft erhalten und sein Bestand auf natürliche Weise regenerieren kann. Dieses Konzept ist auf die meisten der genutzten Ressourcen anwendbar.

Die Menschheit verbraucht jedes Jahr mehr Ressourcen, als unser Planet zur Verfügung stellt.

**Aktuell 1,7 Erden pro Jahr, in Deutschland sind es 2,9.** Dazu führt der Ressourcenverbrauch, insbesondere fossiler Ressourcen, zu einer rapiden Klimaerwärmung, die die Regeneration zusätzlich erschwert. **So steuern wir auf eine Erderwärmung von 4,4°C bis 2100 zu.**

Im **Brundtland-Bericht** (1987) der UN wird Nachhaltigkeit als eine Entwicklung bezeichnet, die den Bedürfnissen der aktuellen Generation nachkommt, ohne dabei die Möglichkeiten zukünftiger Generationen einzuschränken. Sprich: **Die heutige Generation darf nicht die Möglichkeiten zukünftiger Generationen gefährden,** ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstandard zu wählen.



## ► **Erklärt: Triple Bottom Line**

Die EU hat die CSR, **Corporate Social Responsibility**, etabliert. Das Konzept sieht vor, dass sich Unternehmen **auf freiwilliger Basis in gesellschaftlich-sozialen und ökologischen Belangen über die Gesetzeskonformität hinaus engagieren** – und dies in Wechselbeziehungen mit ihren Stakeholdern. Das EU-Konzept des Sustainable Business misst sich an den Maßstäben der sogenannten **Triple Bottom Line: People, Planet and Profit**.

Danach sollte ein Unternehmen daran gemessen werden, in welchem Umfang es zu wirtschaftlichem Wohlstand, Umweltqualität und Sozialkapital in einer Volkswirtschaft beiträgt. Dem Konzept liegt die Logik zugrunde, dass wir die **Auswirkungen der Unternehmen auf die Menschen und den Planeten auf dieselbe Weise messen und ausweisen müssen wie die Profite**.

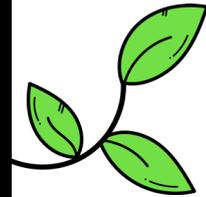
## ÖKONOMIE

- Beitrag zur Wertschöpfung
- Finanzielle Solidität
- Innovationen, Zukunftsfähigkeit
- Beschäftigungseffekt
- sichere Beschaffungsketten
- Ressourcen-/Energieeffizienz
- kein Dumping
- Einhaltung von Compliance
- Regeln zur Abwendung finanzieller/rechtlicher Schäden
- Abgaben-/Steuerehrlichkeit als Beitrag zur Staatsfinanzierung



## ÖKOLOGIE

- Regenerierbarkeit
- Biodiversität (Tierschutz)
- Naturschutz
- Umweltschutz
- Klimaschutz
- Ressourcenschonung/-verzicht
- Recycling/Upcycling
- keine umweltschädlichen Produkte (Produktion/Vertrieb)
- keine Beschaffung aus Ländern mit geringen Umweltstandards
- kein Transfer veralteter Technik in Entwicklungsländer



## SOZIALES

- gesellschaftliche Verantwortung (Corporate Citizenship)
- Respekt vor allen Kulturen
- interkultureller Austausch
- Achtung der Menschenrechte
- faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen (ILO)
- Verbot der Kinderarbeit
- Bekämpfung von Diskriminierung aufgrund Rasse, Alter, Glauben, Geschlecht, Herkunft etc.
- Gleichberechtigung
- Lieferanten-Verantwortung



## ► **Erklärt: Sustainable Development Goals**

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) sind politische Zielsetzungen der UN, die **weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen sollen**. Mit Blick auf die globalen Ungleichheiten gilt die Prämisse „Leave no one behind“.

Dabei bedeutet ökonomische Nachhaltigkeit den verantwortungsvollen Umgang mit wirtschaftlichen Ressourcen, ökologische Nachhaltigkeit den Erhalt der Umwelt für die nachfolgenden Generationen, einschließlich dem Schutz natürlicher Ressourcen, und gesellschaftliche Nachhaltigkeit die Schaffung einer zukunftsfähigen und lebenswerten Gesellschaft für alle. Sie traten am 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) in Kraft.

Unternehmen spielen eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung der 17 SDGs. Deshalb haben wir unsere Nachhaltigkeitsziele auch mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der UN abgestimmt.

## ► **Erklärt: Materialitätsanalyse**

Eine Materialitätsanalyse ist ein wichtiger Schritt in der Entwicklung eines ernst zu nehmenden Nachhaltigkeitsberichts. Nicht alle Themen sind für jedes Unternehmen gleich relevant oder haben einen hohen Impact. Wenn es also darum geht, begrenzte Ressourcen einzusetzen, ist es wichtig, sich ein Bild davon zu machen, **wie man im eigenen Geschäftsfeld nachhaltig die höchste Wirkung erzielen kann**.

Für produzierende Gewerbe ist z. B. die Einsparung von Ressourcen oder die Vermeidung von Müll besonders relevant, für das Finanzwesen die Vermeidung von Korruption. Wir haben als Kampagnenagentur einen gänzlich anderen Wirkungsbereich.

### **UNSERE MATERIALITÄTSANALYSE – DIE FRAGE NACH DER WESENTLICHKEIT**

#### ► **1. Identifikation von Nachhaltigkeitsthemen**

Um die Nachhaltigkeitsthemen im gesamten Wirkungsbereich zu identifizieren, wurde eine interne sowie eine Stakeholder-Analyse durchgeführt.

##### ► **Interne Analyse**

Es wurden die Nachhaltigkeitsthemen identifiziert, die für das Unternehmen eine zentrale Rolle spielen. Diese Themen umfassen insbesondere Umweltbelastung, Mitarbeitenden-Bindung, soziale Verantwortung sowie die wirtschaftliche Stabilität.

► **Stakeholder-Analyse**

Es wurden die Nachhaltigkeitsthemen identifiziert, die für die Stakeholder von Bedeutung sind. Dazu wurden Gespräche geführt, um die wichtigsten Anliegen und Erwartungen der Stakeholder zu identifizieren.

► **2. Bewertung und Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen**

In der zweiten Phase werden die identifizierten Nachhaltigkeitsthemen bewertet, um deren Relevanz zu bestimmen. Die Bewertung erfolgt anhand der Auswirkungen auf das Unternehmen sowie der Interessen der Stakeholder. Die Bewertung der Auswirkungen auf das Unternehmen erfolgt in Bezug auf finanzielle, operative und strategische Aspekte. Hierbei wurde speziell auf die Risiken und Chancen, die sich aus den Nachhaltigkeitsthemen ergeben, geachtet.

Um das Thema für uns handhabbar zu machen, starten wir bei den Themen, die in unserem Kontrollbereich liegen, also dem Büro und allem, was damit zusammenhängt. So arbeiten wir uns durch Best Practice in unserem Wirkungsradius zielgerichtet vor. Die Skizze hier soll eine erste Orientierung sein und war Entscheidungshilfe für die Umsetzung.

**Es handelt sich hierbei also noch nicht um eine vollständige und perfekte Materialitätsanalyse, sondern vielmehr um eine Annäherung. Dies wird sich in den nächsten Jahren stetig verbessern.**

Wesentliche Themen	Betroffene Aspekte	Bereich / Stakeholder	SDG
Mitarbeitenden-Zufriedenheit	sicherer Arbeitsplatz, fairer Lohn, physische und psychische Gesundheit, Entwicklungsmöglichkeiten, Benefits, Firmenkultur	Mitarbeitende	SDG 8, 5 und 10: faire Bezahlung, sichere Arbeitsverhältnisse, stetige Weiterbildung und Teilhabe, antidiskriminierende Unternehmenskultur
Finanzwesen	Steigerung des Unternehmenswertes, nachhaltige Entwicklung, Sicherung Finanzmittel, Wertefit	Geschäftsführung/ Zivilgesellschaft/ Mitarbeitende	SDG 8: nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltige Investitionen
Datensicherheit	Datenschutz, Vertraulichkeit, Verlässlichkeit, Gesetzeskonformität	Kunden/Mitarbeitende	-
gute Zusammenarbeit	interne Kommunikation, Transparenz, Konsultation zu wichtigen Themen, Zugänglichkeit von Meetings/Inhalten	Mitarbeitende	SDG 5 und 10: antidiskriminierende Unternehmenskultur, kollegialer Umgang, stetige Unterstützung
Lieferketten-Compliance	Unterstützung und Transparenz bei Einhaltung Lieferkettengesetz, nachhaltige Partner, Vertrauen	Kunden	SDG 8, 10 und 17: transparenter Austausch über Arbeitspraktiken und Ressourcenverwendung
faire Entlohnung von Dienstleistenden	faire Entlohnung, sichere Zahlungen, langfristige Zusammenarbeit, gesundes Arbeitsumfeld	Dienstleistende	SDG 5 und 10: faire und übertarifliche Bezahlung aller Dienstleistenden ungeachtet der Position
Verständnis über Corporate Carbon Footprint	Transparenz, Wissenstransfer, Dokumentation	Geschäftsführung/ Kunden	SDG 8 und 13: nachhaltiges Wirtschaften und Ressourcenschonung
CO <sub>2</sub> e-Kompensation	Verantwortungsübernahme und Schadensbegrenzung, Investition in nachhaltiges Wirtschaften	Geschäftsführung/ Kunden/ Mitarbeitende/ Zivilgesellschaft	SDG 13: konkrete Umsetzung von Nachhaltigkeitsmanagement
Berichterstattung	Transparenz, Dokumentation, Orientierung, Risikomanagement, Markenbildung, Reputationsmanagement, Information und Verantwortungsübernahme	Kunden/Mitarbeitende/ Zivilgesellschaft	SDG 13 und 17: transparente Kommunikation und Wissenstransfer zu nachhaltigen Themen und konkreten Maßnahmen

## SDGs als Leitplanken GUDen Handelns.

Basierend auf der Grundlage der Ergebnisse der Materialitätsanalyse haben wir in unserer Nachhaltigkeitsstrategie folgende Prioritäten identifiziert: Umweltbelastung, Mitarbeitendenbindung, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Stabilität.

Diese Themenbereiche finden sich in folgenden SDGs wieder:

<p><b>5</b> GENDER EQUALITY</p> 	<p>Beseitigung aller Formen der Diskriminierung, Beendigung aller Formen von und Präventionen vor Gewalt gegen Frauen, Frauen in Führungspositionen stärken, Gleichbehandlung von Frauen und Männern bei Verteilung wirtschaftlicher Ressourcen, Technologie und Finanzen</p>
<p><b>8</b> DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p> 	<p>ressourcenschonender Umgang, nicht auf Kosten zukünftiger Generationen leben, Wirtschaftsleistung umweltverträglich ausrichten, durch ein nachhaltiges Finanzwesen und Wirtschaftswachstum Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeitsbedingungen fördern</p>
<p><b>10</b> REDUCED INEQUALITIES</p> 	<p>faire Gehaltspolitik, Antidiskriminierung in jeder Form, Entwicklung und Bildung ungeachtet dem individuellen Background, Förderung von Minderheiten</p>
<p><b>13</b> CLIMATE ACTION</p> 	<p>Ergreifen dringender Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen, transparente Bilanzierung und Reduktion von Emissionen, wirksame Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen und laufende Bildung der Mitarbeitenden zu klimarelevanten Themen</p>
<p><b>17</b> PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p> 	<p>Vier tragende Prinzipien machen die globale Partnerschaft aus.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alle Staaten müssen handeln.</li> <li>2. Gemeinsame Verantwortung bedeutet, dass alle für das globale Gemeinwohl entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit verantwortlich sind.</li> <li>3. Transparenz der Umsetzung und gegenseitiger Erfahrungsaustausch.</li> <li>4. Multi-Akteurs-Ansatz: Alle sind Teil des Teams – Staaten, Zivilgesellschaft, Unternehmen und Wissenschaft.</li> </ol>

# PROFIT, PEOPLE, PLANET:

## UNSERE MASSNAHMEN IM DETAIL



Alles schön und gut.

Doch nur planen und quatschen spart keine CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

Kommen wir nun also zu den konkreten Maßnahmen, die wir 2022 ergriffen haben, um nachhaltiger zu werden. Sie alle lassen sich, wie erwähnt, dem Prinzip der Triple Bottom Line zuordnen.

Los geht's!

# PROFIT – ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Schaffen wir es nicht, nachhaltig zu wirtschaften, brauchen wir uns als GUD keine Gedanken über die Umwelt oder Mitarbeitenden zu machen, dann gibt es nämlich kein GUD mehr. Deshalb ist nachhaltiges Wirtschaften ein wichtiger Bestandteil der Triple Bottom Line – natürlich immer mit Rücksicht auf die anderen beiden Säulen.



## Wechsel zu einer nachhaltigen Bank

Geld, Umsatz, Liquidität und Cashflow spielen in allen unternehmerischen Belangen eine besonders relevante Rolle. Deswegen haben wir uns angesehen, **was konventionelle Banken mit dem bei ihnen geparkten Geld eigentlich so anstellen und ob das zu unseren Werten passt**. Die Antwort ist: nein. Konventionelle Banken finanzieren Branchen wie fossile Energieträger, Waffenhersteller und Unternehmen, die stark von Kinderarbeit und Ausbeutung kolonialer Strukturen profitieren.

Wir haben also kurzerhand ein Konto bei einer nachhaltigen Bank mit klaren KO-Kriterien eröffnet und tätigen seit 2022 alle Geldausgänge über dieses Konto. Die Umstellung als Einzahlungskonto soll bis Sommer 2024 erfolgt sein.

Weil wir keine Bankenwerbung machen wollen (und vermutlich dürfen) verweisen wir hier auf den [Fair Finance Guide](#).



## Richtige Kunden

Wir wählen unsere Kund\*innen mit Bedacht und kooperieren mit bestimmten Branchen einfach nicht: Rüstungsindustrie, Glücksspiel, Tabakindustrie, Atomkraft, Kohle- und Ölkonzerne.

Bei der Entscheidung spielen gemeinsame Werte und Transformationspotential eine große Rolle, zusätzlich werden alle Fragen durch das Nachhaltigkeitsmanagement geprüft.



## Hybrides Arbeiten

Spätestens durch Corona ist klar, dass New Work vom Buzzword zum gelebten Alltag werden muss. Gute Arbeit kann nicht nur an den im Büro abgesehenen Stunden gemessen werden. Zugleich hat sich gezeigt, dass es auch für Präsenz gute Gründe gibt, sodass sich das hybride Arbeiten in 2022 auch bei

GUD.berlin als Modell der Wahl durchgesetzt hat.

