

Liebe Partner:innen,

gemeinsam mit Ihnen möchten wir Berlin zu einer der innovativsten und nachhaltigsten Destinationen der Welt entwickeln und international so positionieren.

Eine nachhaltige Transformation der Branche ist notwendig, um aktuelle und zukünftige Herausforderungen wie Umweltveränderungen, Fachkräftemangel oder Nachfrageveränderungen bewältigen zu können. Destinationen und ihre Angebote müssen nachhaltiger werden, um attraktiv für ihre Gäste zu bleiben und veränderten Stakeholder-Ansprüchen und Regularien zu entsprechen.

Mit einem starken Berliner Netzwerk können wir uns gemeinsam weiterentwickeln, Synergien nutzen, Berlin im globalen Ranking des Global Destination Sustainability Index ganz nach vorne bringen und den Tourismus für unsere Stadt langfristig sichern.

Beim Sustainable Berlin Commitment handelt es sich um eine Selbstverpflichtung der Berliner Veranstaltungs- und Tourismusbranche, mit der Sie sichtbarer Teil der Nachhaltigkeitsbewegung werden. Sie bekennen sich zu elf Leitsätzen, die alle Bereiche des nachhaltigen Wirtschaftens abdecken. Sie haben so die Möglichkeit, sich auf den Weg der nachhaltigen Ausrichtung zu begeben oder sich zusätzlich der Berliner Bewegung anzuschließen, sollten Sie schon eine Nachhaltigkeitszertifizierung halten.

Werden Sie Teil der nachhaltigen Bewegung Berlins!



Die Entstehung

Die Inhalte des Sustainable Berlin Commitments wurden 2021 bis 2022 in einem Stakeholder-Prozess mit interessierten Akteur:innen der Berliner Visitor Economy erarbeitet. Ziel war die Entwicklung einer gemeinsamen Initiative von und für die MICE- und Tourismusbranche Berlins, die es möglichst vielen Unternehmen ermöglicht, Teil der nachhaltigen Bewegung der Destination zu werden.

Dazu wurden mit Hilfe von zwei Workshops und zwei Online-Befragungen die wichtigsten Themen des Nachhaltigkeitsmanagementsystems Sustainable Berlin extrahiert und den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen zugeordnet. Im Anschluss wurden diese Themen für die Branche priorisiert und in praktikable Leitsätze überführt, deren Umsetzung sich teilnehmende Unternehmen verpflichten.

Ihre Teilnahme

Um das Signet „committed to Sustainable Berlin“ zu tragen, verpflichten Sie sich zur Umsetzung der Leitsätze des Sustainable Berlin Commitments in Ihrem Unternehmen. Im Konkreten bedeutet dies, dass Sie zu jedem der elf Leitsätze eine Erklärung abgeben, wie das jeweilige Thema in Ihrem Unternehmen gelebt und umgesetzt wird oder, welche Ziele Sie sich zur künftigen Umsetzung gesteckt haben und dies belegen. Ihre Angaben werden dann einem digitalen Plausibilitäts-Check unterzogen und nach erfolgreicher Prüfung erhalten Sie das Signet.

Voraussetzungen um Teil des Sustainable Berlin Commitments zu werden:

- ✓ Mindestens ein **Unternehmenssitz in Berlin**

Unternehmen mit bis zu 5 Mitarbeitenden:

- ✓ Sie müssen die Umsetzung oder geplante Umsetzung von mindestens 6 Leitsätzen in Ihrem Unternehmen entsprechend der Aspekte (siehe Leitsätze) beschreiben und belegen können (je Leitsatz mindestens ein Beleg). Bei nicht umgesetzten Leitsätzen sollte erklärt werden, warum eine Umsetzung nicht möglich ist.

Unternehmen mit mehr als 5 Mitarbeitenden:

- ✓ Sie müssen die Umsetzung oder geplante Umsetzung der elf Leitsätze in Ihrem Unternehmen entsprechend der Aspekte (siehe Leitsätze) beschreiben und belegen können (je Leitsatz mindestens ein Beleg). Das bedeutet: Zu allen elf Leitsätzen muss sich geäußert werden. In Ausnahmefällen oder falls ein Leitsatz nicht auf die Geschäftstätigkeit zutrifft, kann erklärt werden, dass dieser nicht anwendbar oder nicht zutreffend ist. Zudem besteht die Möglichkeit, bei noch nicht erfolgter Umsetzung Zukunftsziele zu formulieren. Eine Zielformulierung könnte wie folgt aussehen: „Wir wollen bis zum Jahr 2025 unseren Energieverbrauch bestimmen und um 5% senken.“

Die Schritte zur Teilnahme sind folgende:

- Teilnahme an einer [Online-Informations-Veranstaltung](#)
- Individueller **Check** im Unternehmen, ob alle Leitsätze bereits erfüllt werden
- Möglichkeit der Nutzung der [Online-Kurse](#) aus dem Sustainable Partner-Programm, sowie der Teilnahme an [Meetups](#), und weiteren Veranstaltungen des [TourismusHubs](#)
- Digitale [Registrierung](#) für das Sustainable Berlin Commitment und Zustimmung zu [AGBs](#)
- Einreichung der [De-Minimis Eigenerklärung](#) mithilfe des [De-Minimis Merkblatts](#)
- **Beschreibung** Ihrer Umsetzung der Leitsätze entsprechend der Aspekte und Ergänzung durch jeweils mindestens einen **Beleg** → zur Vervollständigung Ihrer Angaben haben Sie maximal **3 Monate Zeit**
- **Einreichung** der Unterlagen zum Plausibilitäts-Check an commitment@visitberlin.de
- Im **Plausibilitäts-Check** werden Vollständigkeit und Schlüssigkeit Ihrer Angaben durch eine unabhängige Agentur digital geprüft
- Bei positivem Check erhalten Sie im Anschluss das Signet „**committed to Sustainable Berlin**“
- Nach 24 Monaten müssen Sie das **Commitment erneuert** haben, das heißt Ihre Angaben sind zu aktualisieren oder als fortbestehend zu bestätigen (wir empfehlen die Aktualisierung ca. 3 Monate vor Ablauf des Jahres zu starten). Auch in den folgenden Jahren ist eine 2-jährliche Aktualisierung verpflichtend, um das Signet weiterhin zu tragen.

