

NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2023

Nachhaltigkeit bei der Weischer Gruppe



MW WEISCHER

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 2023	2
Über das Unternehmen	3
Portrait	4
Unsere Eigentumsverhältnisse	5
Über den Bericht	6
Portfolio	7
Was wir tun?	7
Unsere Produkte und Dienstleistungen	8
Weischer.Green: Unsere CO2-neutrale Dienstleistung	10
Unser Nachhaltigkeitsverständnis	11
Werte	11
Nachhaltigkeitsstrategie	12
Unsere Zusammenarbeit mit den UN	12
Unsere Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse	14
Umwelt	16
Klimabilanz 2023	16
Klimabilanz je Land im Überblick	20
Deutschland 2023	21
Schweiz 2023	23
Österreich 2023	24
Unsere Veränderungen	25
Unsere Schritte zum nachhaltigen Unternehmen	31
Menschen	32
Fünf freudige Fakten	34
Unsere Mitarbeitenden	35
Was Mitarbeitende bei uns erwartet	36
Talente fördern und Potenziale entfalten	38
Gelebte Diversität	39
Gesundheit ist die Basis für alles	40
Drei wichtige Aspekte	41
Gesellschaft	42
Unser Einsatz während der Global Week to #ACT4SDGs	43
Unsere Herzensprojekte	44
Summary: Kennzahlen und Erfolge 2023	46
Ausblick	47
Impressum	48
GRI INDIKATOR	49

Vorwort 2023



Moritz Weischer CMO

Wir glauben an Veränderung!

**Bei Weischer ist jeder Tag anders.
Diese Dynamik finden wir toll.
Sie gibt uns auch die Chance, jeden Tag
noch bewusstere Entscheidungen zu
treffen.**

Das Wir-Gefühl: so typisch für Weischer. Und ein starker Hebel für Veränderungen. Als Familienunternehmen haben wir uns auf den Weg gemacht, gemeinsam anzupacken. Dinge, die uns wichtig sind. Und die unser Zusammenleben auf diesem schönen Planeten verbessern können.

Wir leisten unseren Beitrag.

**Wir zeigen, wo wir stehen.
Und wo wir hinwollen.
Für ein zukunftsfähiges Weischer.**

Einblicke und Ausblicke: Unser freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht 2023 beschreibt, wie wir uns bei Weischer für die Zukunft aufstellen wollen. Einiges haben wir schon erreicht. Und es gibt noch viel zu tun.



Stephan Dahm, CCO

Portrait

Über 100 % unabhängig. Inhabergeführt. Familienunternehmen

Wir, die deutsche Unternehmensgruppe Weischer.Media GmbH & Co.KG, wurden 1954 von Hans Weischer gegründet. Unser Hauptsitz ist in Hamburg am Elbberg. Bei uns arbeiten (Stand 31.12.2023) 475 Menschen aus 17 Nationen in den 14 Tochterfirmen in Deutschland (434), Österreich (17) und der Schweiz (24). Wir betreiben drei zentrale deutsche Standorte und zahlreiche regionale Außenbüros.

Weischer ist mit seinen Firmen Mediaagentur und -dienstleister für gut 3.500 Unternehmenskund:innen in Deutschland und führender Kinowerbevermarkter von etwa 4.000 Kinoleinwänden in der DACH-Region. Ob Kinos, Unternehmen aller Branchen- und Größenordnungen oder Agenturen - an erster Stelle steht für uns ein verantwortungsvoller und partnerschaftlicher Umgang mit ihnen. Nachhaltigkeit ist für uns ein Gemeinschaftswerk. Es wird von allen Mitarbeitenden, Führungskräften und Gesellschaften der Weischer-Gruppe getragen und unterstützt. Wir verstehen Nachhaltigkeit als Symbiose aus Ökologie, Sozialem und Ökonomie. Gemeinsam wollen wir aktiv den nachhaltigen Wandel begleiten. Wir wollen deutliche Impulse setzen und tun es. Denn das ist unsere DNA.

Uns ist bewusst, dass Nachhaltigkeit kein Zustand ist, den ein Unternehmen je erreichen könnte. Sie ist ein Weg, auf den sich das Unternehmen begibt. Eine Reise, auf der es seine Stakeholder bestenfalls gleich mitnimmt.

Weischer erzeugt Wirkung. Unsere Arbeit ist immer nur so gut, wie die Wirksamkeit, die sie erzielt. Deshalb wollen wir die richtigen Dinge tun - und die Dinge richtig tun. Denn Effektivität und Effizienz gehen bei uns Hand in Hand.

Unsere Eigentumsverhältnisse

Das Unternehmen Weischer ist zu 100 Prozent inhabergeführt und unabhängig. Die von den Gesellschaftern geführte Weischer Holding KG greift nicht aktiv in den Geschäftsbetrieb ein. Die einzelnen Firmen agieren direkt und eigenverantwortlich.

In den Tochtergesellschaften tragen die jeweiligen Geschäftsführer:innen die Verantwortung. Gleichzeitig sind Corporate Services (Finance, People & Organisation, IT-Administration & Security, Service & Forschung, Marketing) für alle Weischer-Unternehmen in Weischer.Solutions gebündelt. Die Geschäftstätigkeit findet ausschließlich in der DACH-Region statt.