Während die Teams an zwei Tagen in der Woche die Vorzüge des direkten Sparrings, voll ausgestatteter Meetingräume und kurzer Wege im Office nutzen, können sie den Rest der Zeit nach ihren eigenen Bedürfnissen gestalten. **Vorgelebt wird das auch von der Führungsebene.**

Hybrides Arbeiten bringt aber auch neue Herausforderungen mit sich, denen wir mit einem Mix aus Technologie, Teambuildingmaßnahmen, regelmäßigem Austausch und ungerichteten Netzwerken nachkommen. So wurde nach einer internen Umfrage der Bedarf an einer zentralen Projektmanagement-Software deutlich. Als verlässliche Schnittstelle für Aufgaben, Projektpläne, Feedback, Deadlines, Verantwortlichkeiten und Dokumente wurde das Tool zusammen mit einem Transformationsprozess implementiert.

Zusätzlich stehen allen Mitarbeitenden jährlich bis zu sechs Wochen „Workation“ zur Verfügung, also die Freiheit, über längere Zeit völlig ortsunabhängig im In- oder Ausland zu arbeiten. Und ganz nebenbei gibt es schon immer die Möglichkeit eines mehrmonatigen Sabbaticals.



## Hackathon

Gelebte Innovation ist nicht nur ein Schlüsselement für nachhaltigen Erfolg, es ist auch absolut förderlich für kreative Exzellenz. **Umso besser, wenn die Initiative und Organisation aus der Belegschaft selbst kommt.** Im Sommer 2022 gab es den ersten, für alle Mitarbeitenden zugänglichen und von Mitarbeitenden konzipierten, zweitägigen Hackathon. Dabei gab es Expert\*innen-Input zu den Themen Artificial Intelligence, Virtual und Augmented Reality sowie Non-Fungible Tokens und TikTok-Produktionen. Am Ende des Sommertags war es etwas zu heiß und etwas zu viel, aber großartig war es allemal – ein ziemlich guter Weg, um am Puls der Zeit zu bleiben.



## Faire Bezahlung

Bei GUD.berlin ist faire Bezahlung unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Familienstand oder schulischem Background Ehrensache. Der aktuelle Faktor zwischen dem niedrigsten und dem höchsten Gehalt liegt bei: 1:3,67.



## Unkompliziert helfen

Nach dem russischen Angriff auf die Ukraine haben wir zwei Studentinnen aus der Ukraine unterstützt, übernahmen die Semestergebühr der Miami Ad School und ließen sie Agenturluft in Berlin schnuppern.



## Pro bono für Sea-Watch e.V

Wann immer wir in eine bessere Welt investieren, wollen wir das möglichst effizient tun. Und was kann effizienter sein, als einen verdammt guten Zweck mit dem zu unterstützen, was wir am besten können – Werbung. Deswegen haben wir keine Sekunde gezögert, als uns die zivile Seenotrettungsorganisation Sea-Watch e.V. bat, sie pro bono mit einer Spendenkampagne zu unterstützen. Das Ergebnis lässt sich dank der tollen Zusammenarbeit mit Sea-Watch und unzähligen freiwilligen Helfenden absolut sehen. Und so ehrlich muss man sein: Es ist somit auch für unser Portfolio eine Bereicherung.



Insgesamt wurden ca. 53.000 Euro  
in Arbeitszeit und Fremdkosten investiert.



## Managementansatz mit Leitungskollektiv

Zu viele Köche verderben vielleicht den Brei, aber zu wenige kochen nur, was ihnen schmeckt. Wir haben ein diverses Leitungskollektiv installiert. Das unterstützt die Geschäftsführung und führt zu ausgewogenen Entscheidungen. Die Geschäftsführung trifft sich daher wöchentlich mit der Personalleitung, den Client Service Directors und Executive Creative Directors, um alle unternehmensrelevanten Belange offen zu besprechen. Ab 2023 gehören auch Strategie und Nachhaltigkeitsmanagement zum Leitungskollektiv.



## Fortbildung

GUD.berlin investiert regelmäßig in die Fortbildung der Mitarbeitenden. Neben den offenen Weiterbildungsformaten gibt es auch individuelle Angebote. Von festen Budgets halten wir hier nichts, denn die Preise am Markt sind sehr unterschiedlich, genau wie der individuelle Bedarf.



Investition in Weiterbildung: ca. 27.000 Euro Kosten  
+ ca. 26.000 Euro Arbeitszeit/ca. 280 Stunden

# PEOPLE - SOZIALE NACHHALTIGKEIT



Nachhaltigkeit bedeutet auch soziale Nachhaltigkeit. Bei allem Gewirtschaftete und Umweltgeschützte darf der Mensch nicht vergessen werden. Zum einen ist das unser ideeller Anspruch – wir wollen eine Welt mit glücklichen Menschen – so platt das auch klingt. Zum anderen lässt sich mit unzufriedenen Menschen weder ein Business betreiben, noch Awareness für Umweltbelange schaffen.



## Unterkunft für Geflüchtete

Februar 2022, der Angriffskrieg auf die Ukraine beginnt.

Auch hier stellten wir uns die Frage, wie können wir am sinnvollsten helfen?

Die Antwort war relativ schnell klar: **Wir schaffen Platz.** Mit gemeinsamen Kräften wurde eine Etage unseres Büros kurzerhand in eine Wohnung umgewandelt – und bot so über einen Zeitraum von knapp sechs Monaten zwei ukrainischen Familien Platz.



## Agenturtage

Zusammen aus der Komfortzone rauskommen – in diesem Zeichen standen die Agenturtage 2022.

Dreimal kam die ganze Agentur, nach der Aufhebung der Corona-Auflagen, zu diesem Zweck zusammen. Es wurden Geflüchtetenunterkünfte verschönert, Müll gesammelt, Stadtbäume gegossen und noch viel, viel mehr. **Insgesamt spendete GUD so über 900 Arbeitsstunden.**



## Fairer, nachhaltiger Reinigungsdienst

Jedes Büro braucht Pflege und oft ist der einzig entscheidende Faktor bei der Auswahl des Raumpflege-Service der Preis. Dass dabei mit giftigen Mitteln gereinigt wird, die ins Grundwasser gelangen und uns ständig umgeben, ist dabei nur ein Problem. Ein zweites ist der soziale Aspekt: Häufig werden in diesem Niedriglohnsektor vor allem Menschen in ohnehin prekären Lebenssituationen ausgebeutet. Uns war es daher ein Anliegen, hier mit gleich zwei Missständen aufzuräumen.

Deswegen arbeiten wir seit 2022 mit Klara Grün zusammen. **Der erste konsequent nachhaltige Raumpflege-Service verzichtet auf giftige Reinigungsmittel und bezahlt alle Mitarbeitenden fair.**



## **Geschenke**

Ja, es kommt auch auf die kleinen Dinge an. Deswegen erhält jede\*r Mitarbeitende zum Geburtstag ein handverlesenes Geschenk. Und zu Weihnachten? Gab's 2022 eine Spende für Oxfam. Auch für die Kund\*innen.



## **Die GUDlympics**

Jedes Jahr im Frühling rennen, joggen, biken und schwimmen unsere GUDen für den guten Zweck und sammeln mit jedem Kilometer Geld. Dieses Jahr haben wir damit die Spendenbrücke für die Ukraine unterstützt.



## **Offene Gesprächskultur**

Man glaubt es kaum, aber in so einer Kommunikationsagentur ist eins besonders wichtig: Kommunikation. Für uns war eine offene Gesprächskultur immer schon ausschlaggebend für eine gute Arbeitsatmosphäre und damit gleichzeitig Schlüssel zum Erfolg. Neben Jahresgesprächen sorgen regelmäßige Vollversammlungen, ein wöchentliches Gesamtmeeting, Teamevents, ein Sommerfest, eine Weihnachtsfeier und persönliche Spaziergänge mit der Geschäftsführung für genau diese Gesprächskultur.



## **Spenden**

Neben all den ganz konkreten, praktischen Dingen, die wir tun, spenden wir, neben Arbeitszeit, auch ganz schnöde Geld. Um genau zu sein 7965 € im Jahr 2022.

# PLANET - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Ohne einen gesunden Planeten gibt's gar nichts.  
Keine funktionierenden Businesses und auch keine glücklichen Menschen. Deswegen ist ökologische Nachhaltigkeit kein Thema, das man diskutieren muss. Fertig aus.



## Ökostrom

Eigentlich ein absoluter no brainer. Leider war das dann gar nicht so einfach, denn der Angriff auf die Ukraine hat nicht nur die Preise enorm erhöht, sondern auch einen Annahmestopp von Neukunden bei allen Ökostrom-Anbietern ausgelöst. Wir haben nicht aufgegeben und waren über Monate mit verschiedenen Anbietern im Austausch, bis wir im November endlich zu den Berliner Stadtwerken wechseln konnten. Regional und öko. So wie wir. Passt.



## Nachhaltigkeitsmanagement

Wer ist denn für den ganzen Kladderadatsch hier eigentlich hauptverantwortlich?  
Na klar, die Nachhaltigkeitsmanagerin. GUD.berlin hat eine eingestellt, um dafür zu sorgen, dass hier auch wirklich was passiert.



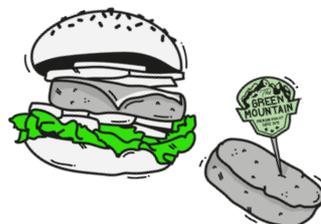
## Nicht abgehoben

Innerhalb Deutschlands wird nicht geflogen. Ganz einfach.  
Entweder wir sind mit der Bahn unterwegs oder die Termine finden remote statt.



## Gutes Catering

Es ist ein emotionales Thema, aber die Faktenlage ist eindeutig: Übermäßiger Fleischkonsum schadet uns aus verschiedensten Gründen. Die Viehwirtschaft sorgt bei Tieren, wie bei Menschen für Leid und Ausbeutung. Schlecht für's Klima und die Wasserbilanz ist es obendrein. Wir haben daher kurzen Prozess gemacht. Bei GUD.berlin gibt es ab jetzt nur noch vegetarisches und veganes Catering, bevorzugt regional und nach Möglichkeit verpackungsarm.



# REDUZIEREN, BILANZIEREN, KOMPENSIEREN:

DIE SACHE MIT  
DEM FUSSABDRUCK.



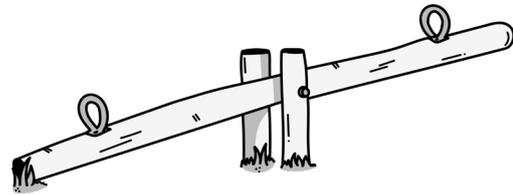
Die Bilanzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks ist mit diversen Anbietern schnell erledigt.

Befasst man sich allerdings detailliert mit der Thematik, wird schnell klar: So einfach ist es doch nicht und wer nicht aufpasst, betreibt schnell Greenwashing. **Wir haben das Thema komplett aufgerollt und sichergestellt, dass die Kompensation eine direkte Wirkung entfaltet und nur ein Puzzleteil auf unserem Weg in eine emissionsärmere Zukunft ist – nicht das Fundament.**

## Schritt 1

# BILANZIEREN.

Das haben wir getan. Wir kennen unsere CO<sub>2</sub>e-Emissionen, also den Corporate Carbon Footprint für das Jahr 2021 und 2022 und wir kennen die CO<sub>2</sub>e-Emissionen unserer Büro- und Technikausstattung.



## Der Fußabdruck im Detail

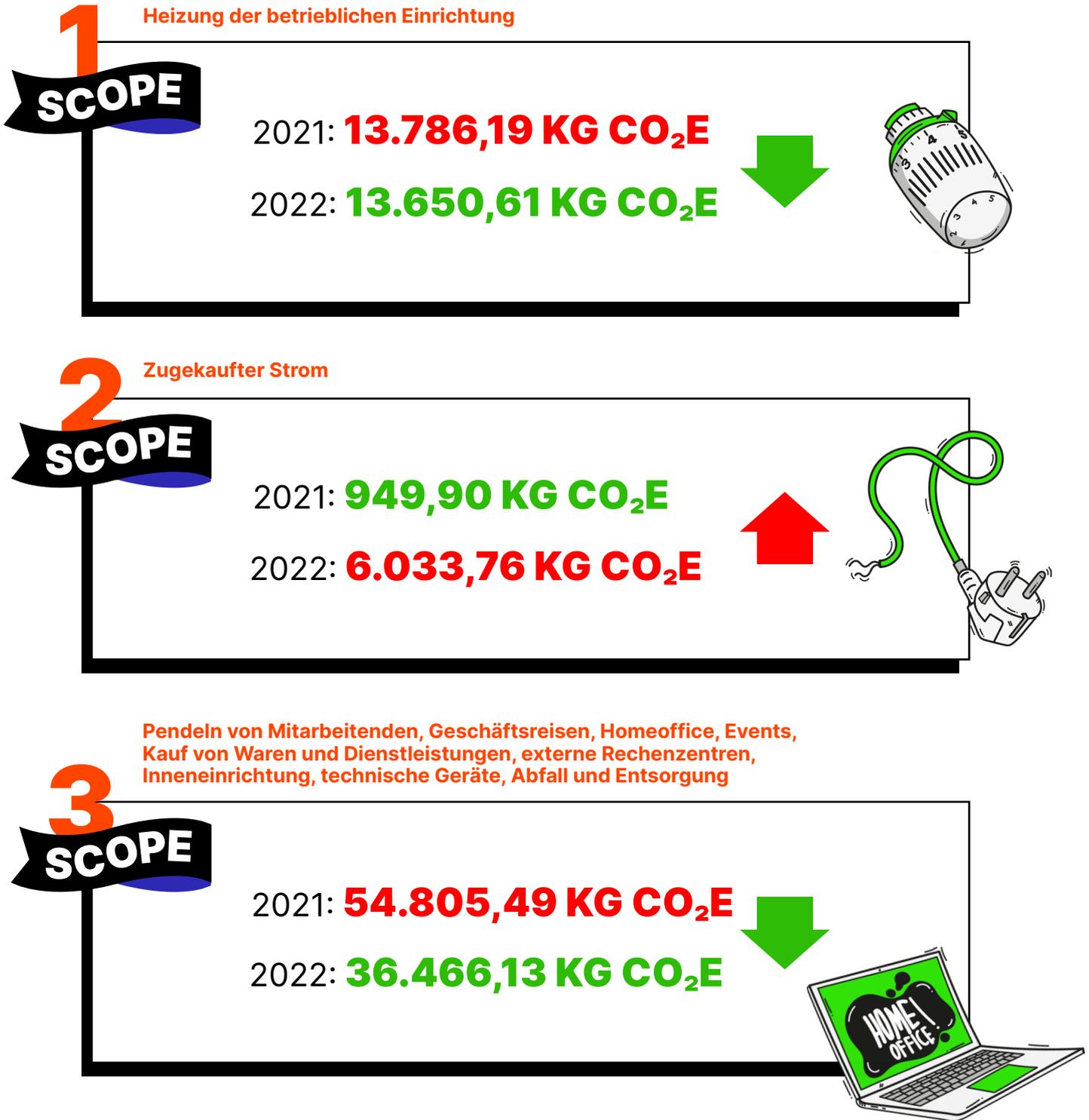
2021 haben wir zum ersten Mal unsere Treibhausgasemissionen gemäß dem **Greenhouse Gas Protocol** berechnet. Die Bilanzierung weist unsere Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette über Scope 1, 2 und 3 aus. Zudem haben wir die Bilanzierung für das Jahr 2022 ebenfalls abgeschlossen.

