Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie Wilde Beissel von Schmidt GmbH

Einleitung

Als inhaberinnengeführte Full-Service-Agentur für Veranstaltungen steht für uns die Konzeption, Beratung, Koordination und Durchführung von Veranstaltungen im Fokus. Unser Schwerpunkt liegt auf der Planung von nachhaltigen Veranstaltungen im politischen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Bereich. Wir realisieren Formate, die durch ihre hohe Komplexität und Qualität, ihre Hochrangigkeit und Relevanz sowie die dadurch nötige Sensibilität und Sorgfalt herausstechen.

Unser Leitbild: Vision, Mission und Handlungsgrundsätze

Unsere Vision

Wir wollen durch unsere Arbeit Menschen zusammenbringen und Räume für Dialog und konstruktiven Austausch schaffen. Veranstaltungen, die verbinden, inspirieren und echte Mehrwerte für alle Beteiligten schaffen. Wir streben danach, die Transformation der Eventbranche und der Gesellschaft hin zu einer nachhaltigeren Zukunft aktiv mitzugestalten. Als Agentur werden wir zum Vorbild: unsere Veranstaltungen sollen als Best-Practice-Beispiele für eine qualitativ hochwertige und nachhaltige Umsetzung stehen – ökologisch verantwortungsvoll, sozial verträglich und wirtschaftlich tragfähig.

Unsere Mission

Wir kreieren innovative, unvergessliche und umweltfreundliche Veranstaltungen, die gesellschaftlichen Mehrwert schaffen. Jede Veranstaltung wird als *„Nachhaltigkeits-Botschafterin"* zu einer inspirierenden Plattform. Ökologische Verantwortung, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Effizienz werden miteinander vereint.

Als Frauengeführte Agentur ist es uns zudem ein besonderes Anliegen, unsere Kund:innen mit Fokus auf eine diverse Ausgestaltung von Veranstaltungen zu beraten und damit den Blick der Gesellschaft dafür zu schärfen.

Handlungsgrundsätze

Im Kern unserer strategischen Unternehmensausrichtung steht für uns die wirtschaftlich erfolgreiche und langfristig tragfähige Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, die für alle beteiligten Stakeholder:innen nachhaltig bereichernd sind und einen sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert schaffen. Dabei setzen wir auf wertorientiertes Wachstum, das Qualität, Innovation und wirtschaftliche Stabilität in den Mittelpunkt stellt. Wir sind überzeugt, dass wir unsere Ziele nur dann erreichen, wenn sie auf einer tragfähigen Unternehmensstruktur und den Prinzipien nachhaltigen Handelns fußen.

Nachhaltigkeit: Wir übernehmen Verantwortung für die Zukunft.

Gerade und vor allem in unserer sehr schnelllebigen Branche, ist es Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung, für kommende Generationen eine soziale, ökonomische und ökologische zukunftsfähige Perspektive zu schaffen. Als Eventagentur, als Unternehmen und als

Unternehmerinnen haben wir die Möglichkeit, die Bestrebungen zur Erreichung des 1,5 Grad Zieles zu unterstützen. Die vier Säulen der Nachhaltigkeit (Gesellschaft, Ökonomie, GRC und Ökologie) sind von Anbeginn selbstverständlicher Teil unseres Firmenethos.

Governance, Risk, Compliance (GRC)

Eine gewissenhafte und langfristig tragfähige Unternehmensführung ist Teil unserer Verantwortung. Intern und extern sind wir unseren Anspruchsgruppen gegenüber zu Transparenz in der Kommunikation und den Prozessen verpflichtet. Gleichzeitig pflegen wir mit unseren Stakeholder:innen einen kontinuierlichen offenen Dialog. Rahmen und Grundlage dafür ist die Einhaltung aller Gesetze, Vorschriften, branchenspezifischer Richtlinien und gesellschaftlichen Grundsätze. Die Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten steht außer Fragen. Mit Informationen und (personenbezogenen) Daten gehen wir entsprechend sensibel und gesetzeskonform um.