Ihre Weiterentwicklungsmöglichkeiten

Die nachhaltige Ausrichtung eines Unternehmens ist kein einmaliges Projekt, sondern ein Weg und im Idealfall ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Daher möchten wir Sie auch nach der erstmaligen Teilnahme am Sustainable Berlin Commitment in der Weiterentwicklung unterstützen.

Nach Einreichung Ihrer Daten und positivem Plausibilitäts-Check haben Sie die Möglichkeit der Nutzung von:

- ✓ Einem **individuellen thematischen Beratungstag** (Auswahl aus zwei Themen) mit externen Expert:innen in Ihrem Unternehmen, um ein spezifisches Thema zu vertiefen.

Wenn Sie Ihr Nachhaltigkeitsmanagement bereits weiter ausgebaut und die wichtigsten Prozesse verankert haben, kann auch die Weiterentwicklung in Richtung einer externen **Zertifizierung** Ihres Engagements durch **Sustainable Berlin** für Sie interessant sein. Sie haben jederzeit die Möglichkeit in eines dieser Systeme zu wechseln und hierbei die Unterstützung des Sustainable Partner-Programms zu nutzen. Weitere Informationen finden Sie auf unserer [Webseite](#).

Die Leitsätze

Im Folgenden finden Sie alle elf Leitsätze des Sustainable Berlin Commitments, jeweils ergänzt durch genauere Beschreibungen des Themas in Form von:

- Aspekten: Die einzelnen Aspekte des Leitsatzes sollen grundsätzlich erfüllt werden. Allerdings reicht es in Ausnahmefällen aus, wenn mindestens ein wesentlicher Teilaspekt erfüllt ist. Dies sollte vom Teilnehmenden begründet werden.
- Beispielen: Hier sind mögliche Maßnahmen und konkrete Beispiele beschrieben.
- Indikatoren: Dort wo anwendbar finden Sie Vorschläge für Indikatoren, deren Erhebung sinnvoll wäre. Die Einreichung von Indikatoren-Werten ist freiwillig.

Leitsatz 1 5
 Wir achten darauf, ressourcenschonend unter Berücksichtigung der Kreislaufwirtschaft*¹ zu handeln. Dabei verpflichten wir uns dem Grundsatz: Vermindern Vermeiden und Verwerten.

Leitsatz 2 8
 Wir verpflichten uns, unseren Betrieb energieeffizient und CO_{2e}*⁴-sparend zu gestalten. Dabei folgen wir dem Weg der Identifikation, Reduktion, Vermeidung und Kompensation. Das langfristige Ziel ist Klimaneutralität.

Leitsatz 3 11
 Wir engagieren uns aus Überzeugung für eine offene Gesellschaft und verpflichten uns zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit.

Leitsatz 4 13
 Wir setzen uns für ein attraktives Arbeitsumfeld ein und unterstützen die fachliche Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden.

Leitsatz 5 14
 Wir engagieren uns in unserem lokalen Umfeld.

Leitsatz 6 15
 Wir gehen achtsam mit den Bedürfnissen der Bewohner:innen und Besucher:innen unserer Stadt um.

Leitsatz 7 17
 Wir verpflichten uns, aktiv nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Leitsatz 8 19
 Wir haben für unser Angebot ein Qualitätsversprechen und verpflichten uns dazu, dieses regelmäßig zu überprüfen.

Leitsatz 9 20
 Wir verpflichten uns, gemeinsam mit unseren Partner:innen unseren Einkauf langfristig nachhaltig auszurichten.

Leitsatz 10 21
 Wir verpflichten uns zu einem wertschätzenden und verantwortungsvollen Handeln gegenüber unseren Mitarbeiter:innen, Partner:innen und Kund:innen.

Leitsatz 11 22
 Wir stehen im aktiven Austausch mit unseren Stakeholdern und beziehen deren Bedürfnisse mit ein.

<p>Leitsatz 1</p>	<p><i>Wir achten darauf, ressourcenschonend unter Berücksichtigung der Kreislaufwirtschaft*¹ zu handeln.</i></p> <p><i>Dabei verpflichten wir uns dem Grundsatz: Vermindern Vermeiden und Verwerten.</i></p>
<p>Aspekte</p>	<p>Wie stellen Sie in Ihrem Unternehmen die Schonung natürlicher Ressourcen sicher?</p> <p>Nennen Sie Maßnahmen, die Ihr ressourcenschonendes Handeln belegen. Zeigen Sie auf, wo und wie Sie in Ihrer Wertschöpfungskette (bei Dienstleistungen oder Produkten, die Sie beauftragen oder erbringen) vermeiden, vermindern und verwerten.</p>
<p>Beispiele</p>	<p>Unter natürliche Ressourcen fallen bei diesem Leitsatz Papier (Holz), Plastik, Glas, Metall, Bioabfall und Wasser.</p> <p>Die Art der Ressourcen und deren Verbrauch kann sich bei Unternehmen durch ihre Vielseitigkeit der Leistungserbringung stark unterscheiden. Bei z.B. produzierenden Unternehmen fallen hohe Verbräuche im Bereich Abfall und Wasser an. In einer Spielstätte hingegen werden für Aufführungen insbesondere Verbrauchsmaterialien wie Holz, Plastik und Metalle verwendet.</p> <p>Die Herangehensweise kann wie folgt aussehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zu Beginn ist zu empfehlen die Ressourcen zu definieren, die im Unternehmen verbraucht werden. • Anschließend sollte der Verbrauch der Ressourcen bestimmt werden (Abfallmengen erhalten Sie von Ihren Entsorgungsdienstleister:innen über Liefer- und Wiegescheine; den Wasserverbrauch erfahren Sie anhand von Zählerdaten). • Wenn alle Ressourcenverbräuche für 1 Jahr zusammengetragen sind, können Sie ablesen, welche Ressourcen am meisten genutzt werden und • daraus erste Maßnahmen im Sinne des Grundsatzes „Vermindern, Vermeiden und Verwerten“ ableiten. <p>Das Ergebnis sollte sein, über Jahre vergleichbare Daten zu sammeln und basierend darauf machbare und messbare Ziele (zu den Aspekten vermeiden, vermindern und verwerten) für die kommenden Jahre zu setzen.</p> <p>Ein beispielhaftes Reduktionsziel könnte sein: „Wir reduzieren unseren Plastikverbrauch basierend auf dem Basisjahr*² 2021 bis 2025 um 20%“.</p> <p><u>Beispiele zur Vermeidung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • bewusste Entscheidung gegen ein bestimmtes Produkt, Rohstoff oder Gerät, • Nutzung eines Substituts (Ersatz) für den jeweiligen Stoff, • Produkt- und Dienstleistungsdesign nach dem Suffizienzprinzip*³ planen („Weniger ist Mehr“, „Qualität statt Quantität“).