Scope 1 sind Emissionen, die direkt vom Unternehmen erzeugt werden, Scope 2 sind indirekte Emissionen des Energiebedarfs, Scope 3 beschreibt indirekte vor- und nachgelagerte Emissionen, die durch die Wertschöpfungskette entstehen. Vorgelagerte Emissionen sind Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette, im Zusammenhang mit Dienstleistungen und Waren. Nachgelagerte Emissionen sind indirekte Emissionen, die bei verkauften Waren oder Dienstleistungen auftreten.

**Es muss allerdings erwähnt werden, dass wir in Scope 3 eine kleine, aber nicht irrelevante Lücke haben, die wir aktuell nicht schließen können: Wie berechnet eine Kampagnenagentur die Emissionswirkung ihrer Produkte?**

Die gesamten Emissionen für den Standort belaufen sich in **2021 hierbei auf 69,5 Tonnen CO<sub>2</sub>e**. Dieser Wert ist gleichzusetzen mit den durchschnittlichen jährlichen Emissionen von sieben Personen in Deutschland. **Im Jahr 2022 belaufen sich die gesamten Emissionen auf 56,15 Tonnen CO<sub>2</sub>e**. Die Reduktion ergibt sich hier maßgeblich aus dem Einkauf von Möbeln und Technik für den Bürorumzug in 2021, welcher 2022 nicht mehr im selben Umfang nötig war. Im Gegenzug haben wir mehr Energie verbraucht, da in 2022 viele ins Büro zurückgekehrt sind und wir dazu auch mehr Mitarbeitende wurden.

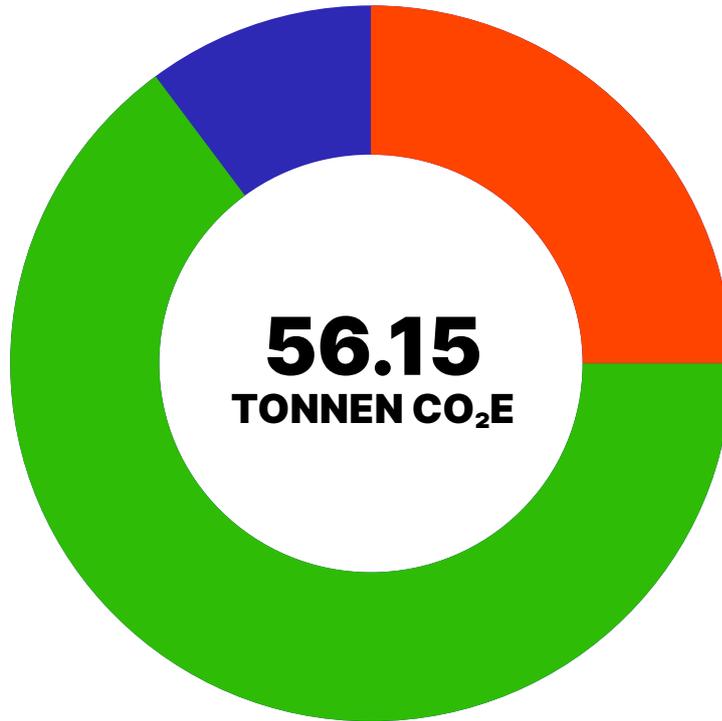
Die jeweiligen Emissionsquellen, aus denen sich dieser Gesamtwert\* zusammensetzt, können in die folgenden Scopes einsortiert werden:



**Treibhausgasemissionen gesamt:**



## Company Footprint.



● Scope 1

● Scope 2

● Scope 3

## Scopes.



## Das ist vergleichbar mit ...



366.411  
Autokilometer



165.149  
Kaffeetassen



72.996  
Flüge

## Regel Nummer 2

# REDUZIEREN.



Dieser Schritt ist ungleich wichtiger als Schritt 1. **Denn am besten sind Emissionen, die gar nicht erst in die Atmosphäre gelangen.** Wir haben bereits in 2022 mit einer ganzen Bandbreite an Maßnahmen begonnen, um unsere Emissionen und weitere negative Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft zu reduzieren.

Diese finden sich im [Anhang](#).

---

## Regel Nummer 3

# KOMPENSIEREN.

Was nicht reduziert werden kann, muss sinnvoll kompensiert werden.

### **Aber wie kompensiert man sinnvoll?**

Durch das Voranschreiten des menschengemachten Klimawandels und die Übernutzung bestehender Ressourcen setzen wir unsere Lebensgrundlagen und Zukunft aufs Spiel. Mehr und mehr CO<sub>2</sub>e reichern sich in der Atmosphäre an und bringen das System zum Kippen. Im Pariser Klimaabkommen wurde sich daher auf ein verbleibendes Rest-CO<sub>2</sub>e-Budget geeinigt.

Trotzdem stoßen wir täglich zu viel CO<sub>2</sub>e aus. Dieses Zuviel an Emissionen soll kompensiert werden. Die Idee der Kompensation ist, das selbst freigesetzte CO<sub>2</sub>e an anderer Stelle zu binden und somit auszugleichen. Leider sind viele der angebotenen Projekte dazu nicht geeignet, da sie auf unrealistischen Annahmen basieren, die Zeiträume zu weit in der Zukunft und zu spekulativ sind oder aber das Projekt den Klimaschutz gar ad absurdum führt.

**Dabei sollte das klare Ziel der Kompensation sein, dass sie nachweisbar Emissionen innerhalb des festgesetzten Budgets bindet und reduziert.**

**Bei der Kompensation geht es um Zusätzlichkeit.** Es muss viel getan werden, aber nicht alles ist deshalb automatisch sinnvoll. CO<sub>2</sub>e-Kompensation ist nur wirksam, wenn das Klimaschutzprojekt, das unterstützt wird, ohne diese Unterstützung nicht realisiert worden wäre.

## **Die richtigen CO<sub>2</sub>e-Zertifikate erwerben.**

Im europäischen Emissionshandel wird begrenzt, wie viel CO<sub>2</sub>e Unternehmen ausstoßen dürfen. Wollen sie mehr ausstoßen, müssen sie die Rechte dafür kaufen. Auch wir können solche Zertifikate erwerben, was bedeutet, dass diese nicht mehr für andere (fossile) Unternehmen verfügbar sind.

Das heißt: Es wird immer teurer, einfach Zertifikate zu kaufen statt zu reduzieren. Dadurch wird zwangsläufig weniger CO<sub>2</sub>e ausgestoßen und mehr in Innovation investiert.

Anders als bei der Kompensation steht dahinter kein Klimaprojekt, das spekulativ CO<sub>2</sub>e einspart. Man unterstützt also kein Projekt, das dem Klima hilft, sondern zahlt dafür, dass den Unternehmen weniger Rechte zur Verfügung stehen, es weiter zu zerstören. So können wir sicherstellen, dass perspektivisch wirklich weniger CO<sub>2</sub>e ausgestoßen wird. Klimaschutzprojekte zu unterstützen ist natürlich dennoch aus vielen Gründen sinnvoll!

Die Dekarbonisierung der Wirtschaft ist aber die einzige nachhaltige und auch wirtschaftliche Lösung. Nur so wird aus einer reinen Abgaben-Kostenstelle (der Kompensation) ein Innovationstreiber, um tatsächliche Emissionen zu reduzieren. Im selben Ausmaß, in dem die CO<sub>2</sub>e-Preise steigen, sollte die Reduzierung eben dieser Emissionen angestrebt werden.

## **Kompensation ist kein Ablasshandel.**

Eine sinnvolle CO<sub>2</sub>e-Bilanzierung macht zusammen mit einer Kompensation nur Sinn, wenn sie eine echte Reduktion zum Ziel hat und kein Abschreibungsposten ist.

Das Umweltbundesamt beziffert den Schaden, den 1 Tonne CO<sub>2</sub>e verursacht, mit 237 Euro ([Stand Juni 2023](#)). Diese Kosten steigen stetig. Ebenso steigen die Kosten für börslich gehandelte Verschmutzungszertifikate, allerdings nicht in gleicher Weise. Sie liegen im Juni 2023 bei 107 Euro pro emittierter Tonne CO<sub>2</sub>e.

**Good Practice verantwortungsvoller Unternehmen ist es, die Differenz zwischen den tatsächlichen Umweltkosten und den Zertifikatskosten als Investitionssumme für Reduktionsmaßnahmen und Innovationen zur Reduktion von Emissionen zu nutzen.**

# IN ZUKUNFT FÜR DIE ZUKUNFT:

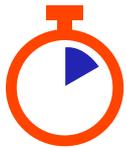
WIE GEHT'S WEITER?



**Aus den letzten Seiten folgt eine ganz klare Handlungsempfehlung unsererseits für die nächsten Jahre. Reduktion muss weiterhin im Fokus stehen, Kompensierung folgt. Daher haben wir folgende kurz-, mittel- und langfristigen Ziele formuliert.**

### **Klimaneutralisiert ab 2021**

Bereits seit 2021 erstellen wir einen Corporate Carbon Footprint/CO<sub>2</sub>e-Bilanz über Scope 1, 2 und 3 und kompensieren alle nicht reduzierbaren Emissionen über den börslichen Verschmutzungs-Zertifikatehandel der EU.



- **Kurzfristig** steht die Verringerung unserer betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 20 % bis 2024 im Vergleich zu 2021 im Fokus – im Idealfall trotz Ausweitung der Bilanzierung von Dienstreisen.



- **Mittelfristig** sollen sich die betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 50 % bis 2026 im Vergleich zu 2021 verringern. Außerdem sollen die Emissionen in Scope 3 um 50 % im Vergleich zu 2021 verringert werden. Zusätzlich wollen wir Freelancende und Projektemissionen in die CO<sub>2</sub>e-Bilanzierung einbeziehen.



- **Langfristig**: soll Netto-Null erreicht werden. Das heißt, dass unsere betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um mind. 70 % bis 2030 im Vergleich zu 2021 verringert werden. Dies wird ohne eine Umstellung der Heizung nicht zu erreichen sein. Wir sind also von externen Faktoren abhängig. Außerdem müssen die Emissionen in Scope 3 um 70 % im Vergleich zu 2021 verringert werden. Auch hier stehen die Einbindung der Freelancenden und Projektemissionen in die CO<sub>2</sub>e-Bilanzierung sowie die Optimierung der Projekte und Angebotsentwicklung hin zu emissionsarmen Projektalternativen im Fokus.

# 2023

**In diesem Jahr gilt es vor allem Angestoßenes einerseits umzusetzen und zu etablieren, aber auch zu konsolidieren. Nur, was auch nachhaltig getragen werden kann und funktioniert, ist eben wirklich nachhaltig. Unser Fokus gilt 2023 daher den folgenden Punkten.**

- Wir wollen die Heizautomatik so zum Laufen bekommen, dass sie auch wirklich Effizienz steigert und Emissionen reduziert.
- Unsere Arbeitsmanagement-Tools sollen weiter verbessert werden. Das beinhaltet das Optimieren von Prozessen durch Einbindung der Mitarbeitenden – in der Kreation als auch in der Beratung.
- Die Rollen, Verantwortlichkeiten und ein allgemeines Qualitätsverständnis sollen noch klarer und teilweise neu ausformuliert werden.
- Eine nachhaltige betriebliche Altersvorsorge soll angeboten werden.
- Das Obstangebots soll auf Bio-Qualität umgestellt werden.
- Für die Mittagspause sollen Mehrwegbehälter für alle Mitarbeitenden bereitgestellt werden.
- Ein transparenter Verhaltenskodex soll erstellt und eine anonyme Beschwerdemöglichkeit eingerichtet werden.
- Wir wollen mit WoodsUp kooperieren, um Bäume in der Innenstadt in der Nähe zu unserem Büro zu pflanzen.

**Neben den internen Verbesserungen ist die transparente Kommunikation dazu und die Unterstützung der Mitarbeitenden ein wichtiges Thema in dieser Transformation.**

- In Zukunft wollen wir das Thema Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in das Mitarbeitenden-Onboarding integrieren.
- Die Bilanzierungen sollen für alle Mitarbeitenden zugänglich gemacht und auf Projektebene ausgeweitet werden. Das soll zukünftig in Kooperation mit der Organisation Planted stattfinden.
- Das Engagement unserer Mitarbeitenden soll offen kommuniziert werden. Wir glauben, dass es wichtig ist, auch darüber zu reden, wenn etwas Gutes getan wurde.

# 2024

Um den gesellschaftlich aktuellen Tendenzen etwas entgegenzustellen, wollen wir in 2024 den Fokus auf Antidiskriminierung setzen. Darüber hinaus nehmen wir das Thema Dienstreisen noch einmal genauer unter die Lupe. Im Zuge der Stakeholderanalyse soll unser Verhaltenskodex mit unseren Freelancenden und Kund\*innen geteilt und gegebenenfalls überarbeitet werden.