Zusätzlich zur operativen Führung durch die CEOs gibt es das oberste Entscheidungsgremium: das Board. Es legt die strategische Ausrichtung der Weischer-Gruppe fest. Neben den operativen CEOs gehören die Verantwortlichen für Finance (CFO), Investment (CIO), Marketing (CMO), People & Organisation (CPO) und die beiden Co-Chairmen dazu.

Gesellschaftsstruktur

Weischer Holding KG

WEISCHER.MEDIA GmbH & Co. KG

Weischer.JvB GmbH	HWZ Hamburger WerbeZentrale Verwaltungs GmbH
Weischer.GeoConsult GmbH	elbbergMedia GmbH & Co. KG
Weischer Beteiligungs-GmbH	
Weischer.Solutions GmbH Weischer.Cinema Operations GmbH Weischer.Q GmbH	
Weischer.Online GmbH Ngyer XMedia GmbH	Cineweb Betriebsges. mbH Cineweb GmbH
Weischer Kinowerbung GmbH & Co. KG	
Weischer.Cinema Partner GmbH & Co. KG RoWo	
Weischer.Solutions GmbH kinowerbung.de GmbH & Co. KG Weischer.Cinema Deutschland GmbH & Co. KG Weischer.Cinema Schweiz GmbH	RoWo Media GmbH CC Holding (Austria) AG Weischer.Cinema Austria GmbH (A) Wolf Werbung GmbH & Co. KG
Weischer.Cinema Schweiz GmbH	

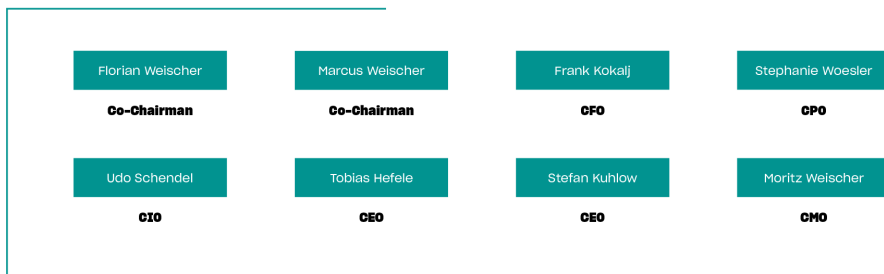
Gesellschafter:innen und Management

Gesellschafter:innen Weischer.Media GmbH & Co. KG

Frank Kokalj	Udo Schendel	Stefan Kuhlow	Stephanie Woessler	Weischer.Holding KG
4,9%	5%	4,9%	4,9%	80,3%

Management Weischer.Media GmbH & Co. KG

Board = strategische Ausrichtung



Geschäftsführer:innen der Tochterfirmen



Eigenverantwortung und operative Führung



Über den Bericht

Die Weischer Unternehmensgruppe ist aktuell nicht zur nichtfinanziellen Berichterstattung verpflichtet. Trotzdem wollen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten transparent machen und unsere Nachhaltigkeitsreise erlebbar machen und zum Mitmachen einladen.

Unser dritter freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht ist in Anlehnung an die globalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt worden (Grundlagen 2021). Dieser Bericht wurde analog 2022 für die Unternehmensgruppe Weischer.Media GmbH & Co.KG (= Weischer) mit den Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz erstellt. Er umfasst den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2023. Abweichungen sind kenntlich gemacht. Eine externe Prüfung ist nicht erfolgt.

Unser Ziel ist es, dass wir immer bessere Daten für unsere Unternehmensgruppe bekommen, daher entwickeln und erweitern wir diese kontinuierlich. In diesem Jahr haben wir unter anderem weitere Daten in der CO₂-Bilanz aufgenommen (Details siehe Kapital Klimabilanz).

Portfolio

Was wir tun?

Kino-, Außen- und Online-Werbung? Machen wir. Richtig gut. Denn wir gestalten Media. Wir wollen Neues erschaffen und Bewährtes kreativ neu denken. Auf der großen Kinoleinwand und dem kleinen Smartphone-Screen. Out-of-Home und @Home. Digital und analog, klassisch oder programmatisch gebucht. Mit Kopf und Herz. Kollaborativ, effektiv, innovativ.

Alle Unternehmen der Weischer-Gruppe haben einen gemeinsamen Anspruch: Markenbotschaften in die richtigen Kanäle zu leiten. Zielgruppen wirksam zu involvieren. Werbekampagnen der Kund:innen leistungsstark und effizient zu gestalten. Individuell und maßgeschneidert. So sorgen wir dafür, dass Werbung ihre Zielgruppe erreicht.