	<p><u>Beispiele zur Verminderung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einsparung von Wasser durch Regenwassernutzung, • Durchflussbegrenzer installieren, • Schulung der Mitarbeitenden, • Grauwasser-Aufbereitung, • Trinkwasser aus dem Wasserhahn anbieten anstatt Flaschenkauf (b.B. Wasserfilter zur Säuberung nutzen), • Lebenszyklus der Produkte betrachten – Können sie nach ihrer Lebensdauer in den Kreislauf zurückgeführt werden? • Angebote und Mengen genau kalkulieren. <p><u>Beispiele zur Verwertung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kauf von gebrauchten Waren, • Aufbau einer Tausch-Gemeinschaft, • ordnungsgemäße Abfalltrennung, • Wiederverwenden von beispielsweise Holz oder Bioabfall (Kompostierung).
<p>Beispiele für Belege</p>	<p>Zeigen Sie Ihr Engagement, indem Sie eine grafische Darstellung oder Tabelle der erzielten Minderung hochladen. Nennen Sie Maßnahmen und belegen Sie diese, wenn möglich mit einer Fotodokumentation. Wenn Sie sich eigene Ziele gesetzt haben, laden Sie diese hoch.</p>
<p>Mögliche Indikatoren</p>	<p>Wasser: Jährlicher Wasserverbrauch (in m³) und dessen Verringerung</p> <p>Abfall:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jährliches Abfallaufkommen nach Abfallart (in kg oder t) und dessen Verringerung • Wiederverwertungsquote nach Abfallart (in kg oder t)

*¹Kreislaufwirtschaft: Um den Verbrauch natürlicher Ressourcen zu vermindern, sollten Produkte und Materialien möglichst lange genutzt werden. Dies kann bereits durch die Konstruktion bzw. Anschaffung langlebiger Produkte oder die Reparatur und Weiterverwendung dieser erreicht werden. Sind Produkte oder Materialien in ihrer eigentlichen Form nicht mehr nutzbar, werden selbst Abfälle nicht entsorgt, sondern aufbereitet und als Rohstoffe (beispielsweise zur Herstellung neuer Produkte oder zur Wärmegewinnung) wiederverwertet. Dadurch werden Materialien in einem Kreislauf immer weiter genutzt, während der Verbrauch natürlicher Ressourcen gesenkt wird.

*²Basisjahr: Um die Veränderung einer Zahl (z.B. Stromverbrauch, Plastikverbrauch) über einen definierten Zeitraum zu betrachten, wird ein bestimmtes Jahr als Basisjahr festgelegt, das als Bezugsgröße dient. Dies kann beispielsweise das aktuelle Jahr sein, wenn eine zukünftige Entwicklung bzw. Datenerfassung geplant werden soll. Die Werte des Basisjahres und eines anderen Jahres können dann miteinander verglichen werden, um eine Veränderung aufzuzeigen.

*³Suffizienzprinzip: Das Suffizienzprinzip ist ein Gegenentwurf zum Überkonsum, der aufgrund fehlender regulierender Maße entsteht. In der Konsumgesellschaft wird davon ausgegangen, dass möglichst viel Konsum sowie ein stetiges Wachstum notwendig ist und die Lebensqualität an der Menge an Konsum gemessen wird. Daraus resultiert die Einstellung, dass eine Reduzierung des Konsums Verzicht und Rückschritt bedeutet. Das Suffizienzprinzip hingegen vertritt die Auffassung, dass auch mit einem geringeren Ressourcenverbrauch ein gleichbleibender Nutzen und Wohlstand erreicht werden kann. Der Grundgedanke ist hierbei, dass nur die wirklich notwendige Menge von etwas eingesetzt wird, um den gleichen Nutzen zu erzielen.