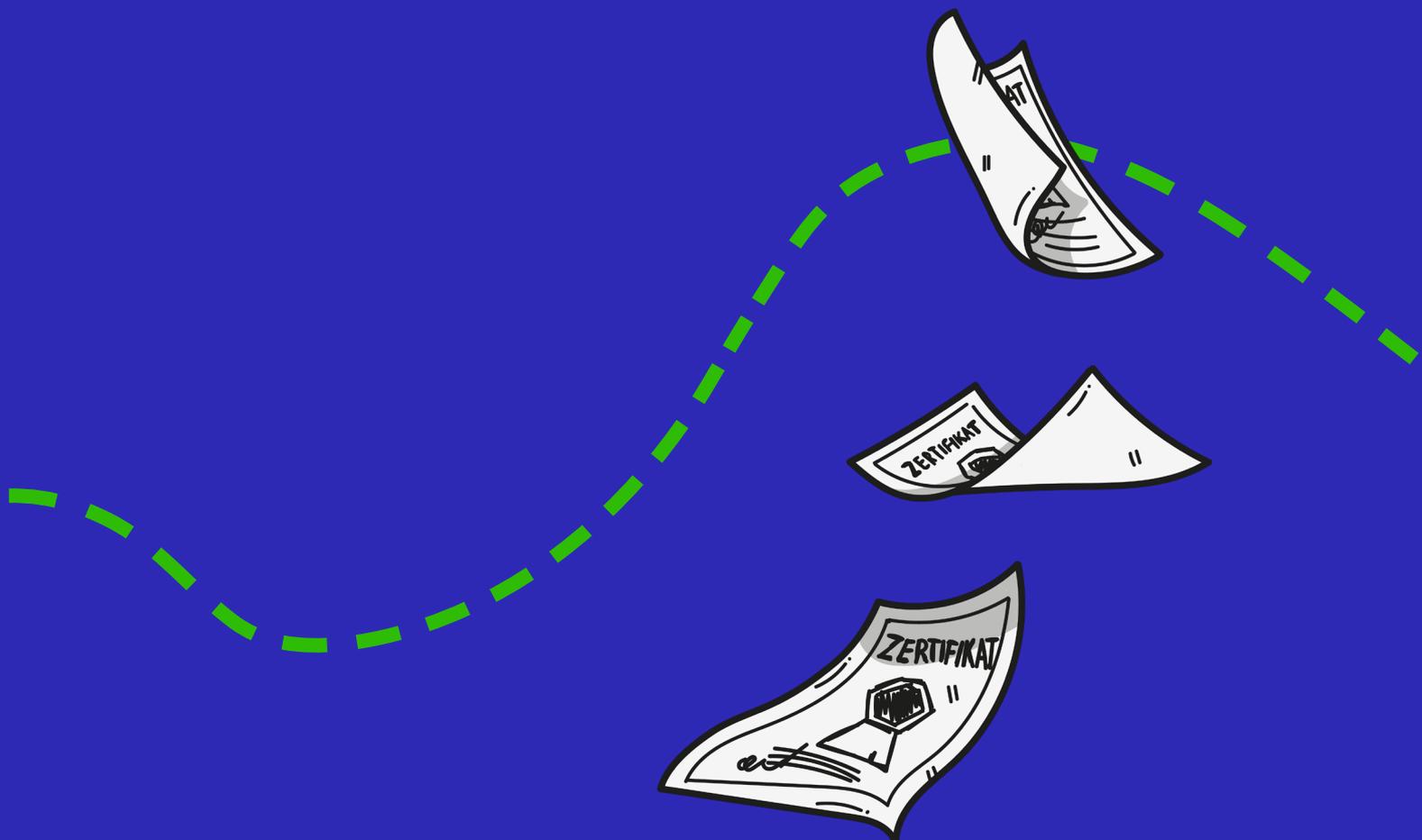
Und wenn wir sowieso schon im Austausch sind, wollen wir auch gleich mal sehen, ob wir im Bereich der CO<sub>2</sub>e-Projektbilanzierung nicht gemeinsame Wege finden – sowohl im Bereich Kompensation als auch Reduktion.

Noch völlig ungeklärt, aber eine Vision von GUD.berlin ist es, Strom aus eigener Erzeugung zu gewinnen. Wir setzen uns 2024 also auch mit der Hausverwaltung, Mietrecht und Fördertöpfen für Solarenergie auseinander.

Und weil der Kontakt zur Natur einfach immer GUD tut, ist auch ein möglicher Firmenwald im Gespräch.

# ZERTIFIKATE, AUSZEICHNUNGEN UND BILANZEN.

## UNSERE ERFOLGE



# AUSZEICHNUNGEN UND EXTERNE AUDITS

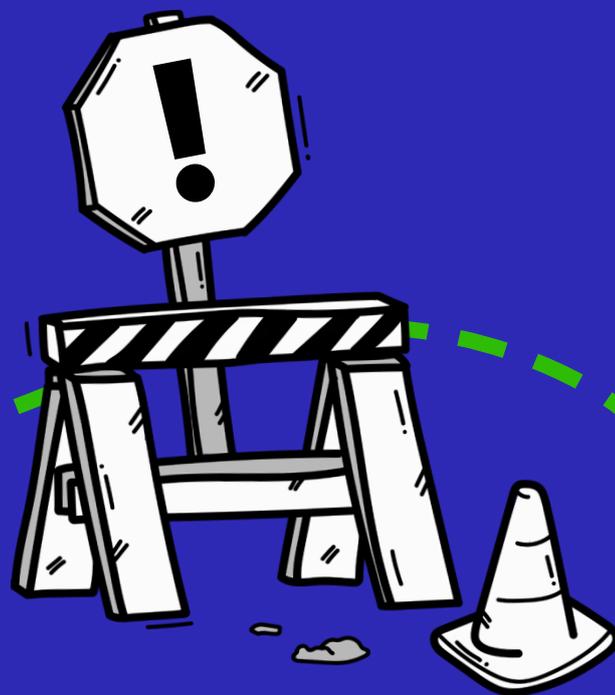


## GUD. klimaneutralisiert.

Wir haben, basierend auf unserer Bilanzierung, in 2021 über unsere Unternehmenstätigkeiten in Scope 1, 2 und 3 insgesamt CO<sub>2</sub>-Äquivalente von 69,5 Tonnen verursacht und diese über den gemeinnützigen Verein Compensators stillgelegt und damit dem Europäischen Markt nachhaltig entzogen. Die Kompensation der 56,15 Tonnen CO<sub>2</sub>e aus dem Jahr 2022 ist bereits angestoßen und wird zeitnah hier aktualisiert.



# DISCLAIMER: WIR LERNEN NOCH



## **Wir befinden uns auf einem Marathon. Dies ist die erste Etappe.**

Dieser Nachhaltigkeitsbericht beschreibt für unser Unternehmen und seine Stakeholder die wichtigsten ökologischen und sozialen Maßnahmen sowie die bisherigen Fortschritte und unsere zukünftige Strategie.

GUD.berlin unterliegt **nicht** den Veröffentlichungspflichten der 289b/315b des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) im Sinne des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes.

Wir haben jedoch sowohl unser Unternehmen als auch den Inhalt dieses Berichts mit den **Sustainable Development Goals (SDG)** verknüpft und sind derzeit dabei, unsere Datenerhebung mit Blick auf die **Standards der Global Reporting Initiative (GRI)** zu verbessern. Dieser Nachhaltigkeitsbericht verweist auf ausgewählte GRI-Standards. Für jeden angewandten GRI-Standard werden beim entsprechenden Informationsbereich die GRI-Referenzen oben rechts angegeben.

Der Inhalt dieses Berichts enthält neben vergangenheitsbasierten Fakten auch zukunftsgerichtete Aussagen über die Entwicklung von GUD.berlin sowie über wirtschaftliche und politische Entwicklungen. Diese Aussagen sind Einschätzungen, die wir auf Basis aller uns zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts zur Verfügung stehenden Informationen getroffen haben. Sollten die zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen oder weitere Entwicklungen eintreten, kann die tatsächliche Entwicklung von den gegenwärtig erwarteten Ergebnissen abweichen. Wir können daher keine Verantwortung für die zukünftige Richtigkeit dieser Aussagen übernehmen. Der Bericht wird in Zukunft regelmäßig aktualisiert und veröffentlicht, um die Beteiligten über unsere Fortschritte zu informieren.

Dieser Bericht wird elektronisch im pdf-Format in deutscher Sprache veröffentlicht.

# ÜBER DIESEN BERICHT.





**Aktueller, erster, Berichtszeitraum:**

01.01.2022 – 31.12.2022

**Berichtszyklus zukünftig:** jährlich

**Veröffentlichungsdatum:** 18.09.2023

**Letztes Update:** 18.09.2023

**Kontakt bei Fragen zum Report:** nachhaltig@gud.  
berlin

**PROJEKTLEITUNG, INHALT UND REDAKTION:**

Magdalena Eder

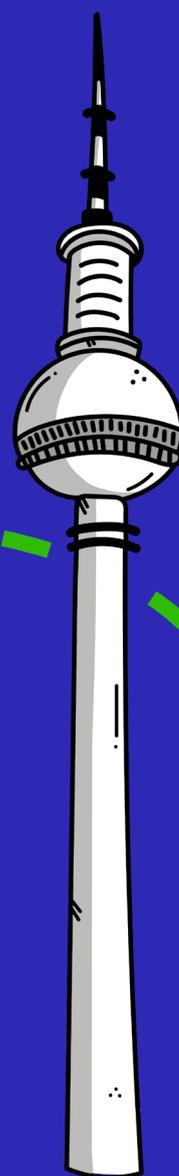
**KONZEPTION:** Magdalena Eder, Lucas Kämmerer,  
Eva Stöcker und Jasmin Weber

**TEXT:** Lucas Kämmerer

**LAYOUT:** Eva Stöcker und Jasmin Weber

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den [GRI-Standards](#) (Option „Kern“) erstellt. Dies bedeutet, dass unternehmensspezifische relevante GRI-Standards ausgewählt zur Anwendung kommen. Eine Übersicht findet sich im [GRI-Index](#).

**TRANSPARENZ,  
ERKLÄRUNGEN  
UND NOCH  
MEHR ZAHLEN.**



# NACHHALTIGE SELBSTVERPFLICHTUNG

## **Wir verpflichten uns zur Einhaltung folgender Nachhaltigkeitsrichtlinien, welche die gesamten täglichen unternehmerischen Arbeitsprozesse betreffen.**

- Wir setzen Nachhaltigkeit in ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen in den Kern unserer Werte und unseres Handelns.
- Wir schonen Ressourcen in allen Bereichen, von Wasser über Materialien bis Zeit.
- Wir trennen Müll und halten uns an das Prinzip vermeiden, verwerten, recyceln.
- Wir verzichten auf Kurzstreckenflüge und wählen stets das Transportmittel, welches die drei Aspekte der Nachhaltigkeit am ehesten vereint. Vor jeder Reise klären wir, ob ein persönliches Vor-Ort-Treffen echten Mehrwert im Gegensatz zu remote schaffen kann.
- Wir bevorzugen im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen nachhaltige und lokale Waren und Partner\*innen, wenn diese gleichwertige oder vertretbare Äquivalente darstellen.
- Bei Lebensmitteln bevorzugen wir biologischen Anbau, regionale Betriebe und verzichten konsequent auf Fleisch.
- Wir überprüfen regelmäßig unsere Nachhaltigkeitsziele, setzen uns Ziele für die kommenden Jahre und dokumentiere diese.
- Wir arbeiten an der aktiven Reduzierung unserer Emissionen und kompensieren über Verschmutzungszertifikate.
- Wir arbeiten konstant an der Verbesserung unserer Transparenz und internen Kommunikation.
- Wir fördern das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeitenden und deren Einbindung in unsere Umweltaktivitäten.
- Wir wählen unsere Kund\*innen mit Bedacht und behalten uns vor, mit ausgewiesenen Branchen nicht zu kooperieren: Rüstungsindustrie, Glücksspiel, Tabakindustrie, Atomkraft, Kohle- und Ölkonzerne.
- Wir ermutigen unsere Kund\*innen und andere Unternehmen ebenfalls nach nachhaltigen Prinzipien zu handeln.

# Maßnahmen im Überblick

Stand: August 2023

Maßnahmen nach Bereichen gelistet und aktuellem Stand und Umsetzungszeitraum ergänzt.

Viele der Maßnahmen haben kein Enddatum und laufen ab Start langfristig.

Hier wird das Startdatum vermerkt.

Maßnahme	Beschreibung	Bereich	Timing	Status
<b>Betriebliche Altersvorsorge</b>	Unternehmen sind gesetzlich verpflichtet, eine betriebliche Altersvorsorge anzubieten. Es gibt allerdings keine Weisung zur Art dieser. Wir haben uns daher dazu entschieden, bewusst auf eine zu setzen, welche mit einer nachhaltigen Bank mit klaren KO-Kriterien im Bereich ihrer Einlageninvests kooperiert.	People	2023	doing
<b>Raumpflegeteam</b>	Wir kooperieren mit Klara Grün, dem öko-sozialen Reinigungsdienst. Selbstgemischte nachhaltige Rezepturen in Mehrwegbehältern und faire, angestellte Arbeitsverhältnisse stehen hier im Zentrum.	People	2022	done
<b>Lärmschutz</b>	Großraumbüros bieten viele Möglichkeiten, aber auch wenig Ruhe und Rückzug, daher wurden drei Telefon- und Meetingboxen installiert, um für Ruhe für alle Mitarbeitenden selbst oder andere zu sorgen. Hier ist auch das Arbeiten an Stehplätzen möglich.	People	2021 und 2022	done
<b>Gesunde Snackalternative: Obstkorb</b>	Statt zuckerhaltiger Snacks gibt es zwei Obstkörbe pro Woche für die Mitarbeitenden.	People	2022	done
<b>Mitarbeitendenbeteiligung: Umfragen</b>	Regelmäßig wird die Beteiligung der Mitarbeitenden und das Feedback zu verschiedenen Themen anonym über themenbezogene Fragebögen ermöglicht.	People	2022	ongoing
<b>Mitarbeitendenbeteiligung: Events</b>	Neben den Klassikern Weihnachtsfeier und Sommerfest gibt es zusätzlich zu den Agenturtagen auch noch bei monatlichen Vollversammlungen sowohl neuen Input als auch die Möglichkeit, zu netzwerken und sich informell auszutauschen.	People	2021	ongoing
<b>Beschwerdemanagement</b>	Um dem Wachstum an Mitarbeitenden gerecht zu werden, wird ein standardisiertes Beschwerdemanagement implementiert. Dieses sieht sowohl den expliziten Beschwerdeweg als auch eine anonyme Anlaufstelle vor.	People	2023	started
<b>Transparenz erhöhen</b>	Es gibt vielerlei Möglichkeiten des Austausches: regelmäßige Projektbesprechungen, Jour-Fixes, Slack und Asana, um über Aktivitäten, Ergebnisse und Probleme zu diskutieren.	People	2023	doing
<b>Eigenverantwortung im Arbeitsalltag erhöhen</b>	Wir stellen die Kapazitätenplanung um. Zudem werden Aufgabenpakete in Asana transparent im Projekt eingegliedert.	People	2023	doing
<b>Integration fördern</b>	Zwei ukrainische Werkstudentinnen wurden 2022 durch Übernahme ihrer Studiengebühren und Mitarbeit an Projekten gefördert.	People	2022	done
<b>Ressourcen zu Verfügung stellen</b>	Teile der Agentur waren als Ankunftswohnung für Kriegsgeflüchtete für sechs Monate umfunktioniert.	People	2022	done
<b>Mobiles Arbeiten</b>	Durch Laptops, Mobiltelefone, VPN-Zugänge und flexible Arbeitsmodelle haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, neben den Officetagen auch im Homeoffice zu arbeiten.	People	2021	done
<b>Workation/Remote-Arbeiten</b>	Bis zu sechs Wochen im Jahr gibt es für alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, Workationzeit zu nehmen.	People	2023	done
<b>Fokus auf weibliche Förderung und gegen strukturellen Sexismus</b>	Frauen und Männer bei der Einstellung gleichzubehandeln ist das eine, aktiv gegen strukturellen Sexismus vorzugehen und die eigenen Strukturen zu reflektieren und zu überprüfen, das andere. Hier wollen wir einen Schwerpunkt setzen und unseren Beitrag leisten.	People	2024	to do
<b>Integrationsarbeit fördern</b>	Wir unterzeichnen die Charta der Vielfalt und ermöglichen interne Weiterbildungsmaßnahmen zu Inklusion.	People	2024	started
<b>Sabbatical</b>	Alle Mitarbeitenden haben nach Absprache ein Anrecht auf ein mehrmonatiges Sabbatical.	People	2019	done