Qualität: Dafür gibt es keine Alternative.

Unser Selbstverständnis ist geprägt von höchsten Qualitätsansprüchen an uns selbst und unsere Arbeit. Dafür orientieren wir uns an einem gemeinsam erarbeiteten und geteilten Qualitätsverständnis. Wir prüfen unsere Prozesse regelmäßig, scheuen uns nicht vor kritischen Analysen und entwickeln uns als Team, als Unternehmen und individuell konstant weiter.

Gesellschaft

Partnerschaft: Wir arbeiten auf Augenhöhe. Im Team, mit unseren Kund:innen und mit unseren Dienstleister:innen.

Erfolg entsteht gemeinsam. Respektvolles, partnerschaftliches Arbeiten auf Augenhöhe ist seit Gründung unserer Agentur 2004 selbstverständlicher Bestandteil unserer Philosophie. Sie zeichnet sich durch Fairness, flache Hierarchien, Diversität, Gleichberechtigung, hohe Eigenverantwortlichkeit und eine offene Feedbackkultur aus. Diese Werte sind auch in unserer *Personalstrategie* verankert. Das soziale und durch Offenheit geprägte Unternehmensklima tragen wir nach Außen und arbeiten mit unseren Kund:innen und Dienstleister:innen stets in einem gemeinschaftlichen, konstruktiven und lösungsorientierten Miteinander. Dazu verpflichten wir uns auch im Code of Conduct.

Als aktive Akteur:innen in unserem Kiez, unserer Stadt und unserer Gesellschaft haben wir auch eine Verantwortung gegenüber unserer Nachbarschaft sowie dem lokalen und nationalen Kulturerbe. Wir nehmen diese Verantwortung als Aufgabe wahr, negative Einflüsse zu minimieren und positive Beiträge zu leisten. Wir fördern gesellschaftliches und soziales Engagement und unterstützen unsere Mitarbeiter:innen dabei.

Ökologie

Wir planen und handeln ressourcenschonend, effizient und umweltbewusst entlang unserer Wertschöpfungskette. Emissionen reduzieren wir, wo möglich und gleichen zukünftig aus, was nicht vermeidbar ist. Unser Einkaufsprozess, Büro- und Geschäftsreisemanagement folgt nachhaltigen Prinzipien, eine aktive Abfallwirtschaft ist selbstverständlich.

Ökonomie

Eine langfristig tragfähige Unternehmensführung hält die Balance zwischen ökonomischer Rentabilität bei gleichzeitigem verantwortungsvollem Ressourceneinsatz (personell, materiell,

finanziell). Unser Dienstleistungsangebot entwickeln wir konstant weiter, bleiben auf dem neusten Stand und ergänzen unser Portfolio kontinuierlich um weitere nachhaltige Angebote. Unsere Lieferketten analysieren wir nach qualitativen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien. Regionale (langfristige) Kooperationen stehen im Vordergrund.

Wir möchten fair bezahlt werden und bezahlen fair. Das gilt für sowohl für Dienstleister:innen als auch selbstverständlich für unsere Mitarbeitenden. Eine faire und chancengerechte Tarifstruktur ist unser Ziel.

Unsere Ziele

Wir möchten immer besser werden und uns kontinuierlich weiterentwickeln. Neben vielen kleinen Zielen setzen wir uns als Unternehmen folgende übergeordnete Ziele:

- Bis Mitte 2026 soll unser Dienstleistungsangebot mindestens zwei weitere konkret ausgearbeitete Nachhaltigkeitspakete umfassen (Nachhaltigkeitsbericht, Zertifizierung, Kompensation uvm.)
- Bis Mitte 2026 sollen weitere Maßnahmen zur Unterstützung der Biodiversität identifiziert und umgesetzt werden.
- Bis Ende 2026 soll unsere gesamte Lieferkette dokumentiert, analysiert und bewertet werden.
- Bis Ende 2026 möchten wir ein Spendenkonzept erarbeiten und umsetzen
- Bis Ende 2026 möchten wir unseren Mitarbeitenden noch mehr gesellschaftliche Teilhabe durch ein Corporate Volunteering Konzept ermöglichen. Gleichzeitig möchten wir uns als Unternehmen durch die Unterstützung sozialer Einrichtungen mehr engagieren.
- Bis 2030 möchten wir uns als Agentur und unsere Veranstaltungen ISO-zertifizieren lassen.
- Bis 2030 möchten wir mindestens ein Zero-Waste-Event umsetzen
- Bis 2030 möchten wir CO_2-neutral werden

Berlin, Juli 2025

Barbara Wilde

Beauftrage für Nachhaltigkeit und Geschäftsführung
Barbara Wilde und Verena Meier

Annex – SDGs

Mit der Formulierung der SDGs durch die Vereinten Nationen im Jahr 2016, wurden 17 politische Zielsetzungen festgeschrieben, die die nachhaltige Entwicklung auf sozialer, ökologischer und ökonomischer Ebene bis zum Jahr 2030 sichern sollen. Die Einhaltung der SDGs gilt für alle Mitgliedsstaaten.

Sowohl unsere interne Arbeit, als auch die Beratung unserer Kund:innen sowie die konkrete Veranstaltungsplanung und -umsetzung, ist durchgehend von der besonderen Beachtung der sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekte geprägt, die einzelne Planungsmaßnahmen erfordern.

Auch wir, als Individuen und als Agentur, fühlen uns grundsätzlich zur Einhaltung aller 17 SDGs verpflichtet.

Die folgenden fünf SDGs haben wir im internen Diskurs für uns und unsere Arbeit allerdings als besonders relevant identifiziert, auch weil wir hier die größte Wirkungsmöglichkeit sowie den vielfältigsten Gestaltungsspielraum, insbesondere in unserer Arbeit nach außen, sehen. Das Monitoring in Bezug auf die Erfüllung der Maßnahmen wird fortlaufend nachgehalten.

SDG 1: Keine Armut

Nach Innen:

- Faire Bezahlung für Mitarbeiter:innen
- Nutzung von Fairtrade, Bio- und regionalen Produkten
- Nutzung von Produkten, die mit Nachhaltigkeitssiegeln gekennzeichnet sind
- Engagement und Spenden von neuen und gebrauchten Sachen für wohltätige Zwecke, z.B. Weihnachten im Schuhkarton

Nach Außen:

- Nutzung von Fairtrade, Bio- und regionalen Produkten
- Gerechte Bezahlung der Dienstleister:innen, Servicepersonal / Faire Preisverhandlung
- Zusammenarbeiten mit fairen Dienstleister:innen
- Prüfung und Vermeidung von Produkten, die nicht gesichert unter fairen Bedingungen hergestellt wurden
- Prüfung und Vermeidung von Produkten, deren Lieferkette nicht transparent faire Konditionen für alle Involvierten nachweisen kann
- Vermeidung langer Transportwege
- Kompensation des CO_2-Ausstoßes der Veranstaltung über Anbieter, die Projekte der Entwicklungszusammenarbeit unterstützen

SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen

Nach Innen:

- Wir sorgen und achten auf ein gutes und soziales Mitarbeiterklima (flache Hierarchien, Gleichberechtigung, Mitsprache, Diversität, Eigenverantwortung)
- Flexible Arbeitszeiten mit Kernarbeitszeiten, bzw. nach Absprache
- Arbeitsmodelle unter Berücksichtigung familiärer Situationen
- Möglichkeiten zum Arbeiten aus dem Homeoffice
- Einhaltung der Arbeitszeiten und zeitnaher Ausgleich von Mehrarbeitsstunden
- Regelmäßige "Clear the Air Meetings", um Ärgernisse, Missverständnisse oder Unstimmigkeiten zu beseitigen
- Individuelle Mitarbeiter:innengespräche
- Regelmäßige „Weeklys" für Transparenz für anstehende Ereignisse, Produktionen, neue Mitarbeiter:innen, Austausch und Klärung zu aktuellen Fragen und Entwicklungen
- Ausstattung Arbeitsplätze mit ergonomischen Stühlen
- Begrünung des Büros für ein gutes Raumklima
- rauchfreie Büroräume
- Angebot von kostenlosem Bio-Obst, regionalem Wasser, Fairtrade Kaffee und Tee im Büro
- Verwendung von ökologischen und nachhaltigen Reinigungsmaterialien (Spül- und Putzmittel, Tabs etc.)
- Nachhaltige Teamevents mind. einmal im Jahr (z.B. Sommerfest, Weihnachtsfeier) zur Förderung der Identifikation und des Wir-Gefühls, zur Unterstützung bei der Gestaltung einer angenehmen Arbeitsatmosphäre

Nach Außen:

- Beratung zu Programmgestaltung mit Berücksichtigung von ausreichend Pausen/ keine Überflutung von Informationen bzw. Programmpunkten
- Einhaltung von Crewzeiten und Pausen durch sinnvolle und arbeitsschutzkonforme Personalplanung

- Frühzeitige Planung von ausreichend Fremd-Personal (bspw. Host:essen), damit Pausen wahrgenommen werden können
- Bereitstellung von saisonalem und regionalem Crewcatering mit min. vegetarischem Schwerpunkt (Berücksichtigung artgerechte, ökologische Haltung; Verwendung von zertifiziertem Fisch (Siegel wie MSC))
- Einhaltung von Hygienemaßnahmen (regelmäßiges Lüften, Reinigen und Desinfizieren)
- Beratung der Kund:innen zu
    - Wahl von gut per ÖPNV erreichbaren Locations
    - saisonalem, regionalem, biologischem, vegetarischem Catering-Angebot in ausreichender Menge (mit möglichst wenigen Leftovers)
    - Angeboten für interessante und inhaltlich verknüpfte Themenspaziergänge zum Zurücklegen kurzer Distanzen bei notwendigen Wechseln zwischen Veranstaltungsorten
    - Einsatz alternativer Transportmittel wie Fahrräder, Tret- oder E-Roller, E-Bus-Shuttles
    - zur Nutzung des DB-Veranstaltungstickets
    - Bei Give Aways auf gesundheitlich unproblematische Materialen achten

SDG 4: Hochwertige Bildung

Nach Innen:

- Umfassende Einführung und Anlernen von Nachwuchs als Praktikant:innen, Trainees durch Zuordnung zu einem persönlichen AP, Bereitstellung Mitarbeiter:innen-Handbuch (wer sind wir, wie arbeiten wir, was machen wir wie, was findest du wo?)
- ggf. Reaktivierung Auszubildendenprogramm
- Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten; Motivation zum selbständigen Interessenausbau durch Schulungen, Webinare, Besuche von Messen, (Info-) Veranstaltungen
- Teilen von Wissen und Erfahrungen mit dem Team im Rahmen des Weekly und/oder zu entsprechend vereinbarten Terminen (z.B. ChatGPT, Metaverse, Confluence, Teamevents)
- Flache Hierarchien, um Austausch aller Parteien zu ermöglichen
- Kreativität fördern (Input aus unterschiedlichen Quellen, multi-perspektivischer (interdisziplinärer) Blick), Brainstorming
- Schwächen, Stärken, Leidenschaften und Entwicklungswünsche gemeinsam identifizieren (Feedbackgespräche) um Potenziale zu entwickeln und Spezialisierungen auszubauen
- Regelmäßige Feedbacks und Entwicklungsgespräche, Mitarbeiter:innen-gespräche anhand der Qualifikationsmatrix sowie weitere Orientierung an Motivatoren
- Geringe Mitarbeiterfluktuation fördert das Teamgefühl sowie die gemeinschaftliche Expertise -> und stärkt die Identifikation mit der Agentur („man fühlt sich wohl bei uns“)