Leitsatz 2	<p><i>Wir verpflichten uns, unseren Betrieb energieeffizient und CO_{2e}^{*4}-sparend zu gestalten. Dabei folgen wir dem Weg der Identifikation, Reduktion, Vermeidung und Kompensation. Das langfristige Ziel ist Klimaneutralität.</i></p>
Aspekte	<p>An welchen Stellen Ihrer Geschäftstätigkeit verbrauchen Sie besonders viel Energie?</p> <p>Zeigen Sie CO₂- und Energieeinsparpotenziale auf und beschreiben Sie Ihre Reduktions- und Vermeidungsmaßnahmen.</p>
Beispiele	<p><u>Identifikation</u>: Sie können damit beginnen, in Ihrem Betrieb zu bestimmen, wo im Verlauf Ihrer Geschäftstätigkeit besonders viel Energie genutzt wird. Dazu können Sie Daten Ihres Strom-, Wärme- und/oder Kraftstoff-Verbrauchs über Zählerdaten, Rechnungen oder gefahrene Kilometer erheben. Es empfiehlt sich, ein Dokument zur Datenerfassung einzuführen, das sie regelmäßig mit neuen Verbrauchsdaten füllen. Mit den konkreten Messdaten haben Sie nun die Möglichkeit, die einzelnen Quellen des Verbrauchs und deren Höhe zu bestimmen.</p> <p><u>Reduktion und Vermeidung</u>: Mit Hilfe der gesammelten Daten aus einem Jahr, können Sie nun Einspar- und Vermeidungspotentiale ablesen und entsprechende Maßnahmen auf den Weg bringen. Im Folgenden sind einige Beispiele von Basismaßnahmen bis hin zu größeren Investitionen beschrieben, die zur Erfüllung dieses Leitsatzes beitragen.</p> <p>Basismaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Halogen- und Glühlampen durch LEDs austauschen (Amortisationszeiten von meist unter einem Jahr), zudem halten LEDs länger und müssen deutlich seltener getauscht werden, • Bewegungsmelder einsetzen – Austausch von Lichtschaltern in Räumen/Bereichen, die nicht oft genutzt werden, • Zeitschaltuhren an Druckern anbringen, • Steckerleisten anbringen, die nach Arbeitsschluss ausgeschaltet werden, • Verhaltenshinweise für Mitarbeitende, • Energieeffizienzen bei Geräten ausnutzen – „Eco-Modus“ bei Spül- und Waschmaschinen, • Austausch von Geräten mit einer niedrigen Energieeffizienz, • Raumtemperatur über ein zentrales Gerät steuern, • Geräte warten und auf Effizienz analysieren (z.B. Kühlhäuser, Konvektomaten, Heizungen), • Logistiko Optimierung durch exakte Strecken- und Lastenplanung, • Analyse von Einsparpotentialen beim Autofahren (spritsparende Fahrweisen erörtern und schulen), • Nutzung von Carsharing Anbietern mit Elektro-Fahrzeugen,

	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrradleasing anbieten, ÖPNV-Abonnements anbieten, Homeoffice für Pendler:innen anbieten, • Anreize für eine nachhaltige Besucher:innenmobilität schaffen (An- und Abreise mit ÖPNV ermöglichen), • Wechsel zu einem verifizierten Grünstromanbieter, • Umstieg auf klimafreundliche Lebensmittel (regional, saisonal, bio, fleischlos), • lokale Lieferant:innen im Einkaufsprozess bevorzugen, • mit bestehenden Lieferant:innen gemeinsam Lösungen für eine klimafreundliche Zusammenarbeit entwickeln. <p>Investitionsmaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umstieg auf E-Mobilität (E-Bikes, E-Lastenräder, E-Autos - mit entsprechender Ladeinfrastruktur), • Wärmerückgewinnung aus Produktionsbetrieb nutzen, • Photovoltaik- und/oder Solaranlage installieren. <p><u>Kompensation:</u> Nicht vermeidbare Emissionen können durch eine Finanzierung in vertrauensvolle Klimaschutzprojekte (bspw. zertifiziert nach Gold Standard*⁵) kompensiert werden. Solche Projekte fördern beispielsweise den Ausbau von Solarstrom und Wasserkraft.</p> <p>Auch hier können Sie sich wieder Ziele zur Energieeinsparung und Reduktion von CO₂-Emissionen setzen.</p> <p><u>Beispiel:</u></p> <p>Wir senken unseren absoluten Energieverbrauch um 15% bis 2024 (im Vergleich zum Basisjahr 2020).</p> <p>Oder: Wir sparen jährlich 10% (im Vergleich zum Vorjahr) unserer Treibhausgasemissionen ein.</p> <p>Mit der Änderung des Klimaschutzgesetzes im letzten Jahr, hat die Bundesregierung das Ziel der Treibhausgasneutralität bis 2045 verankert (bis 2030 Reduktion um 65% gegenüber 1990). Eine Option wäre es, sich dieser Ambition anzuschließen und ebenso das Ziel der Klimaneutralität zu verfolgen.</p>
<p>Beispiele für Belege</p>	<p>Zeigen Sie auf, wie Sie die Energieverbräuche und/oder Emissionen im Unternehmen managen. Dazu können Sie beispielsweise ein Dokument zur Datenerfassung hochladen. Wenn Sie zu einem Grünstrom-Anbieter gewechselt sind, können Sie dies über ein Zertifikat belegen. Falls Sie bereits Ihre Energieverbräuche in CO₂-Äquivalente Emissionen umgerechnet haben und/oder diese kompensiert haben, können Sie dies über eine THG-</p>

	Bilanz* ⁶ bzw. über einen Nachweis (bspw. Zertifikat von Kompensationsanbieter) des/der entsprechenden Dienstleister:in belegen.
Mögliche Indikatoren	Energieeffizienz: Jährlicher Gesamtenergieverbrauch (in MWh oder GJ) Emissionen: Jährliche Gesamtemissionen von Treibhausgasen (in CO _{2e})

*⁴CO_{2e}: Neben CO₂ (Kohlenstoffdioxid) haben auch verschiedene andere Treibhausgase eine Klimawirkung, die zur globalen Erwärmung und somit zum Klimawandel beitragen. Allerdings wirken sich die verschiedenen Treibhausgase unterschiedlich stark auf den Treibhauseffekt aus, zudem bleiben sie unterschiedlich lange in der Erdatmosphäre. CO₂-Äquivalente (CO_{2e}) sind eine Maßeinheit, die die Auswirkungen der verschiedenen Treibhausgase wie z.B. Methan oder Lachgas vereinheitlicht und mit den Auswirkungen von CO₂ vergleichbar macht.

*⁵Gold Standard: Der Gold Standard ist ein unabhängiger Qualitätsstandard, der hochwertige CO₂-Kompensationsprojekte auszeichnet. Die Zertifizierung setzt höchste Maßstäbe für positive Auswirkungen von Klimaschutzprojekten und deckt verschiedene Teilbereiche ab, wie z.B. Projekte in den Bereichen erneuerbare Energien, Wasserqualität, Biogas und Aufforstung bzw. Wiederaufforstung. Neben der tatsächlichen CO₂-Reduktion tragen Projekte, die mit dem Gold Standard ausgezeichnet sind, auch zur nachhaltigen Entwicklung in der jeweiligen Projektregion bei.