<b>Faire Bezahlung</b>	Bei GUD.berlin ist faire Bezahlung unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Familienstand oder schulischem Background Ehrensache. Der aktuelle Faktor zwischen dem niedrigsten und dem höchsten Gehalt liegt bei: 1:3,67. Das bedeutet, dass der Unterschied zwischen niedrigstem und höchstem Gehalt vergleichsweise sehr gering ist.	People	-	ongoing
<b>Agenturtag</b>	Um die Mitarbeitenden abseits der Arbeit miteinander in Kontakt zu bringen und dabei noch etwas Gutes zu tun, gibt es seit 2022 die Agenturtag.	People	2022 und 2023	ongoing
<b>Gendersensible Sprache</b>	Um alle Geschlechter und Identifikationsformen inklusiv zu behandeln, wurde eine Regelung für inklusive und geschlechtssensible Sprache gefunden und sämtliche Schriftstücke überarbeitet.	People	2023	done
<b>Update Handbuch</b>	Zur Orientierung, Transparenz und Zugänglichkeit wurde das gesamte Handbuch für Mitarbeitende über Google Sites digital aufbereitet und überarbeitet. Hier finden sich alle relevanten Informationen und Verlinkungen für Mitarbeitende jederzeit zugänglich.	People	2023	ongoing
<b>Hybrides Arbeiten</b>	Neben Teilzeitmodellen und Wokation ist das ortsunabhängige Arbeiten aller Mitarbeitenden bei GUD fest verankert und wird durch mobile Endgeräte, VPN, Google Suite, Arbeitsmanagement-Tool und Vertrauensarbeitszeiten unterstützt.	People	2022	done
<b>Antidiskriminierung</b>	Es gibt viele Gründe, warum Menschen ungleich behandelt werden. Hier wollen wir unsere eigenen Strukturen und Vorurteile kritisch prüfen und aktiv dagegen angehen.	People	2024	todo
<b>Ökostrom</b>	Vom Stadtmix des Standardanbieters bei Einzug in die Räumlichkeiten wurde zum Ökostrom der Berliner Stadtwerke gewechselt.	Planet	2022	done
<b>CO<sub>2</sub>e-Bilanzierung</b>	Wir haben mit einem externen Anbieter basierend auf den GHG-Protokollen für 2021 und 2022 unsere CO <sub>2</sub> e-Emissionen bilanziert.	Planet	2021 und 2022	done
<b>CO<sub>2</sub>e-Kompensation</b>	Wir haben basierend auf der Bilanzierung die Emissionen der Jahre 2021 und 2022 über börslich gehandelte Verschmutzungszertifikate kompensiert.	Planet	2021 und 2022	done
<b>Heizungsautomatik</b>	Als Maßnahme zur Reduktion von Emissionen wurde im Frühjahr 2023 eine Heizautomatik eingebaut. Aktuell läuft diese noch nicht zufriedenstellend und stellt uns vor technische Herausforderungen. Hier suchen wir nach einer besseren Lösung.	Planet	2023	doing
<b>Catering</b>	Seit Sommer 2022 wird bei unseren Caterings, egal ob im Office oder außerhalb, auf fleischlose und bevorzugt regionale Kost gesetzt.	Planet	2022	done
<b>Obstkorb Bio-Umstellung</b>	Die wöchentlichen Obstkörbe wurden 2023 auf Bioqualität umgestellt.		2023	done
<b>Mehrweggeschirr</b>	Um die Masse an Wegwerfverpackungen für die täglichen Mittagessen der Mitarbeitenden zu reduzieren, wurden Mehrwegboxen aus Edelstahl angeschafft und den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt.	Planet	2023	done
<b>Schaltbare Steckerleisten</b>	Um den Energieverbrauch zu reduzieren und auch passive Stromquellen vom Strom zu trennen, werden schaltbare Steckerleisten installiert.	Planet	2023	ongoing
<b>Solarzellen (eigene Energieerzeugung)</b>	Im Zuge der Neuerungen im Energiegesetz wollen wir prüfen, ob und wie auch wir Teil der Energiewende sein können.	Planet	2025	to do
<b>Grünes Hosting</b>	Die konsequente Umsetzung eines nachhaltigen Hostings und Servermanagements wird geprüft und nach Möglichkeit umgesetzt.	Planet	2023	to do
<b>ÖPNV für Mitarbeitende</b>	Den Mitarbeitenden steht die Möglichkeit eines Deutschland-/Firmentickets zur Verfügung.	Planet	2022	ongoing
<b>Regentonne für Pflanzenbewässerung</b>	Für die Bewässerung der eigenen Hochbeete wird die Installation einer Regentonne geprüft.	Planet	2024	to do

<b>Nachhaltige Beschaffung bei Büromaterialien</b>	Der Ersatz gängiger Anbieter durch nachhaltigere Alternativen wird nach und nach geprüft und umgesetzt.	Planet	2024	to do
<b>Trinkwasser</b>	Im Büro wird Wasser gefiltert und statt Flaschen-Logistik zu nutzen per Sodastream gesprudelt.	Planet	2021	done
<b>Mülltrennung</b>	Die Entsorgung von speziellen und von trennbaren Abfällen (Metall, Bioabfall, Batterien, Korken, Papier, Restmüll, defekte Elektrogeräte oder Lampen) ist gut sichtbar und zentral organisiert. Mitarbeitende werden im Onboarding, bei Schulungen und per Aushang informiert. Jeder Arbeitsplatz hat einen eigenen Papierkorb.	Planet	2022	done
<b>Papierloses Büro</b>	Auf nicht zwingend nötige (rechtliche Basis) Ausdrücke wird konsequent verzichtet.	Planet	2022	done
<b>Nachhaltige Alternativen bei Hygienematerial</b>	Mit unserem Reinigungsdienstleistenden Klara Grün werden Toilettenpapier und Handtücher in Großbinden bestellt und auf die stets aktuell nachhaltigste Möglichkeit geachtet. Dünneres recyclestes Papier ist dabei Standard.	Planet	2022	done
<b>Vereinkooperation, um Bäume in der Region zu pflanzen</b>	Neben der Kompensation ist auch die Investition in das Senken von Kohlenstoff eine wichtige Maßnahme zur CO <sub>2</sub> e-Minderung. Hier wollen wir mit einem regionalen Verein kooperieren, um neuen Wald zu schaffen.	Planet	2023	to do
<b>Ressourcenschonendes Drucken</b>	Wir nutzen Leasing-Geräte und Toner-Wiederbefüllung inhouse. Für Kundenprojekte arbeiten wir mit nachhaltigen Berliner Druckereien.	Planet	2022	done
<b>Sensibilisierung der Kunden</b>	Wir streben sowohl durch eine öffentliche Bereitstellung unseres Verhaltenskodex und unserer nachhaltigen Prinzipien als auch über direkte Gespräche stets auch eine Sensibilisierung unserer Kund*innen zu nachhaltigen Themen an.	Planet	2023	ongoing
<b>Externes Audit</b>	2023 hatten wir unser erstes externes Audit in den Bereichen Umwelt, Ethik, Soziales und Beschaffung. Dabei erhielten wir von Ecovadis die Auszeichnung der Bronze-Medaille.	Planet	2023	done
<b>ÖPNV/Reiserichtlinie</b>	Bei GUD.berlin wird immer die nachhaltigste Form der Mobilität gewählt. Das bedeutet eine innerdeutsche NoFly-Policy, ÖPNV-Tickets für die Mitarbeitenden und eine Abwägung vor jeder Reise.	Planet	2022	done
<b>Bilanzierung der Dienstreisen</b>	Um den Scope 3 noch besser ausweisen zu können und eine Grundlage für die Projektbilanzierung zu legen, wollen wir die Dienstreisen zukünftig systematischer erfassen.	Planet	2024	to do
<b>Reduktionsziele</b>	Verringerung unserer betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 20 % bis 2024 im Vergleich zu 2021, im Idealfall trotz Ausweitung der Bilanzierung auf Dienstreisen.	Planet	2024	to do
	Verringerung unserer betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 50 % bis 2026 im Vergleich zu 2021; Verringerungen der Emissionen in Scope 3 um 50 % im Vergleich zu 2021; Einbindung der Freelancenden und Projektmissionen in die CO <sub>2</sub> e-Bilanzierung.	Planet	2026	to do
	Verringerung unserer betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um mind. 70 % bis 2030 im Vergleich zu 2021. Dies wird ohne eine Umstellung der Heizung nicht zu erreichen sein. Wir sind also von externen Faktoren abhängig; Verringerungen der Emissionen in Scope 3 um 70 % im Vergleich zu 2021; Einbindung der Freelancenden und Projektmissionen in die CO <sub>2</sub> e-Bilanzierung sowie Optimierung der Projekte und Angebotsentwicklung hin zu emissionsarmen Projektalternativen.	Planet	2030	to do

<b>Einrichtung eines Kreativraums</b>	Neben dem Bedarf an ruhiger Fokuszeit sind auch das aktive Sparring, der Austausch und das Brainstormen wichtige Elemente der kreativen Arbeit. Um dies zu unterstützen wird ein eigener Kreativraum mit modularen Möbeln, Kreativmaterialien und Inspirationsmaterial geschaffen.	Profit	2023	started
<b>Kundenportfolio</b>	Wir wählen unsere Kund*innen mit Bedacht und behalten uns vor, mit ausgewiesenen Branchen nicht zu kooperieren: Rüstungsindustrie, Glücksspiel, Tabakindustrie, Atomkraft, Kohle- und Ölkonzerne.	Profit	2023	ongoing
<b>Bilanzierung/Reduktion/Kompensation innerhalb von Projekten</b>	Zum besseren Verständnis der Auswirkungen innerhalb der Kundenprojekte wollen wir zukünftig auch die CO <sub>2</sub> e-Emissionen unserer Kunden-Kampagnen bilanzieren. Hier arbeiten wir aktuell an den Möglichkeiten einer ressourcenschonenden Implementierung in die Arbeitsabläufe.	Profit	2025	to do
<b>Innovation und Experimentieren</b>	Ein durch die Mitarbeitenden initiiertes und umgesetzter Hackathon wurde durchgeführt.	Profit	2022	done
<b>Arbeitsmanagement-Tool</b>	Nach einer Umfrage unter den Arbeitnehmenden in 2022 wurde der Bedarf nach einem zentralen Arbeitsmanagement-Tool in 2023 umgesetzt. Die Implementierung läuft aktuell.	Profit	2023	ongoing
<b>Work for Good: Pro Bono</b>	In 2022 kam Seawatch für eine Spendenkampagne auf uns zu. Damit das neue Schiff auslaufen konnte, haben wir bei GUD. berlin sehr gerne pro bono angepackt.	Profit	2022	done
<b>Bankwesen</b>	Seit 2022 werde alle Geldausgänge über eine nachhaltige Bank mit klaren KO-Kriterien für Investitionen getätigt. Der komplette Umzug aller Finanztätigkeiten soll 2024 abgeschlossen sein.	Profit	2022 - 2024	doing
<b>Geldspenden</b>	Seit Jahren wächst die kumulierte Summe, welche als Geldspenden verschiedenen Zwecken von Naturschutz über Geflüchtetenhilfe bis Tierschutz und Behinderten- und Rehabilitationssport zukommen.	Profit	-	doing
<b>Verhaltenskodex Mitarbeitende</b>	Um die Werte, welche unsere Zusammenarbeit betreffen, transparent zu machen, wurde ein Verhaltenskodex verfasst.	Profit	2023	doing
<b>Verhaltenskodex Freelancende</b>	Der Verhaltenskodex soll Basis der guten Zusammenarbeit nicht nur intern, sondern auch extern sein. Die Zurkenntnisnahme des Verhaltenskodex wird Teil der Vertragsabwicklungen mit Freelancenden und Dienstleistenden.	Profit	2024	to do
<b>Technik: Reparatur und Rückführung</b>	Um technische Gerätschaften möglichst lange in der Nutzung zu halten, werden diese immer wieder aufgearbeitet und repariert. Zukünftig soll überdies eine Spende von Altgeräten geprüft werden.	Planet	2022 -2024	ongoing
<b>Transparenz über unternehmerische Tätigkeiten</b>	Neben den verpflichtenden geschäftlichen Veröffentlichungen wird es 2023 erstmals einen freiwilligen, aber offiziell einsehbaren Nachhaltigkeitsbericht geben.	Profit	2022	done