- Zielgruppengerechte Platzierung von Kampagnenbotschaften (digital und analog, klassisch und programmatisch)
- Entwicklung und Einsatz leistungsfähiger Tools für strategische Kommunikationsplanung
- Effektiver, vernetzter Einsatz vielfältiger Medienkanäle
- Data-Science-Lösungen, Geo-Consulting und Wirkungsforschung
- Nachhaltige Kampagnenausspielungen

Unsere Produkte und Dienstleistungen

Wir bringen Kompetenzen zusammen. Als Dachmarke zentralisiert Weischer die Expertise seiner Unternehmen. Die Produkte unserer 14 Tochterfirmen im Kurzporträt.

Weischer.JvB (Hamburg) ist eine der führenden unabhängigen Agenturen für Außenwerbung in Deutschland. Neben (Digital) Out of Home (OOH/ DOOH) Media führt Weischer.JvB auch Planung und Einkauf von Mobile Ads, Digital Audio und Adressable TV durch. Damit bietet sie alle Kanäle an, die Zielgruppen außer Haus und mobil nutzen. Weischer.JvB versteht sich als Agentur der mobilen Customer Journey und begleitet Zielgruppen durch Zeit und Raum im Tagesablauf. Um sie zur richtigen Zeit und am richtigen Ort crossmedial anzusprechen.

Nqyer XMedia (Hamburg) umfasst Beratung, Strategie-Entwicklung sowie operatives Management und Reporting programmatischer Kampagnen. Dabei konzentrieren wir uns auf das Medienumfeld Digital Out of Home, Adressable & Connected TV, Digital Audio und Cinema – auf Basis medienübergreifenden Audience-Targetings.

Weischer.Cinema Deutschland (Hamburg) ist der führende Kinowerbemarkter in Deutschland. Dabei greifen wir auf ein breites Portfolio möglicher Werbeflächen zurück: alle Filmhäuser, Zielgruppen und Medien der Kinowelt aus einer Hand. Das Angebot umfasst Beratung sowie Planung, Einkauf und Optimierung der Werbeflächen. Flex Targeting und Flex Pricing erlauben bedarfsgerechte Kampagnenaussteuerungen.

Kinowerbung.de (Hamburg) ist weiterhin als 100-prozentiges Tochterunternehmen von Weischer die führende Online-Plattform für Kinowerbung in Deutschland. Es macht Kinowerbung für Interessierte und Kund:innen leichter plan- und buchbar als je zuvor und ist zudem B2B-Lead-Generator. Die Idee, die vor mehr als zehn Jahren mit der Aussage begann „mit UNS wird Kino unvergesslich“, hat die Kinowelt verändert. Seither durften wir mehrere Tausende Werbekampagnen im Kino für unsere Auftraggebenden realisieren.

Weischer.Cinema Austria (Wien) betreut als Österreichs führendes Kinovermarktungsunternehmen alle nationalen und sowie den Großteil der regionalen Werbemaßnahmen in den rund 140 Kinos Österreichs. Durch die Anbindung an die Kassensysteme der Kino-betreibenden profitieren Kund:innen von größt-möglicher Datentransparenz und den damit einher-gehenden flexiblen Werbemöglichkeiten. Die vielfältigen Buchungsoptionen erlauben Kund:innen die Auswahl von bestimmten Tagen, ausgesuchten Kinos oder Bundesländer sowie eine Selektion nach Zielgruppen oder Filmen. Weischer.Cinema ist in Österreich somit der zentrale Ansprechpartner für Kund:innen, Kinobetreibende, Verleiher:innen und offizielle Stellen. Seit Juni 2023 bietet Weischer.Cinema Austria vom TÜV zertifizierte klimaneutrale Kinokampagnen an.

Weischer.Cinema Schweiz (Zürich & Lausanne) wurde 2012 gegründet und heute Kompetenz- und Kooperationspartner aller führenden Kinobetreiber des Landes. Wie die anderen Unternehmen der Weischer.Media Gruppe vernetzen die Mitarbeitenden zielführend Kommunikationskanäle und bieten den Kampagnen der Werbekund:innen eine lebhaftige Bühne. Angebotsschwerpunkte sind Mediaplanung und -einkauf sowie zielgruppengerechte Platzierung von Kampagnenbotschaften für Kino und DOOH (Screens in den Kinocentern).

elbbergMedia (Hamburg) ist die Full-Service-Media-Agentur für strategische Beratung, Planung und Umsetzung crossmedialer Werbekampagnen in Deutschland und in der Schweiz. Wir bieten die umfassende Betreuung von Media-Etats, Markt- und Zielgruppenanalyse, Medienauswahl und Budgetableitung bis zu Einkauf, Abrechnung und Reporting.

Weischer.Green: Unsere CO₂-neutrale Dienstleistung

Mit Weischer.Green haben wir ein nachhaltiges Produkt entwickelt. Unser Produkt optimiert die Umsetzung von Mediakampagnen in Planung und Durchführung und weist den Carbon Footprint einzeln aus. Seit Juni 2020 kompensieren wir als erste Agentur Deutschlands Out-of-Home-Mediakampagnen für unsere Kund:innen – dies auch für unsere OoH-Kunden für das Jahr 2023, sofern sie noch nicht von den Plakaturunternehmen direkt kompensiert wurden. Weil wir hier schneller handeln wollen als andere.