Nach Außen:

- Inklusiver Zugang und Teilnahme an allen Veranstaltungsteilen durch die Gewährleistung von Barrierefreiheit (Hilfe beim Zugang (sofern nötig), Bereitstellung entspr. Sitzplatzbereiche, ggf. Gebärdensprache)
- Bereithaltung von Ticketkontingenten für Geringverdiener ermöglichen (z.B. kostenloser Eintritt für alle, kostenloser Eintritt für eine kleine Gruppe anbieten, digitale Teilnahme (u.a. mit Partizipationsmöglichkeiten))
- Gesellschaftliche Teilhabe: Videodokumentation der Veranstaltung und Bereitstellung auf sozialen Kanälen und/oder Websites der Kunden/Video on demand
- Evaluieren der Veranstaltung durch Teilnehmendenbefragung zur Optimierung
- Austausch fördern durch das Einrichten von Networkingmöglichkeiten
- Einsatz niedrigschwelliger Kommunikationsmodule wie Auslegen von Fragekärtchen, Abbildung veranstaltungsbezogener individueller Aussagen, bspw. auf Badge
- Einrichten einer Speaker-Corners, um „get in touch" Möglichkeiten mit den Expert:innen zu schaffen
- Formatentwicklung mit starkem Fokus auf Partizipationsmöglichkeiten; Förderung von Diskussion und Austausch, weg von monologisierenden Frontalformaten

SDG 10: Weniger Ungleichheiten

Nach Innen:

- Faire Bezahlung für alle Mitarbeiter:innen
- Diversität, Gleichberechtigung, Partnerschaftlichkeit und Barrierefreiheit
- Bewerbungen ohne Bild, Herkunft → Chancengleichheit für alle
- Null Toleranz gegenüber Diskriminierungen (egal welcher Natur), weder am Arbeitsplatz noch in sonstigen geschäftlichen und persönlichen Zusammenhängen
- Arbeitsmodelle mit Berücksichtigung familiärer Situationen
- Fairer Umgang in Geschäftspartnerschaften
- Einsatz gendersensibler Sprache

Nach Außen:

- Diversität (bei Zusammenarbeit mit Firmen)
- Barrierefreiheit zu allen Veranstaltungen
- Sprachenvielfalt und Einsatz gendersensibler Sprache in Wort und Schrift
- Englischsprachige Arbeit ermöglichen
- Einsatz gendersensibler Sprache sowie gendergerechter Dolmetschung
- gleichmäßiger Anteil an männlichen und weiblichen Speaker:innen sowie Teilnehmenden

- Zugang für Geringverdiener bzw. benachteiligte Interessengruppen ermöglichen (kostenloser Eintritt für alle, kostenloser Eintritt für eine kleine Gruppe anbieten, digitale Teilnahme)

SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion

Nach Innen:

Grundsätzlich: WENIGER IST MEHR!