# Glossar

Begriff	Erklärung
GF	Geschäftsführung
GRI	Global Reporting Initiative: Die GRI-Richtlinien sollen nachhaltige Entwicklung weltweit unterstützen und gleichzeitig Firmen, Regierungen, Investoren, Arbeitnehmenden und einer interessierten Öffentlichkeit vergleichbare Entscheidungs- und Orientierungshilfen bieten. Sie sollen Unternehmen/Organisationen bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten mit einem freiwilligen Rahmen für die Berichterstattung unterstützen. Durch die Festschreibung bestimmter Kennzahlen und Indikatoren zu wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Aspekten ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen wird die Vergleichbarkeit der Berichte erhöht.
CO <sub>2</sub> e	*e steht für equivalent - deutsch in der Schreibung Äquivalent - und meint alle Treibhausgase. Neben Kohlenstoffdioxid (CO <sub>2</sub> ) sind das auch noch Methan, Lachgas und fluoridierte Treibhausgase, welche alle in CO <sub>2</sub> -Äquivalente umgerechnet werden zur leichteren Veranschaulichung, aber teilweise viel schwerer wiegen.
CO <sub>2</sub> e-Äquivalent	Jedes Treibhausgas hat eine andere Auswirkung auf die Erderwärmung, da einige Gase länger in der Atmosphäre verbleiben als andere. Je nach Aktivität können innerhalb des Betriebs und entlang der Wertschöpfungskette von Unternehmen mehrere unterschiedliche Treibhausgase emittiert werden. Diese werden in Tonnen CO <sub>2</sub> e erfasst. Die Berechnung des CCF ermöglicht es Unternehmen, ihren Beitrag zum Klimawandel zu analysieren. Um Reduktionen zu implementieren, ist es wichtig, die einzelnen Treibhausgasemissionen korrekt zu verstehen und einordnen zu können. Das Treibhauspotenzial beschreibt die Strahlungswirkung (d. h. den Grad der Erwärmung der Atmosphäre) der verschiedenen Treibhausgase über einen bestimmten Zeitraum. Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> ) hat ein Treibhauspotenzial von 1, daher werden andere Treibhausgase relativ zu den Auswirkungen von CO <sub>2</sub> ausgedrückt. Das Treibhauspotenzial wurde entwickelt, um einen Vergleich der Auswirkungen auf die Erderwärmung durch verschiedene Gase zu ermöglichen. Je höher das Treibhauspotenzial, desto stärker erwärmt ein bestimmtes Gas die Erde im Vergleich zu CO <sub>2</sub> in diesem Zeitraum. Ein Beispiel: Während Methan (CH <sub>4</sub> ) etwa 12 und Distickstoffmonoxid (N <sub>2</sub> O) etwa 109 Jahre in der Atmosphäre verbleibt, hat CO <sub>2</sub> eine Verweildauer von mehreren tausend Jahren. Auch wenn CO <sub>2</sub> so viel länger in der Atmosphäre verbleibt, hat CH <sub>4</sub> in einem Zeitraum von 100 Jahren ein 27,9-mal höheres Treibhauspotenzial als CO <sub>2</sub> .
Pariser Abkommen	Das Übereinkommen von Paris ist ein völkerrechtlicher Vertrag, den 195 Vertragsparteien anlässlich der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC) mit dem Ziel des Klimaschutzes in Nachfolge des Kyoto-Protokolls geschlossen haben.  Das Übereinkommen wurde am 12. Dezember 2015 auf der UN-Klimakonferenz in Paris (COP 21) von allen Vertragsparteien der UNFCCC, seinerzeit 195 Staaten und die Europäische Union, verabschiedet und sieht vor, die globale Erwärmung auf „deutlich unter“ zwei Grad Celsius gegenüber der vorindustriellen Zeit zu begrenzen und Anstrengungen für eine Begrenzung auf 1,5 Grad Celsius zu unternehmen. Eine Überblicksstudie von Steffen et al. (2018) legt jedoch nahe, dass bereits das 2-Grad-Ziel nicht ausreichen könnte, um irreversible Rückkopplungen durch Kippelemente im Erdsystem sicher zu verhindern, die das Erdklima dann in eine Heizzeit überführen würden, deren Temperatur um mehrere Grad über der heutigen Temperatur liegen würde.
Klimaneutral	Der Begriff „klimaneutral“ bedeutet, rein rechnerisch kein CO <sub>2</sub> auszustößen. Das läuft normalerweise folgendermaßen: Ein Unternehmen berechnet seine Emissionen und kauft anschließend in der Höhe der eigenen Emissionen sogenannte Emissionszertifikate, die dann stillgelegt werden.
Klimaneutralisiert	Gerne wird von „klimaneutral“ gesprochen. Dies ist allerdings etwas irreführend, denn nichts ist klimaneutral und nichts wird durch eine Kompensation klimaneutral, denn die Emissionen sind ja entstanden. Korrekter ist es hier von „klimaneutralisiert“ zu sprechen. Das meint, das eine Emission durch eine Kompensation ausgeglichen, also neutralisiert wurde.
Klimapositiv	Wie der Name schon sagt, bedeutet das, noch mehr CO <sub>2</sub> zu kompensieren, als man verursacht hat. Dahinter steckt die Erkenntnis, dass die Ziele des Pariser Klima-Abkommens, das die Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius gegenüber der vorindustriellen Zeit zu begrenzen versucht, nur gelingen können, wenn wesentlich mehr CO <sub>2</sub> eingespart wird. Es geht hier also um mehr als nur neutral zu sein. Dabei drängt sich natürlich sofort die Frage auf: Wie viel mehr CO <sub>2</sub> muss man einsparen als verbrauchen, um guten Gewissens sagen zu können, man ist klimapositiv? Leider gibt es dafür keine einheitliche Antwort: Das Spektrum reicht von circa 20 % bis zu 50-80 % mehr Einsparung. Sinnvoll ist hier vor allem, dass neben der Kompensation zusätzlich ehrgeizige CO <sub>2</sub> -Einsparziele für die eigenen Emissionen an den Start gebracht werden, die dann auch signifikante, also messbare Erfolge nachweisen sollten.
Netto-Null	Im Gegensatz zu anderen Begriffen wie „klimaneutral“ (carbon neutral) gibt es keine gemeinsam beschlossene Definition dessen, was Netto-Null-Emissionen (Net Zero emissions) bedeutet. Das Diskussionspapier der Science Based Targets-Initiative beschreibt Net Zero für ein Unternehmen als das „Erreichen eines Zustands, in dem Treibhausgasemissionen aufgrund von Aktivitäten innerhalb der Wertschöpfungskette eines Unternehmens keine Netto-Auswirkungen auf das Klima haben. Das wird durch die Reduzierung von Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette gemäß 1,5° C-Pfaden erreicht, sowie durch den Ausgleich der Auswirkungen von verbleibenden Treibhausgasemissionen durch entsprechenden Abbau von CO <sub>2</sub> “.
Ecovadis Audit	Ecovadis ist ein Anbieter für Nachhaltigkeitsbewertungen. Mittels umfassender Fragebögen, Dokumentenscreenings durch ein externes Expert*innengremium und Transparentmachen der Ergebnisse teilnehmender Unternehmen entsteht ein CSR-Rating, welches Unternehmen einerseits prüft und andererseits vergleichbar macht. Die Methodik basiert auf internationalen Standards für Nachhaltigkeit, darunter Global Reporting Initiative, United Nations Global Compact sowie ISO 26000 und berücksichtigt über 200 Einkaufskategorien und mehr als 175 Länder. Die Nachhaltigkeits-Scorecard stellt die Leistung in 21 Indikatoren und vier Themen dar.
Materialitätsanalyse	Die Wesentlichkeitsanalyse (Materialitätsanalyse) ist ein Analysewerkzeug, welches im Rahmen der strategischen Analyse angewendet wird. Sie dient dazu, die für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen (Stakeholder) bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln. Auch die Global Reporting Initiative (GRI, 2006) fordert in ihrem Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung eine solche Wesentlichkeitsanalyse.

# Glossar

CSR - Corporate Social Responsibility	<p>Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung (oft auch als unternehmerische Sozialverantwortung bezeichnet) umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt) über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitenden (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessensgruppen (Stakeholdern). Heute wird häufiger der Begriff der ESGs verwendet: Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) (deutsch: Umwelt-, Sozial- und Regierungs-, Amts- oder Unternehmensführung) sind Kriterien und Rahmenbedingungen für die Berücksichtigung von Umwelt-, Nachhaltigkeits- und Sozialfragen innerhalb von Unternehmensführungen, öffentlichen Körperschaften, Regierungen und Behörden. ESG-Kriterien sind so konzipiert, dass sie in die Strategie eines Unternehmens eingebettet sind und die Bedürfnisse und Möglichkeiten der Wertschöpfung für alle Interessensgruppen des Unternehmens (wie Mitarbeitende, Kund*innen, Lieferant*innen und Geldgebende) berücksichtigen.</p>
Tripple Bottom Line	<p>Das Tripple Bottom Line-Modell der nachhaltigen Entwicklung (oft auch „Drei-Säulen-Prinzip der nachhaltigen Entwicklung“) geht von der Vorstellung aus, dass nachhaltige Entwicklung nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann. Nur auf diese Weise kann die ökologische, ökonomische und soziale Leistungsfähigkeit einer Gesellschaft sichergestellt und verbessert werden. Die drei Aspekte bedingen dabei einander.</p>
Sustainable Development Goals / SDGs	<p>Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (englisch Sustainable Development Goals, SDGs) sind politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen (UN), die weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen sollen. Sie wurden in Anlehnung an den Entwicklungsprozess der Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) entworfen und traten am 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) in Kraft. Im Unterschied zu den MDGs, die insbesondere Entwicklungsländern galten, gelten die SDGs für alle Staaten.</p> <p>Der offizielle deutsche Titel lautet "Transformation unserer Welt: Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung" (kurz: Agenda 2030). Synonym werden Globale Nachhaltigkeitsagenda, Post-2015-Entwicklungsagenda, Globale Ziele der UN und Weltzukunftsvertrag verwendet.</p>
Carbon Footprint	<p>Die CO<sub>2</sub>-Bilanz (auch Treibhausgasbilanz, CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, engl. Carbon footprint) ist ein Maß für den Gesamtbetrag von Kohlenstoffdioxid-Emissionen, die direkt und indirekt durch Aktivitäten verursacht werden oder während der Lebensstadien eines Produktes entstehen. Neben Kohlenstoffdioxid werden oft auch andere Treibhausgase bilanziert, meist in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (kurz t CO<sub>2</sub>-eq) berechnet. Allgemeine Bekanntheit erreichte der Begriff carbon footprint durch eine 250 Millionen US-Dollar teure Werbekampagne des Öl- und Gas-Konzerns BP im Jahr 2004 als Versuch, die Wahrnehmung der Verantwortung für die globale Erwärmung von der fossilen Energiewirtschaft hin zum individuellen Verbraucher zu lenken. (<a href="#">Link</a>)</p> <p>Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck hat in den letzten Jahren als Mittel an Bedeutung gewonnen, die Klimaauswirkungen von Aktivitäten wie Bereitstellung oder Konsum von Produkten und Dienstleistungen für einzelne Personen oder aggregiert für Organisationen und Staaten zu ermitteln. Auf dieser Basis können gezieltere Klimaschutz-Maßnahmen ergriffen werden, um angestrebte Klimaziele zu erreichen, z. B. die globale Erwärmung auf maximal 2°C Temperaturerhöhung zu begrenzen (Zwei-Grad-Ziel).</p>
Carbon Shadow	<p>Mit dem CO<sub>2</sub>e-Schatten, dem Carbon Shadow, ist im Gegensatz zum etablierten Begriff des Carbon Footprint, das größere Wirkungsfeld unserer täglichen Entscheidungen gemeint. Während der CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck alles auf ein Individuum zurückführt und damit einerseits den Druck auf den Einzelnen erhöht und andererseits den Wirkungsgrad der individuellen Leistung schmälert, betrachtet der Carbon Shadow auch die Emissionen, die nicht durch direktes Handeln, sondern durch mittelbare Entscheidungen auftreten. Dazu gehören auch Bereiche, die sich nicht direkt in CO<sub>2</sub>e quantifizieren lassen, aber weitreichenden Einfluss auf nachhaltigere Maßnahmen haben - ein Beispiel hier wäre der Wechsel einer Bank.</p>
GHG	<p>Das GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol, dt. „Treibhausgasprotokoll“) gilt als der verbreitetste Standard zur Erstellung von Treibhausgasbilanzen. Zahlreiche weitere Standards bauen auf ihm auf, darunter ISO 14064 und viele staatliche Unternehmensstandards.</p> <p>Das GHG Protocol ist eine private transnationale Standardreihe zur Bilanzierung von Treibhausgasemissionen (Carbon Accounting) und zum dazugehörigen Berichtswesen für Unternehmen und zunehmend für den öffentlichen Bereich. Die Entwicklung des GHG Protocol wird vom World Resources Institute (WRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) koordiniert. Die Standards des GHG Protocol knüpfen meist an solche des internationalen Klimapolitik-Regimes an und schließen Regelungslücken, die von staatlicher Seite noch nicht ausgefüllt wurden.</p>
Scope 1, 2, 3	<p>GHG Protocol-Standards unterscheiden, ähnlich vergleichbaren Standards, drei Bereiche (Scopes), denen Emissionen zugeordnet werden können:</p> <p>Scope 1: alle direkten, d. h. aus Quellen innerhalb der Grenzen stammenden, Emissionen</p> <p>Scope 2: die indirekten Emissionen aus außerhalb erzeugtem und eingekauftem Strom, Dampf, Wärme und Kälte</p> <p>Scope 3: alle sonstigen indirekten Emissionen, darunter die aus Herstellung und Transport eingekaufter Güter oder Verteilung und Nutzung der eigenen Produkte oder der Entsorgung von Abfällen. Auch Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen gehören hierzu.</p> <p>Während das GHG Protocol seine Anwender zur Erfassung der Scope 1- und Scope 2-Emissionen verpflichtet, ist Unternehmen die Erfassung der Scope-3-Emissionen freigestellt. Die Erfassung von Scope-3-Emissionen von Kommunen werden zum großen Teil nicht vom Standard abgedeckt.</p>

## Glossar

Lieferkette	Die Lieferkette (engl. Supply Chain) ist der gesamte Prozess von der Bestellung des Kunden bis zur Lieferung und Bezahlung des Produkts oder der Dienstleistung. Die Definition der Lieferkette umfasst damit die Planung, Durchführung und Kontrolle aller Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Material- und Informationsfluss vom Einkauf der Rohstoffe bis zur endgültigen Lieferung des Produkts an den Kunden.
Hackathon	Ein Hackathon (Wortschöpfung aus „Hack“ und „Marathon“) ist klassischerweise eine kollaborative Soft- und Hardwareentwicklungsveranstaltung. Alternative Bezeichnungen sind „Hack Day“, „Hackfest“ und „codefest“. Ziel eines Hackathons ist es, innerhalb der Dauer dieser Veranstaltung gemeinsam nützliche, kreative oder unterhaltsame Softwareprodukte herzustellen oder, allgemeiner, Lösungen oder Projekte für gegebene Probleme oder Aufgaben zu finden. Die Teilnehmenden kommen bei Software-Hackathons üblicherweise aus verschiedenen Gebieten und bearbeiten ihre Projekte in funktionsübergreifenden Teams. Hackathons haben immer ein spezifisches Thema oder sind technologiebezogen.

## GRI-Inhaltsindex (Kern)

Stand: August 2023

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option „Kern“) erstellt. Dies bedeutet, dass unternehmensspezifische relevante GRI-Standards ausgewählt zur Anwendung kommen. Für jeden angewandten GRI-Standard werden beim entsprechenden Textbereich die GRI-Referenzen im Text oben rechts angegeben. Eine Übersicht findet sich hier im GRI-Index.

<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>		
<b>Organisationsprofil</b>		
102-1	Name der Organisation	Seite 6
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Seite 6 und Webseite des Unternehmens: gud.berlin
102-3	Hauptsitz der Organisation	Seite 6
102-4	Betriebsstätten	Seite 6
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Seite 6
102-6	Belieferte Märkte	Seite 6
102-7	Größe der Organisation	Seite 6
102-8	Information zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitenden	Seite 7
102-9	Lieferkette	aktuell nur über Stakeholder abgebildet
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	trifft nicht zu
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	trifft nicht zu
102-12	Externe Initiativen	Seite 38, 39
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	steht noch aus - wird im Bericht 2023 nachgereicht
<b>Strategie</b>		
102-14	Erklärung der höchsten Entscheidungstragenden	Seite 4
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	Seite 18, 19
<b>Ethik und Integrität</b>		
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Seite 3, 4, 8, 19, 45
<b>Unternehmensführung</b>		
102-18	Führungsstruktur	Seite 6
102-19	Delegation von Befugnissen	Seite 6
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	Seite 4, 6
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>		
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	Seite 11, 19
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	Seite 11
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Seite 11
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	Seite 18
<b>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</b>		
102-47	Liste der wesentlichen Themen	Seite 12, 18, 19
102-50	Berichtszeitraum	Seite 42, 43
102-51	Datum des letzten Berichts	Seite 42, 43
102-52	Berichtszyklus	Seite 42, 43
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	Seite 42, 43
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Seite 42, 43
102-55	GRI-Inhaltsindex	Seite 53

<b>GRI 103: Managementansatz 2016</b>		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas	Seite 9
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	Seite 9
<b>GRI 302: Energie 2016</b>		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seite 29
<b>GRI 305: Emissionen 2016</b>		
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Seite 28, 29, 30
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Seite 28, 29, 30
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Seite 28, 29, 30
<b>GRI 401: Beschäftigte 2016</b>		
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	Seite 7



# VERHALTENSKODEX - Code of Conduct

Warum dieser Kodex?