Aber wir wollen noch mehr und haben in 2023 Weischer.Green auch für den Kinomarkt umgesetzt. Mehr geht immer.

Weischer.Green

Nach erfolgreicher Verifizierung der CO₂-Bilanz Ende 2021 und Kompensation trägt Weischer.Green seit dem 1. Januar 2022 und somit auch für das Jahr 2023 das Prüfzeichen „Klimaneutrale Dienstleistung“ nach TÜV NORD CERT Standard TN-CC 020. 2023 haben wir folgende Weischer.Green Kampagnen in Deutschland gemessen: Weischer.Cinema Deutschland (Kinokampagnen): 156,5 Tonnen CO₂ und Weischer.JvB ((Digital-) Out-of-Home Kampagnen): 5.986 Tonnen CO₂.

Selbstverständlich prägt Nachhaltigkeit auch den Arbeitsalltag unseres Teams in Österreich. Intern und extern. Ab 2024 werden daher auch in Österreich künftig Weischer.Green Kampagnen umgesetzt.

100 % der unvermeidlichen CO₂-Emissionen einer OoH-Mediakampagne kompensieren wir in einem Renaturierungsprojekt im Kibale-Nationalpark in Uganda, Projekte mit Standards VCS und CCBS und durch TÜV verifiziert für unsere Auftraggebenden. Für das Jahr 2023 haben wir 5.986 Tonnen CO_{2e} für die OoH-Kampagnen kompensiert.

Kompensation der Fremdemissionen

Unvermeidbare Emissionen bei Weischer.Green-Kampagnen gleichen wir aus. Mit einem Projekt von PrimaKlima. Die mit mehr als 30 Jahren älteste gemeinnützige Organisation in Deutschland verwirklicht qualitativ hochwertige Waldprojekte für den Klimaschutz.

Unser gewähltes Projekt in Uganda für die Kompensation der obengenannten Kampagnen ist nach Verified Carbon Standard (VCS)/Climate, Community and Biodiversity Standard (CCBS) zertifiziert. Der VCS ist der Standard mit dem größten Anteil am freiwilligen CO₂-Markt. Der Schwerpunkt liegt auf Berechnungsmethoden zur Bilanzierung von Emissionen.

Ein Wald für eine lebenswerte Welt

„Unser“ zertifiziertes Waldschutzprojekt liegt im Kibale-Nationalpark im Westen Ugandas und ist eine wahre Schatzkammer der Artenvielfalt. Es umfasst eine Fläche von 5.348 Hektar. Bis 1960 war der Nationalpark noch ein intakter tropischer Regenwald. Durch menschlichen Einfluss geriet er dann aber erheblich unter Druck. Stark degradierte Flächen waren die Folge – und für viele Tier- und Pflanzenarten wurde der Lebensraum immer knapper. Doch heute steht der bestehende Wald unter Schutz, gerodete Flächen wurden mit standortgerechten und heimischen Baumarten neu bepflanzt. Über 350 Baumarten wachsen inzwischen innerhalb des Nationalparks. Eine Vielzahl von Tierarten ist inzwischen wieder ansässig und dieses wertvolle Ökosystem wieder ein sicherer Rückzugsort geworden. Vermeidung von 1.563.461 tCO_{2e} seit Projektbeginn.

Insgesamt 27 Gemeinden grenzen an den Kibale-Nationalpark. Für die Menschen vor Ort hat der Wald auch einen hohen sozialen Wert, denn die Beschäftigungsmöglichkeiten im Projekt, z.B. der Aufbau von Baumschulen, das Pflanzen neuer Bäume und das Anlegen von Schneisen zum Schutz vor Waldbränden, ermöglichen sichere Einkommensquellen.

Unser Nachhaltigkeitsverständnis

Werte

Als Familienunternehmen denken wir an die nachfolgenden Generationen. Um ihnen eine lebenswerte Welt zu hinterlassen, müssen wir unsere Umwelt schützen. Also nachhaltig wirtschaften.

Wir agieren in der Öffentlichkeit. In einer Umgebung, in der wir uns täglich bewegen und miteinander in Berührung treten. Das erfordert, jederzeit Verantwortung für unser Handeln zu übernehmen. Das tun wir, indem wir Ökologie, Ökonomie und soziales Engagement unserer Gruppe permanent überprüfen. Bestehendes hinterfragen. Uns ständig weiterentwickeln. Immer wieder Neues lernen.

Dabei hilft uns eine hanseatische Geschäftsethik, die auf den Werten Qualität, Zuverlässigkeit, Transparenz, Innovation, Fairness und Persönlichkeit aller Ansprechpartner:innen beruht. Wir sind uns der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung unseres Unternehmens bewusst und bekennen uns ausdrücklich dazu. Wie auch zur Erfüllung gesetzlicher Vorschriften zu ethischem Verhalten.

Wir wollen den Markt prägen. Auf unsere Art nach vorn gerichtet. Deshalb gehen wir neue Wege. Um wirksamen Fortschritt zu erzielen. Wir bekennen uns zu unserer Mitverantwortung für den Schutz von Umwelt und Klima. Darum arbeiten wir konsequent an ressourcenschonenden Prozessen, Produkten und Versorgungsketten. Nachhaltigkeit heißt für uns: maßvoller und sensibilisierter Umgang mit Ressourcen. Reduzieren, Vermeiden und Recyceln von Abfällen.