*⁶THG-Bilanz: Mithilfe einer Treibhausgasbilanz (THG-Bilanz) werden alle Emissionen klimawirksamer Treibhausgase (z.B. CO₂, Methan, Lachgas) erfasst, welche z.B. bei der Herstellung eines Produktes, der Durchführung einer Aktivität oder durch ein Unternehmen im Allgemeinen verursacht werden. Die THG-Bilanz wird häufig auch als „Fußabdruck“ bezeichnet und zeigt an, wie klimaschädlich oder -freundlich beispielsweise eine bestimmte Aktivität ist. Zur Berechnung der THG-Bilanz werden nicht nur die CO₂-Emissionen, sondern auch die Emissionen anderer Treibhausgase erfasst und mithilfe der CO₂-Äquivalente umgerechnet.

Leitsatz 3	<i>Wir engagieren uns aus Überzeugung für eine offene Gesellschaft und verpflichten uns zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit.</i>
Aspekte	Was bedeutet Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit in Ihrem Unternehmen? Beschreiben Sie, warum Sie sich für eine offene und vielfältige Gesellschaft engagieren. Formulieren Sie Ihre Maßnahmen auf dem Weg zu einer vielfältigen und inklusiven Belegschaft oder wie Ihre Dienstleistungen und/oder Produkte dies unterstützen. Zeigen Sie auf, wie Sie Ihr Engagement nach innen und außen kommunizieren.
Beispiele	<p><u>Maßnahmen für eine vielfältige und inklusive Belegschaft:</u></p> <p>Sie können Verhaltensgrundsätze oder Richtlinien zum Umgang mit „Vielfalt & Inklusion innerhalb der Belegschaft“ in Ihrem Unternehmen einführen. Folgende Themen im Bereich der Diversität können dabei behandelt werden:</p> <p>Geschlecht, kulturelle oder nationale Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter sowie sexuelle Orientierung und Identität.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bei Neuanstellung, Beachtung von Diversity in den Grundsätzen verschriftlichen, • Schulungen für Mitarbeitende zu den gelisteten Schwerpunktthemen anbieten, • Einrichten eines Vorschlagswesens für die Mitarbeitenden, anonyme Umfragen erstellen, • die Produktentwicklung mit dem Faktor Vielfalt anreichern, • die Belegschaft divers gestalten (s. obige Diversitätsthemen) • das Begehen religiöser Feiertage ermöglichen, • integrative Sprache verwenden, • Barrierefreiheit im Unternehmen und im Web einführen, • auf gleiche Bezahlung bei gleicher Arbeit achten, • Qualifizierung von Mädchen und Frauen für/ in Führungspositionen. <p><u>Maßnahmen zur Kommunikation:</u></p> <p>Eine gute Option, um Ihr Engagement nach außen zu zeigen, ist ein persönliches Bekenntnis zu verfassen. Dazu haben Sie die Möglichkeit z.B. die „Charta der Vielfalt“ zu unterzeichnen und ein Statement auf Ihrer Homepage oder als Aushang zu veröffentlichen. Außerdem können Sie an Aktionstagen teilnehmen, wie z.B. am Deutschen Diversity-Tag. Zur internen Kommunikation wäre die Veröffentlichung Ihrer Richtlinien im Intranet oder im Newsletter denkbar. Die Themen des Diversity-Managements können Sie ebenso bei internen Workshops oder in Team-Meetings kommunizieren und diskutieren.</p>

Beispiele für Belege	Laden Sie die internen/ und oder externen Veröffentlichungen hoch (auch als Screenshot) und/oder zeigen Sie Ihr Engagement durch ein Mitgliedsschreiben und/oder eine Fotodokumentation.
Mögliche Indikatoren	<p>Anteil der Mitarbeitenden mit Beeinträchtigung (im Vergleich zur gesamten Belegschaft)</p> <p>Anteil von Auszubildenden/ Mitarbeitenden oder Führungskräften mit Migrationshintergrund</p> <p>Anteil von Frauen in Führungskräften</p>

<p>Leitsatz 4</p>	<p><i>Wir setzen uns für ein attraktives Arbeitsumfeld ein und unterstützen die fachliche Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden.</i></p>
<p>Aspekte</p>	<p>Wie setzen Sie sich für ein attraktives Arbeitsumfeld ein und wo setzen Sie Ihre Prioritäten? Mit welchen Maßnahmen können Sie die Zufriedenheit innerhalb des Teams fördern und für eine fruchtbare Entwicklung sorgen? Beschreiben Sie, warum Sie von Ihren Mitarbeitenden als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden.</p>
<p>Beispiele</p>	<p>Ein attraktives Arbeitsumfeld und die Möglichkeit zur persönlichen und fachlichen Entfaltung gilt längst als Grundvoraussetzung für Arbeitnehmer:innen. Sie als Arbeitgeber:in haben die Chance, beispielsweise über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine faire und wertschätzende Entlohnung, • einen unbefristeten Arbeitsvertrag mit übertariflicher Lohnvereinbarung, • zusätzliche Vertragsleistungen wie z.B. Jobticket, Verpflegungs-/Energiepauschale, etc., Leihfahrrad, • eine flexible Arbeitszeitgestaltung wie z.B. Homeoffice-Möglichkeiten, Berücksichtigung der Bedürfnisse von Eltern (Betreuungsangebote, Übernahme des 1. Kinderkrankentages), • die Bereitstellung einer gesunden/vollständigen Arbeitsplatzausstattung und Arbeitsumgebung wie z.B. ergonomischen Arbeitsplätzen, Fahrradstellplätzen, Bereitstellung von Wasser/Kaffee/gesunden Snacks, Förderung von Gesundheitsangeboten, • das Aufstellen eines „Kummer-Kastens“, • das Durchführen von anonymen Befragungen, • oder insbesondere über die persönliche und fachliche Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden, <p>die Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu erhalten und neue Fachkräfte für Ihr Unternehmen zu gewinnen.</p> <p>Es ist zu empfehlen, regelmäßige Gespräche mit ihren Mitarbeitenden zu führen, in denen Entwicklungspotentiale, Wünsche und Verbesserungsvorschläge ausgetauscht werden. Sie können gemeinsam überlegen, welche persönlichen und/ oder fachlichen Kompetenzen gebraucht werden und anschließend ein Fort- und Weiterbildungsangebot planen.</p>
<p>Beispiele für Belege</p>	<p>Zur Sicherung der Qualität im Unternehmen und zur Nachverfolgung von aktuellen und zukünftigen Anforderungen, empfiehlt es sich, die Fort- und Weiterbildungen in einer Matrix zu dokumentieren. Diese können Sie hochladen. Belegen Sie weiteres Engagement durch Veröffentlichungen auf z.B. Homepage, Social Media und/oder Newsletter.</p>
<p>Mögliche Indikatoren</p>	<p>Teilnahme an Fort- und Weiterbildungen der Mitarbeitenden (Anzahl der Stunden oder Tage pro Mitarbeitende/r)</p> <p>Durchführung von Mitarbeitenden- Gesprächen pro Jahr</p> <p>Fluktuationsrate pro Jahr und Anzahl der Mitarbeitenden</p>