Als Orientierung für alle GUDen und Stakeholder\*innen in Form von Kund\*innen  
sowie Geschäftspartner\*innen

Ansprechpartner

Geschäftsführung

Stand

Oktober 2023

## **Allgemeines**

GUD.berlin ist eine Kampagnenagentur. Wir lieben Kampagnen und möchten mit Kommunikation Welten ändern und glücklicher machen.

Unsere Stärke: Ein erfahrenes Kernteam, welches durch ein multidisziplinäres Kollektiv von Expert\*innen ergänzt wird. So macht sich GUD.berlin die Einzigartigkeit der Berliner Kreativszene zu eigen. So profitieren unsere Kund\*innen in ihren Projekten immer wieder aufs Neue von den besten und effektivsten Kreativen.

GUD ist eine unabhängige, inhabergeführte Agentur, in der institutionelle Neutralität und Unparteilichkeit gewährleistet sind.

## **Verhaltenskodex – Code of Conduct**

Der vorliegende Verhaltenskodex ist Basis aller Geschäftstätigkeiten. Er bildet die Basis einer guten Zusammenarbeit und ist, zusammen mit den Werten, die Richtschnur des Handelns aller Mitarbeitenden und Stakeholder\*innen bei GUD.berlin, egal, auf welcher Hierarchieebene sie sich befinden.

Darin bekennen wir uns unter anderem zu uneingeschränkter Gesetzeskonformität und Transparenz sowie zur kontinuierlichen Verbesserung der Geschäftsprozesse unter ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Gesichtspunkten. Der Verhaltenskodex ist ebenfalls die Basis im Umgang mit Freelancer\*innen, Geschäftspartner\*innen und Kund\*innen. Von allen Mitarbeitenden wird ein hohes Maß an sozialer und ethischer Kompetenz erwartet. Dieser Maßstab gilt auch bei der Auswahl unserer Geschäftspartner\*innen und Neukund\*innen.

Die Informationen über die Inhalte, sowie betriebliche Umsetzung erhalten alle Mitarbeitenden innerhalb ihres Onboardings sowie freie Mitarbeitende zusammen mit den Vertragsunterlagen. Kund\*innen können den vorliegenden Verhaltenskodex auf der Webseite einsehen.

Verantwortungsvolles und gesetzmäßiges Handeln sollte selbstverständlich sein. Dieser Verhaltenskodex enthält deshalb keine neuen Regeln, sondern veranschaulicht die Anforderungen an unser Verhalten sowohl im Außen- als auch im Innenverhältnis bei der Erfüllung unserer Aufgaben. Hierbei sind die Mitarbeitenden ausschließlich

dem Unternehmen und nicht den Einzelnen – wie zum Beispiel den Vorgesetzten – verpflichtet.

- ❖ **Fairer Wettbewerb:** Das Kartellrecht bezweckt die Sicherung und Aufrechterhaltung eines freien und unverfälschten Wettbewerbs im Interesse aller Marktteilnehmer\*innen. Kartellrechtliche Gebote und Verbote betreffen insbesondere:
  - das Verbot von Absprachen zwischen Wettbewerber\*innen über Preise, Gebietsaufteilungen, Kund\*innengruppen oder Produktionsmengen
  - das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung
  - ein abgestimmtes Verhalten, informelle Gespräche oder Absprachen, die eine Wettbewerbsbeschränkung bezwecken oder bewirken.

- ❖ **Verbot von Korruption, Geldwäsche und Vorteilsgewährung:** Korruption und Vorteilsgewährung – egal in welcher Form – werden bei GUD.berlin nicht geduldet. Im Zusammenhang mit unserer geschäftlichen Tätigkeit dürfen keine persönlichen Vorteile gefordert, angenommen, angeboten oder gewährt werden. Sofern ein\*e Mitarbeiter\*in mit einem entsprechenden Angebot oder Verlangen konfrontiert wird, muss dies umgehend den Vorgesetzten gemeldet werden. Geschenke und Einladungen dürfen grundsätzlich nicht verteilt oder angenommen werden. Ausnahmen gelten bei allgemein üblichen Gelegenheits- oder Werbegeschenken und bei Geschenken, die der Sitte und Höflichkeit entsprechen. Gleiches gilt für Einladungen. Zweifelsfälle sind mit den Vorgesetzten oder HR zu klären.

Die Verwendung von Vermögenswerten oder Geldmitteln von GUD.berlin sowie die Durchführung von Geschäften sind nur dann zulässig, wenn die jeweiligen Vorgänge ordnungsgemäß verbucht und ausgewiesen werden. Alle Eintragungen in Bücher und Unterlagen von GUD.berlin müssen der Wahrheit entsprechen sowie vollständig und genau sein. Sie müssen lückenlos und gemäß den allgemeinen Buchführungsvorschriften vorgenommen werden. Zahlungsanträge sowie Zahlungen dürfen ausschließlich im Unternehmensinteresse und nur für gesetzlich zulässige Zwecke gestellt bzw. vorgenommen werden. Sie müssen mit den entsprechenden Zahlungsunterlagen übereinstimmen. Die Steuergesetze sind einzuhalten und werden von extern geprüft.

- ❖ **Datenschutz:** Der Schutz personenbezogener Daten unserer Kund\*innen und Mitarbeitenden sowie die Achtung nationaler, europäischer wie internationaler Datenschutzregelungen ist für uns selbstverständlich. Wir richten unser Handeln darauf aus, personenbezogene Daten stets nur unter Abwägung der Interessen des Einzelnen und nach Bewertung aller Datenschutzrisiken zu verarbeiten. Unsere Sicherheitsstandards verfolgen insbesondere das Ziel, den unrechtmäßigen Gebrauch durch Unbefugte zu verhindern. Auch unsere Geschäftspartner\*innen werden entsprechend zum sorgsamem Umgang mit solchen Daten verpflichtet. Wir handeln nach der DSGVO. Hierzu bekommen alle Mitarbeitenden beim Onboarding ein Dokument, sowie eine Einführung zur Information, welche Daten wir speichern und wie mit zur Verfügung gestellten Daten umzugehen ist. Nähere Informationen finden sich in den internen "TOM" (Technische und organisatorische Maßnahmen zur Gewährleistung des Datenschutzes). Fragen zum Datenschutz oder unserem Datenschutzbeauftragten können an [datenschutz@gud.berlin](mailto:datenschutz@gud.berlin) gestellt werden.
  
- ❖ **Interna und Verschwiegenheit:** Alle Mitarbeitenden sind vertraglich verpflichtet, über alle betrieblichen Angelegenheiten, insbesondere Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, die während der Tätigkeit bekannt geworden sind, auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses Stillschweigen zu wahren.
  
- ❖ **Soziale Verantwortung:** Die Beachtung der Menschenrechte und der fundamentalen Sozialstandards ist der Grundsatz jedes menschlichen Zusammenlebens. Arbeitsbedingungen, die solche Rechte und Standards verletzen, widersprechen diesem Grundsatz. Wir bezahlen stets branchenüblich und immer über dem geltenden Mindestlohn, unabhängig von der Art des Arbeitsverhältnisses. Das gilt innerhalb unseres Unternehmens ebenso wie in der Zusammenarbeit mit Geschäftspartner\*innen. Neben der Bezahlung über Mindestlohn sind auch weitere, im deutschen Recht großteils auch verankerte, soziale Aspekte, wie die gesetzliche Krankenversicherung, Anspruch auf bezahlte Urlaubstage, sowie Krankengeld, Mutterschutz, Möglichkeiten des geschützten Stillens, Elternzeit und Kinderkrankenpflegetage, bei GUD.berlin selbstverständlich und vollumfänglich unterstützt. Darüber hinaus legen wir einen Fokus auf die Vereinbarkeit von Arbeit und Familienleben (auch über die

Betreuung eigener Kinder hinaus) und bieten die Option auf Teilzeitarbeit, flexible Arbeitszeiten und Remote-Arbeitszeiten an. Alle Mitarbeitenden tragen in ihrem Zuständigkeits- und Einflussbereich Verantwortung dafür, dass die Menschenrechte und fundamentalen Sozialstandards nicht verletzt werden. Wir unterstützen die Menschenrechtserklärung der Vereinten Nation (UN): [Link Human Rights Declaration](#) und die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen: [Link Leitprinzipien:EN](#). Darüber hinaus verpflichten wir uns den [UN Global Compact Leitprinzipien](#) und damit auch der darin enthaltenen [Sustainable Development Goals \(SDGs\)](#).

- ❖ **Verbot der Diskriminierung:** Alle Mitarbeitenden und Geschäftspartner\*innen haben das Recht auf faire, höfliche und respektvolle Behandlung durch Vorgesetzte und Kolleg\*innen. Niemand darf aufgrund von Hautfarbe, Nationalität, Abstammung, Geschlecht, des Glaubens oder der Weltanschauung, der politischen Einstellung, des Alters, der individuellen körperlichen Konstitution, sexuellen Orientierung, des Aussehens oder sonstiger persönlicher Eigenschaften diskriminiert, das heißt, ohne sachlichen Grund benachteiligt werden. Wir alle sind verpflichtet, die persönliche Würde und die Sphäre Anderer zu achten. Belästigungen und jede Form unerwünschter körperlicher Kontakte sind zu unterlassen und verboten. Bei Erleben oder Beobachten derartiger Vorkommnisse ist die Diskriminierungsbeauftragte (*aktuell Katja Krökel - [katja.kroekel@gud.berlin](mailto:katja.kroekel@gud.berlin)*) zu informieren.
  
- ❖ Wo immer eine geschlechtsneutrale Formulierung nicht möglich und eine geschlechtsspezifische Formulierung nicht bestimmt zutreffend ist, verwenden wir das \* (Sternchen/Asterisk) als Mittel der gendersensiblen Schreibung im Deutschen, um als Platzhalter in Personenbezeichnungen neben männlichen und weiblichen auch nichtbinäre, diversgeschlechtliche Personen typografisch sichtbar zu machen und einzubeziehen.  
Menschen, welche aufgrund von Krankheit oder körperlicher Einschränkung ständig oder zeitlich beschränkt auf spezielle Unterstützung im Arbeitsumfeld angewiesen sind, bekommen diese individuell passend bereitgestellt. Dies kann von speziellen technischen Gerätschaften, über eine Beachtung bei der Sitzordnung bis hin zu Assistenzen oder gesonderten Pausenstrukturen

mannigfaltig ausgestaltet sein und ist daher nicht standardisiert. Vielmehr steht die Geeignetheit der Maßnahme im Zentrum.

❖ **Beschwerdemanagement und Whistleblowing:**

Damit Beschwerdemechanismen funktionieren, müssen Betroffene wissen, dass es sie gibt, wie sie diese nutzen können und auf welche Weise sie eine Beschwerde formulieren. Und sie müssen sich sicher sein, dass ihr Anliegen vertraulich bleibt, wenn sie es wünschen. All dies wird bei GUD.berlin durch verschiedene direkte und indirekte Kanäle gewährleistet.

- Direkte Beschwerde: Sowohl im informellen direkten Austausch über alle zur Verfügung stehenden Kanäle (Slack, Mail, Telefon, persönlicher Kontakt) wie auch im Zuge regelmäßig (mindestens jährlich) stattfindender Feedbackgespräche können Mitarbeitende und Vorgesetzte unabhängig der Hierarchieebene ihre Themen vorbringen, erörtern und lösen.
- Indirekte Beschwerde: Über die Vertrauenspersonen im HR (Katja Krökel und Niclas Hoppe) können Beschwerden, Bedenken oder sensible Informationen auf niedriger Schwelle geteilt und bearbeitet werden. Sollte dies nicht gewünscht sein, steht es jedem Mitarbeitenden frei, eine externe Mediation hinzuzuziehen.
- Anonyme Beschwerde: [Link zum anonymen Beschwerdeformular von GUD.berlin](#)
- In allen Fällen von Beschwerden und Hinweisen zu Missständen garantiert die Geschäftsführung den meldenden Personen den Schutz vor Repressionen.

❖ **Sicherheit, Umweltverantwortung und Nachhaltigkeit:** Die Vermeidung und sichere Beherrschung von Gefahren für Mensch und Natur ist ein wesentlicher Bestandteil verantwortungsbewussten Handelns. Unabdingbar ist die Einhaltung aller Sicherheitsvorschriften, gleichgültig, ob sie vom Gesetz vorgegeben, von den zuständigen Behörden erlassen oder in Unternehmensrichtlinien geregelt sind. Im eigenen Interesse, aber auch im Interesse der Kolleg\*innen und des ganzen Unternehmens, sind die Sicherheitsvorschriften stets und konsequent anzuwenden. Alle sind für die Sicherheit in ihrem Arbeitsumfeld mitverantwortlich. Alle Mitarbeitenden werden diesbezüglich geschult und eingewiesen.

Besonders umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln ist für uns ethische und unternehmerische Pflicht. Wir leisten damit einen Beitrag zum Erhalt der natürlichen Ressourcen, der Artenvielfalt sowie zum Schutz unseres Klimas auch für zukünftige Generationen und sichern so unsere eigene Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit langfristig. Die Einhaltung der jeweils geltenden umweltrechtlichen Vorschriften ist hierfür Grundbedingung. Umweltbezogene Aspekte werden bei jeder unternehmerischen Entscheidung berücksichtigt. Um die Mitarbeitenden hierbei dauerhaft und fortlaufend zu stärken, unterstützt GUD.berlin sie kontinuierlich durch Information und aktive Hilfe.