Nachhaltigkeitsstrategie

Wir haben Nachhaltigkeit als Bestandteil in unserer Gesamtstrategie integriert.

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil der Wachstumsstrategie – wir wollen alle auf unserem Weg mitnehmen und mitgestalten lassen – die, die schon da sind, und die, die noch kommen sollen.

Und, dass dies für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein sehr wichtiges Thema ist, zeigen die Ergebnisse aus unserer Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse.

Dabei berücksichtigen wir auch die heutigen und künftigen regulatorischen Anforderungen, wie die CSRD. Hierbei werden wir konkrete Ziele festlegen, die sich an unserem gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnis, den ESG, orientieren.

Mit unserem Nachhaltigkeitsmanagement tragen wir auch zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, den Sustainable Development Goals (SDG), bei. Für uns stehen vor allem die SDG-Ziele 3, 4, 12, 13 und 17 im Fokus. Die Konkretisierung erfolgt im Rahmen der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie bis 2025.

Unsere Zusammenarbeit mit den UN

2014

Konzept und Ausstrahlung der ersten globalen Kinokampagne #WEHAVEAPLAN zum Bekanntmachen der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (United Nations, UN). Seitdem jährliches Umsetzen einer neuen Version für die UN Action Campaign.

2015

Die UN verabschieden die SDGs (treten am 1. Januar 2016 in Kraft). Wir stehen dazu und schmücken mit den 17 Icons der SDG-Ziele die Gebäudefassade des Hauptstandorts am Elbberg in Hamburg. Auch, um unser Engagement transparent zu machen.

2017

Die Unternehmensgruppe entwickelt die cross-mediale Kampagne #SpreadYourGoals2030 mit dem Ziel, vor allem die junge Generation in Deutschland für die SDGs zu aktivieren. Das Ergebnis? Die Kampagne erreicht 50 Millionen Menschen.

2018

Wir sind erster offizieller UN Supporting Partner der Action Campaign. Wir übernehmen die SDGs als inhaltliche Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Kurz zur Erklärung:

Als Standard zur Nachhaltigkeit hat sich „ESG“ etabliert. Die drei Buchstaben beschreiben drei Verantwortungsfelder von Unternehmen:

E – Das E für Environment (Umwelt) steht für Umweltverschmutzung oder -gefährdung, Treibhausgasemissionen oder Energieeffizienzthemen

S – Social beinhaltet Aspekte wie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Diversity oder gesellschaftliches Engagement (Corporate Social Responsibility, CSR).

G – Unter Governance fällt nachhaltige Unternehmensführung. Hierzu zählen Themen wie Werte oder Steuerungs- und Kontrollprozesse.

2019

Wegen des großen nationalen Erfolgs der #SpreadYourGoals2030-Kampagne entsteht zusammen mit den UN die globale Kampagne #SDGButterflyEffect. Mit Augmented Reality und der Verbindung aller Medienkategorien von Weischer erreichen wir über 30 Millionen Kontakte und 22 Millionen Press Impressions.

2020

In diesem Jahr unterstützen wir die „Action Week 4SDGs“ mit internen Mitmachaktionen und Mediaschaltungen für die Action-Campaign-Inhalte.

2021

Die Zusammenarbeit mit den UN bekommt eine neue Sichtbarkeit: Weischer entscheidet, ab jetzt jedes Jahr Emissionen zu reduzieren und ein vollständig CO₂-kompensierter Geschäftsbetrieb zu sein.

2022

Unser erster Nachhaltigkeitsbericht ist veröffentlicht. Er ist Basis unserer nachhaltigen Strategie und Ziele. Wieder unterstützen wir die „Action Week 4SDGs“ mit verschiedenen Aktionen.