- Wiederverwertung von Material, z.B. Mappen, Trennblätter, etc.
- Bewusster Einkauf von Lebensmitteln und Büromaterial; Bereitstellung und Einsatz von Mehrweg-Behältern und Stoffbeuteln für Einkäufe
- Reduktion von Bestellungen
- Reduktion der Müllproduktion → Zero Waste anstreben
- Bewusster Umgang mit Vorräten (Bestandskontrolle vor Einkäufen; Verwertung von Vorräten, Vermeidung von Lebensmittelabfällen); Fokus auf Erwerb von Produkten mit Ökosiegeln (Textilien, Holz, Handel)
- Konsequente Abfalltrennung und Abfallvermeidung, korrekte Entsorgung
- Vermeidung/ Reduktion von E-Mails (mehrere Themen in einer E-Mail besprechen)
- Think before you print und Nutzung alter Ausdrucke als Schmierpapier; doppelseitiger Ausdruck
- „Keine Werbung"-Schild am Briefkasten
- Einsatz von Recycling-Papier mit Öko-Zertifizierung wie FSC, Blauer Engel o.ä.
- Einsatz von Recycling-Toilettenpapier
- Verwendung von Stoffhand- und Geschirrtüchern statt Papiertücher
- Einkauf und Nutzung hochwertiger Produkte, die langlebig und leicht zu reparieren sind
- Regelmäßiger Austausch zu Themen der Nachhaltigkeit und Reflektion des individuellen Lebensstils (Ernährung, Konsum, Kleidung, Nutzung, Reisen, Energienutzung, etc.) im Rahmen des Weekly
- Regelmäßige Schulung und Diskussion zur Nachhaltigkeit
- Nutzung digitaler Produktionsbücher
- Umstellung auf Öko-Strom und Gas
- Kontinuierliche Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen zu bewusstem Energie-, Wasser- und Ressourcenverbrauch (z.B. Licht aus in ungenutzten Räumen, PC nicht über Nacht laufen lassen etc.)
- Internes Reisemanagement:
    - Strecken innerhalb Berlins werden möglichst mit dem Fahrrad oder ÖPNV zurückgelegt; bei nicht vermeidbaren Autofahrten sind Elektro-Fahrzeuge (per Carsharing-Anbieter) zu bevorzugen
    - Reisen innerhalb Deutschlands erfolgen ausschließlich mit dem Zug
    - Bei nicht vermeidbaren Flugreisen erfolgt eine Kompensation

Nach Außen:

- Verwendung von Mietmaterial, z.B. Mobiliar, Dekoration, Aufsteller
- Planung mit so wenigen Dienstleister:innen wie nötig sowie Fokus auf Beauftragung von Dienstleister:innen aus der Region (Reduktion langer Anfahrtswege und aufwendiger Transporte)
- Verzicht auf Schnittblumen
- Vermeidung von Neu-Produktionen und Einwegprodukten (Banner, Brandings, Sticker, ...) z.B. durch die Einlagerung von Materialien sowie den Einsatz digitaler Displays
- Ordentliche Lagerung der Materialien, um sie jährlich erneut einzusetzen (Verzicht auf Jahreszahlen bei Brandings)
- Recycling von Einmal-Produkten wie Backdrops o.ä. zu Taschen, Mappen etc.
- Ordnungsgemäße Entsorgung und Trennung von Veranstaltungsmaterialen; Einsatz von Abfallinseln zur sachgemäßen Abfalltrennung auch bei der Veranstaltung vor Ort
- Sinnvolle Planung der Cateringzahlen auch in Bezug auf No Show Raten und Crew
- Einsatz von Mehrweggeschirr, Besteck sowie Gläser; keine Nutzung von Einweg-Geschirr / Papp-Bechern
- Berücksichtigung fairer Lieferketten und Herstellungsgegebenheiten
- Unterstützung regionaler Anbieter:innen und Gewerke
- Weitergabe nicht mehr nutzbarer Veranstaltungsmaterialien an andere (z.B. Kapas an Kindergarten, Schulen, soziale Projekte)
- Verzicht auf Laminierungen
- Generell Vermeidung von Überproduktionen und Abfallvermeidung
- Sparsamer Umgang mit Energien – heizen, Betriebsdauer technischer Geräte, Einsatz von Beleuchtung
- Auswahl von Veranstaltungsorten mit Nachhaltigkeitsschwerpunkten und/oder anerkannten Zertifizierungen
- Papierlose Einladungen und Anmeldeverfahren
- Bereitstellung Factsheet zu Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -optionen durch Veranstalter:in und Teilnehmer:in im Rahmen der Teilnehmer:innenkommunikation