### **Basis ist die nachhaltige Selbstverpflichtung**

Wir verpflichten uns zur Einhaltung folgender Nachhaltigkeitsrichtlinien, welche die gesamte unternehmerischen täglichen Arbeitsprozesse betreffen:

- ❖ Nachhaltigkeit in ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen steht im Kern unserer Werte und unseres Handelns.
- ❖ Wir schonen Ressourcen in allen Bereichen, von Wasser über Materialien bis Zeit.
  - Alle zur Verfügung gestellten technischen Gerätschaften werden regelmäßig gepflegt und gewartet, sowie bei Bedarf repariert und aufgearbeitet. Neuanschaffungen müssen vorab geprüft werden: Wiederverwertung und Recycling ist der Neuanschaffung stets vorzuziehen.
  - Digitale Versionen sind Ausdrucken stets vorzuziehen.
  - Der sparsame Umgang mit Unternehmensressourcen ist selbstverständlich. Bei jedem Einsatz von Mitteln ist zu prüfen, ob er im Interesse von GUD.berlin und der Umwelt erfolgt.
- ❖ Wir trennen Müll und halten uns an das Prinzip "Vermeiden, verwerten, recyceln".
  - Am Standort wird Müll getrennt und getrennt entsorgt. Alle Mitarbeitenden werden hierzu beim Onboarding geschult und über Aushänge informiert. Die Vermeidung von Müll wird durch das papierlose Büro und die Bereitstellung von Mehrwegbehältern

sowie von gefiltertem Wasser und einer Sprudelanlage weiter unterstützt.

- ❖ Wir verzichten auf Kurzstreckenflüge und wählen stets das Transportmittel, welches die drei Aspekte der Nachhaltigkeit am ehesten vereint. Vor jeder Reise klären wir, ob ein persönliches Treffen vor Ort echten Mehrwert im Gegensatz zu einem Remote-Meeting schaffen kann.
  - Innerhalb Deutschlands wird ausschließlich mit der Bahn gereist, wobei die zweite Klasse standardmäßig gebucht wird. Bei Reisen außerhalb Deutschlands sind vorab alternative Möglichkeiten (z. B. Remote-Meetings) zu prüfen und eine Abwägung der Verhältnismäßigkeit zwischen Flug- und Bahnverbindung zu treffen. Darüber hinaus verzichten wir ausnahmslos auf Dienstwagen und bieten unseren Mitarbeitenden ein Firmenticket/Deutschlandticket für ihre Reise und Pendelbedarfe an.
- ❖ Wir bevorzugen im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen nachhaltige und lokale Waren und Partner\*innen, wenn diese gleichwertige oder vertretbare Äquivalente darstellen.
- ❖ Bei Lebensmitteln bevorzugen wir biologischen Anbau, regionale Betriebe und verzichten konsequent auf Fleisch.
- ❖ Wir überprüfen regelmäßig unsere Nachhaltigkeitsziele, setzen uns Ziele für die kommenden Jahre und dokumentieren diese.
  - Hier findet sich unser erster freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht [\[LINK\]](#)
- ❖ Wir arbeiten an der aktiven Reduzierung unserer Emissionen und kompensieren über Verschmutzungszertifikate.
  - Wir bilanzieren unseren unternehmerischen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck in Scope 1, 2 und 3 und kompensieren alle nicht vermeidbaren [Emissionen seit 2021 über börslich gehandelte Verschmutzungszertifikate](#).
- ❖ Wir arbeiten konstant an der Verbesserung unserer Transparenz und internen Kommunikation.
- ❖ Wir fördern das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeitenden und deren Einbindung in unsere Umweltaktivitäten

➤ Jede\*r von uns ist zu umweltbewusstem Handeln aufgefordert.  
Alle Mitarbeitenden erhalten eine Schulung zum Thema Emissionen und ökologischem sowie sozialem Verhalten im Zuge des Onboarding. Damit wir hierzu auch dauerhaft in der Lage sind, bieten wir darüber hinaus regelmäßige Fortbildungsmaßnahmen, beispielsweise durch unsere Nachhaltigkeitsmanagerin, an.

- ❖ Wir wählen unsere Kund\*innen mit Bedacht und behalten uns vor, mit ausgewiesenen Branchen nicht zu kooperieren: Rüstungsindustrie, Glücksspiel, Tabakindustrie, Atomkraft, Kohle- und Ölkonzerne.
- ❖ Wir ermutigen unsere Kund\*innen und andere Unternehmen ebenfalls nach nachhaltigen Prinzipien zu handeln.

Berlin, Oktober 2023



---

Annelie Deutscher

Geschäftsführung

# Leitlinie zur nachhaltigen Beschaffung

Datum: 22.12.2023

Version: 01

Verantwortlich für die Überwachung der Umsetzung der Leitlinie zur nachhaltigen Beschaffung innerhalb des Unternehmens sowie das Onboarding neuer Mitarbeitenden und Schulung des Personals zu dieser Politik sind die Personalabteilung, das Office Management und das Nachhaltigkeitsmanagement.

Der Geltungsbereich erstreckt sich über feste Mitarbeitende, Dienstleistende und Freelancende.

Diese Richtlinie wird jährlich überprüft. Die nächste Überprüfung erfolgt bis 22.12.2024.

GUD.berlin ist sich bewusst, dass die unternehmerische Verantwortung nicht bei den internen Prozessen und Aktivitäten endet, sondern sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette erstreckt. Nachhaltigkeitskriterien, die Wahrung von Menschenrechten und Verbindlichkeit spielen daher auch in der Zusammenarbeit mit Freelancenden, der Beauftragung von Dienstleistenden und dem Einkauf von Waren eine zentrale Rolle.

Im Rahmen unseres kontinuierlichen Engagements konzentrieren wir uns auf folgende Initiativen:

## **Lieferkette Dienstleistende und Zusammenarbeit mit Freelancenden**

Die Grundlage für die gute Zusammenarbeit mit Lieferanten bietet, wie auch für jeden internen Mitarbeitenden und das gesamte unternehmerische Handeln, der Verhaltenskodex, welcher sowohl die Bereiche Ökologie und Soziales als auch Governancethemen abdeckt.

Ziel des Standards ist die systematische Förderung einer nachhaltigen Entwicklung im Beschaffungsprozess. Die darin formulierten Kriterien und Verhaltensregeln sollen die Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten für alle Prozessbeteiligten praktikabel machen.

Nicht zuletzt strebt der Standard auch die Sensibilisierung der Mitarbeitenden zum Thema „Nachhaltigkeit“ an, da eine nachhaltige Entwicklung nur unter Beteiligung möglichst vieler Menschen erreichbar ist.

Konkretes Ziel in diesem Bereich ist die Steigerung des Prozentsatzes der Lieferanten, die den Verhaltenskodex unterzeichnen, auf mindestens 90 % bis 2030 im Vergleich mit dem Einführungsjahr 2023. Die Überprüfung findet dabei einerseits durch den quantitativen Rücklauf der unterzeichneten Dokumente statt, andererseits auch qualitativ durch laufende Gespräche, Augenschein-Kontrollen und enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten mit dem Ziel der Plausibilitätsprüfung, wie auch stetigen Sensibilisierung und Weiterentwicklung.

Maßnahme	2023	2024	2025
Umstellung des Reinigungsdienstes für die Büroräume auf einen fairen ökosozialen Dienstleister mit Fokus auf soziale Absicherung von Minderheiten und Migrationsgeschichte	umgestellt auf KlaraGrün	zusammenarbeit mit KlaraGrün	Ziel: beibehalten
Etablierung des Verhaltenskodex bei bestehenden Freelancenden durch Unterzeichnung	Vorbereitung	Ziel: 50% Rücklauf	Ziel: 80% Rücklauf
Etablierung des Verhaltenskodex bei Dienstleistenden durch Integration in den NDA	Vorbereitung	Ziel: 30% Rücklauf	Ziel: 50% Rücklauf
Etablierung des Verhaltenskodex bei neuen Freelancenden durch Integration in den Vertrag	Vorbereitung	Ziel: 30% Rücklauf	Ziel: 50% Rücklauf

### **Einkauf von Waren und Energie**

GUD.berlin ist bestrebt, auch im Einkauf von Waren ein besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen in der Produktion und Verwertung von Ressourcen zu legen. Ziel ist, die Schonung von Ressourcen im Generellen und den Bedarf stets kritisch abzuwägen. Wo ein Bedarf besteht, ist immer die nachhaltigste

Alternative zu wählen. Umweltlabel und Fairtrade-Siegel bieten hier eine wichtige Hilfestellung, sind aber nicht ausschließliche Kriterien. Auch die Verpackung und Regionalität können u. a. relevante Entscheidungskriterien bieten. Umweltlabel existieren für die diversen Produktgruppen und unterstützen den Einkäufer bei Entscheidungen mit Blick auf eine umweltfreundlichere Beschaffung. Darüber hinaus ist es das Ziel, durch stetigen Austausch zwischen den Gewerken sowie durch eine Sensibilisierung für das gesamte Spektrum von Nachhaltigkeitsthemen alle Mitarbeitenden in die Lage zu bringen, gute Entscheidungen treffen zu können.

Wir sind entschlossen, bis 2030 alle möglichen Waren durch nachhaltige Alternativen ausgetauscht zu haben. Nachhaltige Alternativen sind im speziellen Produkte, welche im Umgang mit Umweltproblemen das Vorsorgeprinzip verfolgen, Initiativen ergreifen, um den Schaden auf die Umwelt zu minimieren oder sogar diesem entgegenzuwirken, das größere Umweltbewusstsein fördern und der Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien dienlich sind. Konkret sollen bis 2023 mindestens 80 % aller eingekauften Waren aus nachhaltiger Beschaffung stammen.

Die Kontrolle in der Umsetzung geschieht hierbei über die jährliche quantitative Erhebung und Auswertung der gekauften Waren, wie durch die qualitative Kontrolle durch laufende Gespräche mit dem Einkauf, wie stetigen Informationsaufbau zu verschiedenen Warengruppen und deren Entwicklung durch das Nachhaltigkeitsmanagement. Bei Bedarf werden dadurch getroffene Entscheidungen auch revidiert oder durch neue ersetzt.

<b>Maßnahme</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Bezug von reinem Ökostrom	100%	100%	100%
Serverleistung	Umstellung auf grünen Server intern	Umgestellt auf grünen Server intern	Cloud Services optimieren
Wareneinkauf Büromaterial	Bestandsaufnahme	Umstellung auf nachhaltige Alternativen konkretisieren	mind 80 % Einkauf von nachhaltigen Alternativen bei Waren
Wareneinkauf Lebensmittel - Fokus auf Bio Qualität und	mind. 50 % der Waren	mind. 70 % der Waren	mind. 80 % der Waren

fairen Handel			
---------------	--	--	--

**Korrespondierende Richtlinien:**

- Verhaltenskodex
- Leitlinie Arbeitsrecht und Arbeitssicherheit
- Information nach Art. 13 DSGVO für Mitarbeiter

Berlin, Dezember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Deutscher', is written above a horizontal line.

Annelie Deutscher  
Geschäftsführung

# Leitlinie Arbeitsrecht und Arbeitssicherheit

Datum: 22.12.2023

Version: 01

Verantwortlich für die Überwachung der Arbeits- und Menschenrechtsprogramme innerhalb des Unternehmens sowie das Onboarding neuer Mitarbeitenden und Schulung des Personals zu dieser Politik sind die Personalabteilung und das Nachhaltigkeitsmanagement.

Der Geltungsbereich erstreckt sich über feste Mitarbeitende und Freelancende.

Diese Richtlinie wird jährlich überprüft. Die nächste Überprüfung erfolgt bis 22/12/2024.

GUD.berlin ist sich bewusst, dass das Wohlbefinden der Mitarbeitenden direkt mit der Gesundheit und Entwicklung unserer Gemeinschaft zusammenhängt. Im Rahmen unseres kontinuierlichen Engagements konzentrieren wir uns auf folgende Initiativen:

## **Mitarbeiter\*innengesundheit und -sicherheit**

GUD.berlin ist bestrebt, seine Mitarbeitenden zu schützen und regelmäßig zu Themen der mentalen und körperlichen Gesundheit am Arbeitsplatz zu informieren und zu schulen. Wir verpflichten uns dazu, den Arbeitnehmer\*innen eine sichere Umgebung zu gewährleisten. Wir verbieten jegliche Diskriminierung aufgrund von Herkunft, Hautfarbe, Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung, geschlechtsspezifischer Identität, ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung, Gewerkschaftszugehörigkeit oder politischer Zugehörigkeit.

Beim Onboarding und der Einweisung neuer Mitarbeitenden wird eine Schulung bzgl. der Alarmanlage, der Standorte der Feuerlöscher, der Fluchtwege, der Krankmeldeprozesse sowie der Zeiterfassung und der Überstundenregelung durchgeführt. Darüber hinaus haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, den Arbeitsplatz nach Bedarf zu wechseln und auch zwischen Sitz- und Steharbeitsplatz auszusuchen oder Räume für Meditation zu nutzen.

Zur Gewährleistung und Förderung der Gesundheit und Vereinbarkeit unserer Mitarbeitenden bieten wir individuell den Bedürfnissen angepasste Arbeitsmodelle sowie bei Bedarf eine Wiedereingliederung nach langer Abwesenheit (Hamburger Modell).

Maßnahme	2022	2023	2024
Information, Aufklärung und Sensibilisierung zum Thema mentaler Gesundheit und Stressmanagement im Rahmen des Onboardings	60 % der MA	80 % der MA	Ziel: 100 %
Schulung zur Alarmanlage	100 % der MA	100 % der MA	Ziel: 100 %
Ersthelfer Ausbildung abgeschlossen und kommuniziert	4 MA	4 MA	4 MA
schwere Unfälle während der Arbeitszeit	0	0	-
Hamburger Modell	1 MA	0	-

### Kompetenzentwicklung der Beschäftigten

GUD.berlin ist bestrebt, die Fähigkeiten der Mitarbeitenden kontinuierlich zu schulen und zu fördern, damit sie in ihren Positionen und mit unserem Unternehmen wachsen.

Wir sind entschlossen, bis 2030 mindestens 3.000 Stunden an persönlichen Schulungen für unsere Mitarbeitenden durchzuführen.

Dazu soll sichergestellt werden, dass mindestens 80 % der derzeitigen Mitarbeitenden bis 2025 eine Schulung zu Diversität, Inklusion und Rhetorik gegen populistische und diskriminierende Parolen erhalten.

Maßnahme*	2022	2023	2024
<b>individuelle</b> Fortbildungen in Stunden	n.n	782 h	
Fortbildungsstunden <b>Agentur Übergreifend</b>	n.n	1170 h	
Skillstraining im Zuge des Onboardings <b>pro Mitarbeitenden</b>	5 h	5 h	

durchschnittliches Fortbildungsbudget <b>pro Mitarbeitenden</b>	1.500 Euro	1.500 Euro	1.500 Euro
Schulung zu <b>Diversität, Inklusion und Rhetorik</b> gegen populistische und diskriminierende Parolen.	n.n.	n.n	Ziel: 80 % der MAs (insgesamt mindestens 330 Stunden)

\*Davon ausgenommen sind Coachingangebote und Fortbildungen der Geschäftsführenden.

**Korrespondierende Richtlinien:**

- Verhaltenskodex
- Leitlinie zur nachhaltigen Beschaffung
- Information nach Art. 13 DSGVO für Mitarbeiter

Berlin, Dezember 2023



Annelie Deutscher  
Geschäftsführung



**to be continued ...  
See you next year!**