2023

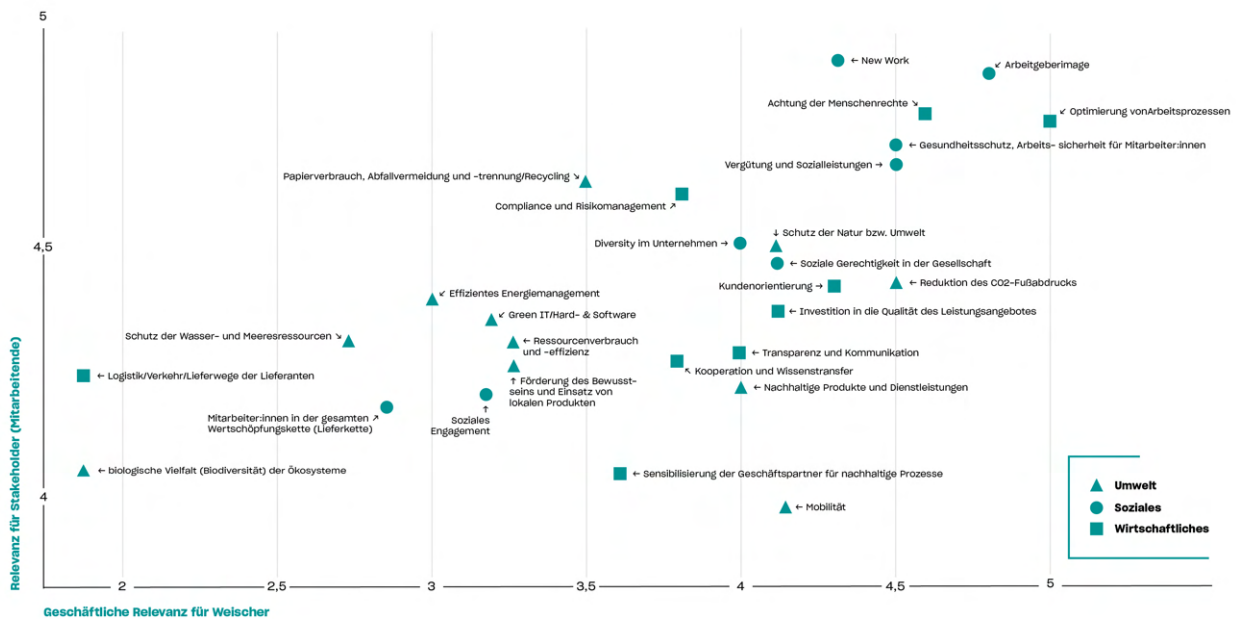
Die SDG Action Week 2023 setzte auf nachhaltiges Handeln: Im Rahmen von quartalsweisen Müllsammelaktionen engagiert sich das Team aktiv. Auch für die Gesundheit der Mitarbeitenden wurden verschiedene Aktionen, wie Yoga-Sessions, Treatments, Traumreisen oder vegane Mittagspausen angeboten. Und um die direkte Emissionen des Unternehmens weiter zu verbessern, wird zudem die E-Flotte kontinuierlich vergrößert.



Unsere Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse

Unsere wirtschaftliche Tätigkeit findet im öffentlichen Raum statt. Sie trifft auf diverse Stakeholder-Gruppen. Ständiger Austausch und intensiver Dialog mit ihnen sind für uns essenziell. Um Erwartungen zu erfüllen. Um langfristige Partnerschaften zu pflegen. Um Themen und Trends früh zu erkennen. Vor allem, um etwas für mehr Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft zu tun.

Unsere im Jahr 2021 durchgeführte Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse, haben wir im Jahr 2023 für ganz Deutschland, Österreich und Schweiz erweitert. In 2023 konzentrierten wir uns auf unsere Mitarbeitenden und Führungskräfte, die Geschäftsführung und das Board. Da wir unsere interne Umfrage vom 25. Januar bis zum 6. Februar 2023 durchgeführt haben, sind wir bereits im letzten Bericht darauf eingegangen. Diese Ergebnisse haben wir im Laufe des Jahres intern mit den Nachhaltigkeitsverantwortlichen verifiziert und keine wesentlichen Veränderungen festgestellt, daher bleiben die Ergebnisse gegenüber dem Vorjahresbericht unverändert.



Großes gemeinsames Interesse an ESG

Alle 29 Themen (2021: 26) aus beiden Perspektiven werden als wichtig erachtet. Dies zeigt, dass für die Stakeholder-Gruppen alle ESG (Environment, Social and Governance) Dimensionen von Bedeutung sind.

Aus Sicht des Unternehmens Weischer werden einzelne Themen als weniger wesentlich erachtet. Jene, auf die wir keinen erheblichen Einfluss haben und/oder keine nennenswerte Wirkung durch Verhaltensänderung erzielen können. Dies sind vor allem Schutz der Wasser- und Meeresressourcen und biologische Vielfalt. Oder Themen, die bereits seitens der Gesetzgebung stark reguliert sind.

Bei der Frage wie grundsätzlich das Engagement von Weischer bezüglich aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen bewertet wird, vergaben 42,5 Prozent der Teilnehmenden 4 von 5 Sternen, insgesamt 3,9 im Durchschnitt.

Wichtigsten Themenfelder

Auf die wichtigsten Themenfelder im Kontext Nachhaltigkeit gehen wir im weiteren Verlauf des Nachhaltigkeitsberichts ein. Dies sind

- im Bereich Umwelt
 - vor allem Schutz der Natur
 - und die Reduktion des CO₂-Fußabdrucks
- im Bereich Soziales die Themen rund
 - um Arbeitgeberimage,
 - New Work,
 - Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
 - und Gesundheitsschutz
- im Bereich Governance hat neben
 - der Achtung der Menschenrechte als Selbstverständlichkeit
 - insbesondere das Thema Optimierung von Arbeitsprozessen eine hohe Bedeutung

Nächste Schritte

Für die Zukunft haben wir geplant, die Stakeholderanalyse und die Wesentlichkeitsanalyse zu erweitern und an die Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) anzupassen.