Leitsatz 5	<i>Wir engagieren uns in unserem lokalen Umfeld.</i>
Aspekte	Was tun Sie, um das lokale Umfeld* ⁷ zu unterstützen? Beschreiben Sie, welche Aktionen und/oder Maßnahmen Sie für wen (oder welche Gruppen oder Vereine) unentgeltlich in Ihrem Umfeld durchführen und/oder für die Zukunft planen.
Beispiele	<p>Stellen Sie dar, wie Sie als Unternehmen in Ihrem lokalen Umfeld an Projekten aktiv mitwirken und dabei Ihre Erfahrungen, Ihr Wissen, Ihre Infrastruktur und andere Ressourcen einbringen. Die Unterstützung von Projekten könnte ebenso die Vergabe von Aufträgen an gemeinnützige Organisationen beinhalten.</p> <p><u>Beispiele:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftsfest oder Tag der offenen Tür organisieren, • Kooperationen mit anderen regionalen (Entfernung von ca. 50km ab Stadtgrenze) Unternehmen schließen (Arbeitsgemeinschaften gründen), • Sharing-Konzepte fördern, • Mitarbeitende für ehrenamtliche Projekte freistellen, • gemeinsame Aktionstage planen, wie z.B. Müllsammeln in der Region oder Urban Gardening.
Beispiele für Belege	Laden Sie dazu Auftragschreiben, eine Einladung zu einer Nachbarschaftsveranstaltung, die sie organisiert haben oder sonstige Kommunikationsdokumente (wie z.B. eine Eigenerklärung) hoch.
Mögliche Indikatoren	Anzahl der Personentage bei der Teilnahme an Aktionen pro Jahr

*⁷lokales Umfeld: Das lokale Umfeld bezieht sich hier auf die nähere Umgebung ihrer Geschäftstätigkeit. Dies kann beispielsweise Ihre direkte Nachbarschaft sein, der Bezirk, in dem Sie aktiv sind oder der Ort, wo Ihre Dienstleistung stattfindet.

Leitsatz 6	<i>Wir gehen achtsam mit den Bedürfnissen der Bewohner:innen und Besucher:innen unserer Stadt um.</i>
Aspekte	<p>Wie stellen Sie die Zufriedenheit der Anwohner:innen und Besucher:innen sicher? Beschreiben Sie, wie Sie die Befürchtungen und Bedürfnisse dieser Gruppen achten und berücksichtigen.</p> <p>Welche Auswirkungen hat Ihr geschäftliches Handeln auf Anwohner:innen und Besucher:innen? Welche Anspruchsgruppen (auch Stakeholder genannt) sind von meiner Geschäftstätigkeit betroffen und welche Probleme/ Konflikte könnten daraus entstehen? Beschreiben Sie, wie Sie zu einem achtsamen gesellschaftlichen Miteinander beitragen können.</p>
Beispiele	<p>Treten Sie mit den Bewohner:innen und Besucher:innen in Kontakt. Gestalten Sie Formate (persönliche Gespräche, Treffen, etc.), um diese Gruppen regelmäßig einzubeziehen.</p> <p>Führen Sie z.B. Befragungen durch, in denen Sie positive als auch negative Aspekte bezüglich Ihrer Geschäftstätigkeit erfragen.</p> <p>Leiten Sie daraus Maßnahmen ab, die dafür Sorge tragen, den Bedürfnissen bestmöglich gerecht zu werden. Ein persönliches Austauschformat könnte bspw. ein gemeinsamer „Kiezabend“ sein.</p> <p><u>Beispiele für kleinere Betriebe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • mündliche Befragung während oder nach beispielsweise einer Stadttour (Besucher:innen), • schriftliche Kurzbefragung in Form eines Handzettels/ mit Hilfe einer digitalen Lösung (Besucher:innen), • Kontaktaufnahme zu Verwaltungsorganen der Denkmäler/ Kulturstätten etc. und des Bezirks mit der Bitte um Austausch über etwaige Probleme, • Mündliche Befragungen in den betroffenen Kiezen (Bewohner:innen/ direkte Anwohner:innen), • bei der Planung eines neuen Produktes/ Dienstleistung, Anspruchsgruppen in den Prozess miteinbeziehen. <p><u>Beispiele für größere Betriebe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • s. oben, • Veranstaltung eines gemeinsamen Treffens in einem Workshop Format (Bewohner:innen/ direkte Anwohner:innen), • bei Einverständnis, digitale umfangreichere Befragung der Gäste, • Aufruf zur Teilnahme an Befragung über Newsletter, • Briefkasteneinwurf in der Nachbarschaft mit Link zur Befragung und QR Code.