Umwelt

Klimabilanz 2023

Maßnahmen, Messungen, Fortschritte

Im Vergleich zur verarbeitenden Industrie verbrauchen unsere Dienstleistungen und Produkte wenig natürliche Ressourcen. Aber sie tun es natürlich. Unser Geschäftsbetrieb hat Auswirkungen auf Umwelt und Klima wie jeder andere auch. Wir wollen, dass sie so gering wie möglich sind.

Um immer weitere konkrete Maßnahmen ergreifen zu können, berechnen wir seit 2021 in Deutschland und seit 2022 für die gesamte Unternehmensgruppe unseren CO₂-Fußabdruck („CCF“). Durch das Beratungsunternehmen UNO INO eG anhand des internationalen Greenhouse Gas (GHG) Protocols. Zur Unternehmensgruppe gehören neben unserer Firmenzentrale in Hamburg, die Standorte Köln und München sowie das Außenbüro Frankfurt und verschiedene Vertriebsstandorte sowie unser österreichisches Tochterunternehmen in Wien sowie die Standorte Zürich und Lausanne in der Schweiz.

Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgte mithilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO₂e. Bei Datenerfassung und Bewertung hinsichtlich ihrer Qualität wird zwischen Primär- und Sekundärdaten unterschieden. Primär-daten werden in direktem Bezug auf einen Untersuchungsgegenstand erhoben. Sekundärdaten sind solche, die durch Verarbeitung und Modellierung der Primärdaten gewonnen werden. Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO₂ werden sowohl Primär- als auch Sekundärdaten aus wissenschaftlichen Datenbanken/Studien genutzt (zum Beispiel GEMIS, UBA, ecoinvent).

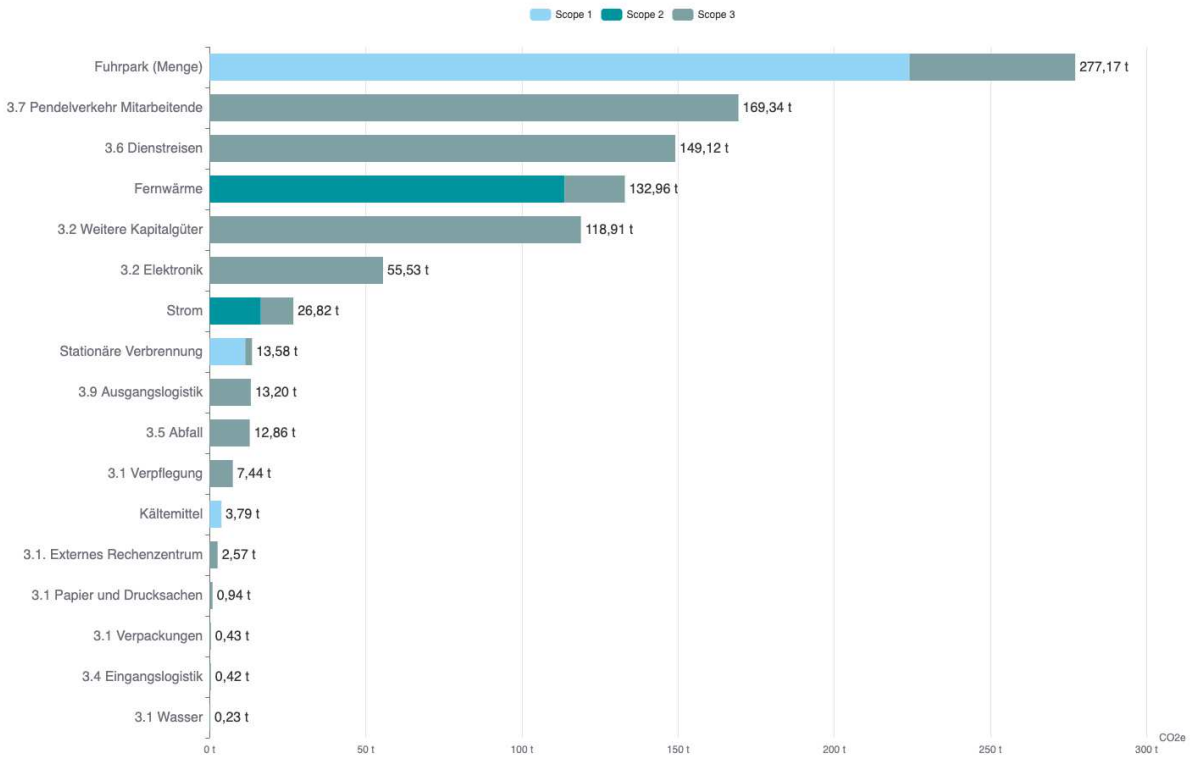
Der CCF weist alle Emissionen als CO₂-Äquivalente aus. Das heißt, dass in den Berechnungen werden neben CO₂ auch die sechs weiteren im Kyoto-Protokoll reglementierten Treibhausgase berücksichtigt: CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃. Diese werden in das Treibhauspotenzial von CO₂ umgerechnet und bilden CO₂-Äquivalente (CO₂e).