Beispiele für Belege	Zeigen Sie auf, welche Stakeholdergruppen ein Interesse an Ihrem Unternehmen haben oder davon betroffen und nennen Sie Themen, denen Sie sich gemeinsam widmen möchten. Laden Sie dazu Fragebögen oder Ergebnispräsentationen, ein Konzept oder die konkrete Maßnahmenplanung hoch.
-----------------------------	---

Leitsatz 7	<i>Wir verpflichten uns, aktiv nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anzubieten.</i>
Aspekte	Wie können Sie Ihr bestehendes Angebot nachhaltiger gestalten oder ein Neues von Beginn an verantwortungsbewusst planen? Beschreiben Sie Möglichkeiten, um Ihre Produkte und/oder Dienstleistung nachhaltiger zu gestalten. Benennen Sie konkrete Maßnahmen für die Umsetzung.
Beispiele	<p>Schauen Sie sich dazu den Weg der Erbringung Ihrer Dienstleistung und/oder von der Rohstoffherzeugung Ihres Produkts bis zur Entsorgung an.</p> <p>Bestimmen Sie die Punkte (z.B. bei der Zubereitung von Speisen, bei dem Transport der Gäste, bei der Entwicklung von Aufführungen), an denen Sie Einfluss auf die Nachhaltigkeit (bezogen auf soziale, ökologische, ökonomische Faktoren) des Produktes oder der Dienstleistung nehmen können. Das Ziel ist es, das Angebot zunehmend nachhaltiger zu gestalten und diese Option aktiv anzubieten.</p> <p><u>Beispiele:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkürzung von Lieferwegen (durch Nutzung lokaler Angebote), • Angebote mit dem inhaltlichen Fokus auf Nachhaltigkeit (z.B. Stadtführung durch das nachhaltige Berlin/an nachhaltige Orte) • Bezug von Nahrungsmitteln aus ökologischem und fairem Anbau, • Verzicht auf konventionelle Produkte und Suche nach einem entsprechend nachhaltigeren Ersatz, • Erstellung von veganen und regionalen Menüs, ausschließlich lokale Getränkehersteller aufnehmen, • Lieferungen per Lastenrad oder Investition in E-Mobilität, • Einsatz von erneuerbaren und/oder recyclebaren Rohstoffen/ Verbrauchsmaterialien sowie Rohstoffen, die regional verfügbar sind, • Konzeption von Aufführungen/ Shows/ Theaterstücken aus X% wiederverwerteten Materialien, • Entwicklung eines intelligenten Produktdesigns, bei dem bspw. Verpackung eingespart wird und die Recyclingfähigkeit erhöht wird, • Zusammenarbeit mit Lieferant:innen und Dienstleister:innen, die ebenso auf die soziale Nachhaltigkeit Wert legen (u.a. faire Entlohnung, Arbeitszeiten), • Nutzung (ausschließlich) alternativer Mobilitätsformen (E-Fahrzeuge, Carsharing, E-Bikes), • Umsetzung digitaler statt gedruckter Angebotsbestandteile zur Senkung des Papierverbrauchs (z.B. Tickets, Reiseunterlagen, Broschüren).

Beispiele für Belege	Erstellen Sie eine Liste Ihrer nachhaltigeren Produkte und Dienstleistungen und der jeweiligen Maßnahmen, die Sie umgesetzt haben, um die bestehenden Produkte/Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten und laden diese hoch.
Mögliche Indikatoren	Anteil an nachhaltigen Angeboten im Gesamtportfolio

Leitsatz 8	<i>Wir haben für unser Angebot ein Qualitätsversprechen und verpflichten uns dazu, dieses regelmäßig zu überprüfen.</i>
Aspekte	Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen stets von hoher Qualität sind? Formulieren Sie Ihr Qualitätsversprechen.
Beispiele	<p>Beschreiben Sie, wie Sie die Qualität Ihres Angebotes sicherstellen. Bestimmen Sie dazu Qualitätsmerkmale Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung und definieren Sie die Abläufe und Customer Touch Points*⁸ (Schnittstellen), die dem Qualitätserhalt dienen. Schauen Sie sich anschließend die Anforderungen (z.B. pünktliche Abfahrt/ Beginn, personelle Kapazität etc.) für jeden Customer Touch Point an und überlegen Sie, was Sie ggf. optimieren können, damit Sie die Qualität auch weiterhin sicherstellen bzw. verbessern können.</p> <p>Führen Sie ein regelmäßiges Lieferantenmonitoring*⁹ durch oder holen Sie sich regelmäßig Qualitäts-Feedbacks Ihrer Kund:innen ein. Sie können kritische Aussagen auswerten und gemeinsam im Team oder mit den Lieferant:innen an einer Lösung arbeiten.</p>
Beispiele für Belege	Laden Sie Ihr Qualitätsversprechen und weitere Hinweise oder Dokumente zum Qualitätsprozess hoch.

*⁸Customer Touch Points: Die zahlreichen verschiedenen Kontaktpunkte zwischen Kund:innen und einem Unternehmen werden als Customer Touch Points bezeichnet. Customer Touch Points umfassen dabei auch Kontaktpunkte im Vorhinein des eigentlichen Kundenkontaktes, wie beispielsweise die Nutzung der Website zur Information oder der Kontakt mit Mitarbeitenden sowie im Nachhinein, z.B. bei der Nutzung des Kund:innenservices.

*⁹Lieferantenmonitoring: Um Ihren Kund:innen stets eine hohe Qualität gewährleisten zu können, ist es wichtig, regelmäßig die Lieferkette zu überprüfen und Lieferanten zu analysieren, bewerten und zu überwachen. Dies betrifft nicht nur die Qualitätsprüfung von Produkten wie z.B. Lebensmitteln in der Gastronomie oder in Beherbergungsbetrieben, sondern auch weitere Bestandteile der Wertschöpfungskette, wie beispielsweise das nachhaltige Engagement. Zusätzlich werden durch das Monitoring auch aktuelle und etwaige Abweichungen oder Entwicklungen erfasst, wodurch ermöglicht wird, bereits frühzeitig mit den betreffenden Lieferant:innen eine Lösung auszuarbeiten.

Leitsatz 9	<i>Wir verpflichten uns, gemeinsam mit unseren Partner:innen unseren Einkauf langfristig nachhaltig auszurichten.</i>
Aspekte	Wie können Sie den Einkauf gemeinsam mit Ihren Partner:innen, Dienstleister:innen und Lieferant:innen nachhaltig ausrichten? Nutzen Sie dafür, die in Leitsatz 7 ausgearbeitete Analyse Ihrer Wertschöpfung und arbeiten Sie Verbesserungsmaßnahmen heraus.
Beispiele	<p>Analysieren und bewerten Sie ihre Partner:innen, Lieferant:innen und Dienstleister:innen anhand von Nachhaltigkeitskriterien.</p> <p>Sie können sich an nachfolgenden Themen orientieren, um eine Bewertung vorzunehmen:</p> <p><u>Mögliche Kriterien für die Auswahl von Partner:innen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierte Managementsysteme wie die ISO14001 (Umweltmanagement), ISO9001 (Qualitätsmanagement), ISO50001 (Energiemanagement), OHSAS 18001 (Arbeitsschutz) etc., • nicht zertifizierte Managementsysteme, • Veröffentlichung einer Selbstverpflichtung in Bezug auf Nachhaltigkeit, • Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts (setzt Nachhaltigkeitsstrategie voraus), • Mitglied in relevanten Vereinen/Verbänden, • Nutzung von Siegeln*¹⁰ wie Blauer Engel, Bio-Siegel, Fair-Trade Siegel, GOTS-Siegel, FSC-Siegel u.v.m, • Sozialstandards und Compliance, • Gibt es eine verantwortliche Person für Nachhaltigkeitsthemen? <p>Führen Sie dazu eine Liste der Partner:innen, in der Ihr nachhaltiges Engagement/ Ihre Nachhaltigkeitsperformance benannt und bewertet wird. Sie können im Anschluss bspw. einen Fragebogen ausarbeiten, in dem die Nachhaltigkeitskriterien detailliert (z.B. „Bestimmen Sie Ihren jährlichen Energieverbrauch und haben Sie sich Ziele zur Reduktion gesetzt?“) bei den Lieferant:innen abgefragt werden. Treten Sie anschließend mit dem/der Partner:in in einen Dialog. Gestalten Sie gemeinsam einen nachhaltigeren Einkaufsprozess.</p> <p>Suchen Sie bei Bedarf nachhaltigere Partner:innen als Alternative.</p>
Beispiele für Belege	Laden Sie ein Dokument hoch, das eine Liste nachhaltiger Lieferant:innen und/ oder die Lieferant:innenbewertung zeigt.
Mögliche Indikatoren	Anteil der Lieferanten, die als nachhaltig eingestuft worden sind (von allen Lieferanten)

*¹⁰Siegel: Liste von nachhaltigen Siegeln: <https://www.nachhaltiger-warenkorb.de/siegel/>

Leitsatz 10	<i>Wir verpflichten uns zu einem wertschätzenden und verantwortungsvollen Handeln gegenüber unseren Mitarbeiter:innen, Partner:innen und Kund:innen.</i>
Aspekte	Was bedeutet Wertschätzung und Verantwortung in Bezug auf die Gruppen Mitarbeitende, Partner:innen und Kund:innen? Legen Sie für jede Gruppe Grundsätze fest und kommunizieren Sie dies nach innen und außen.
Beispiele	Überlegen Sie, wie Sie im Arbeitsalltag wertschätzend und verantwortungsvoll mit Ihren Mitarbeitenden, Partner:innen und Kund:innen umgehen möchten. Sie können beispielsweise gemeinsame Grundsätze in einem „Code of Conduct“ (Verhaltenskodex) festschreiben und auch hier die Mitarbeit der verschiedenen Gruppen erfragen.
Beispiele für Belege	Formulieren Sie dazu Grundsätze, die Sie z.B. als Verhaltenskodex auf Ihrer Homepage veröffentlichen können oder Sie laden die entsprechende Erklärung als Dokument hoch.

Leitsatz 11	<i>Wir stehen im aktiven Austausch mit unseren Stakeholdern und beziehen deren Bedürfnisse mit ein.</i>
Aspekte	Wie sehen geeignete Anlässe aus, um mit Ihren Anspruchsgruppen in einen aktiven Dialog zu treten? Wie können Wünsche und Bedürfnisse ermittelt werden? Legen Sie dazu Gesprächsformate und Maßnahmen fest.
Beispiele	<p>Anspruchsgruppen (auch Stakeholder genannt) sind Kund:innen/Gäste, Geschäftspartner:innen, Anwohner:innen, Lieferant:innen und Mitarbeitende sowie andere an meiner Unternehmung interessierte Gruppen.</p> <p>Bestimmen Sie Ihre Anspruchsgruppen im Detail (z.B. direkt mit dem Namen der Lieferanten, etc.). Legen Sie fest, wie weit Sie die jeweilige Anspruchsgruppe einbeziehen möchten.</p> <p>Überlegen Sie sich für jede Gruppe ein Dialogformat oder einen Anlass, einerseits um Bedürfnisse zu erfragen und andererseits, um ihn/sie in die nachhaltige Entwicklung der Geschäftstätigkeit aktiv einzubeziehen.</p> <p>Hinweis: Dieser Leitsatz bezieht sich auf die Organisation und Durchführung von Gesprächen mit allen wichtigen Anspruchsgruppen. Um Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung nachhaltiger zu gestalten, ist der Austausch und die Kooperation mit Partner:innen, Lieferant:innen und Dienstleister:innen auch bei anderen Leitsätzen notwendig. Wenn Sie sich für die Erfüllung dieses Leitsatzes entscheiden, brauchen Sie an anderer Stelle (z.B. bei Leitsatz 9) keinen doppelten Nachweis erbringen. Es genügt, wenn Sie uns zeigen, dass ein Prozess gestartet wurde, der den Dialog aller für Sie relevanten Stakeholder beinhaltet.</p> <p><u>Beispiele für das Dialogformat:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Befragungen/Gespräche die jährlich durchgeführt werden, • schriftliche Fragebögen, • regelmäßige Newsletter, • einen „Lieferant:innen-/Dienstleister:innen-Tag“, • „Zukunftsworkshops“ (Wo wollen wir (gemeinsam) hin?)
Beispiele für Belege	Laden Sie eine Übersicht Ihrer allgemeinen Anspruchsgruppen hoch und beschreiben Sie, zu welchen Anlässen und eventuell zu welchen Themen Sie in den Dialog treten.