Da wir unsere Treibhausgasemissionen immer genauer und transparenter analysieren und berichten wollen, haben wir in der CO₂-Bilanz 2023 drei neue Kategorien aufgenommen: die Anschaffung von Fahrzeugen (sogenannte "Kapitalgüter"), die Anschaffung von Verpackungen, die Anlieferung der benötigten Materialien (sogenannte "Eingangslogistik") und den Versand unserer Produkte (sogenannte "Ausgangslogistik"). Diese Kategorien konnten bisher mangels Datengrundlage nicht berücksichtigt werden. Für die CO₂-Bilanz 2023 haben wir dies optimiert. Dies hat entsprechend zu einer Erhöhung unserer Treibhausgasbilanz geführt.

Unsere unternehmensweite CO₂ Bilanz 2023

Kategorie		t CO ₂ e	%
Scope 1		239,30	24,28
	Fuhrpark (Menge)	224,09	22,74
	Kältemittel	3,79	0,38
	Stationäre Verbrennung	11,42	1,16
Scope 2		130,11	13,21
	Fernwärme	113,70	11,54
	Strom	16,41	1,67
Scope 3		615,90	62,51
	3.1 Verpflegung	7,44	0,75
	3.1 Papier und Drucksachen	0,94	0,10
	3.1 Wasser	0,23	0,02
	3.1 Verpackungen	0,43	0,04
	3.1. Externes Rechenzentrum	2,57	0,26
	3.2 Elektronik	55,53	5,64
	3.2 Weitere Kapitalgüter	118,91	12,07
	3.3 Vorketten (Scope 1 und 2)	84,91	8,62
	3.4 Eingangslogistik	0,42	0,04
	3.5 Abfall	12,86	1,31
	3.6 Dienstreisen	149,12	15,13
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeitende	169,34	17,19
	3.9 Ausgangslogistik	13,20	1,34
Gesamtergebnis		985,31	100,00

Unsere Emissionsquellen im Überblick

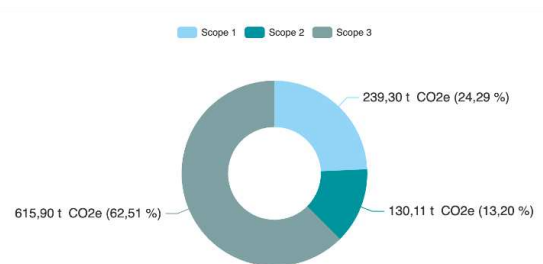


Eckdaten unserer Klimabilanz

Weischer verursachte 2023 insgesamt 985,31 Tonnen Treibhausgasemissionen (Vorjahr 2022: 708,05 Tonnen). Bei 475 Mitarbeiter:innen (MA) sind dies 2,07 t CO₂e pro MA (Vorjahr 1,67 t CO₂e pro MA).

- Scope 1: 239,3 t/CO₂e (24,29 %) direkte Emissionen
- Scope 2: 130,11 t/CO₂e (13,20 %) indirekte Emissionen
- Scope 3: 615,9 t/CO₂e (62,51 %) andere indirekte Emissionen

Fuhrpark, Pendelverkehr und Dienstreisen sind unsere größten Emissionsquellen. Wir arbeiten an der Umsetzung von Projekten, wie sich das weiter verbessern lässt.



Wissenswertes über Wege

Das Pendlerverhalten der Mitarbeitenden wurde im Rahmen der Mitarbeiterbefragung 2023 für den Nachhaltigkeitsbericht 2022 untersucht.

Laut der Datenerhebung nutzen 57,6 % der Weischer-Mitarbeitenden kein Auto, um zur Arbeit zu kommen. Das Gros der Weischer-Mitarbeitenden verhält sich ressourcenschonend, was die Mobilität zur Arbeitsstätte anbelangt. Mehr als die Hälfte der Belegschaft kommt mit Öffentlichen Verkehrsmitteln, per Fahrrad oder zu Fuß ins jeweilige Büro. Knapp 40 Prozent der Mitarbeitenden fährt ein Verbrenner-Auto. Immerhin 3,4 Prozent nutzen ein Elektrofahrzeug.

Zu Fuß/Fahrrad: 23,1 %

KFZ (Diesel): 17,2 %

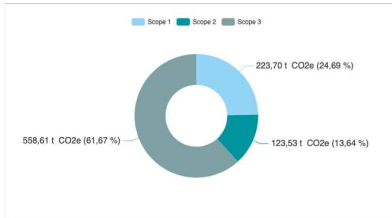
KFZ (Benzin): 21,9 %

KFZ (Elektro): 3,4 %

ÖPNV-Mix (Bus, Bahn, U-Bahn, S-Bahn etc.): 24,5 %

Klimabilanz je Land im Überblick

Deutschland

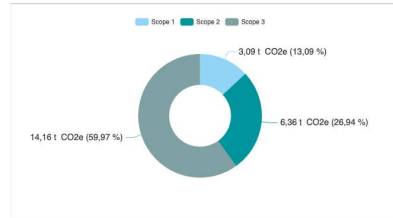


Gesamt: 905,84 t CO₂e

Mitarbeiter:innen 434

2,09 t CO₂e pro MA

Österreich

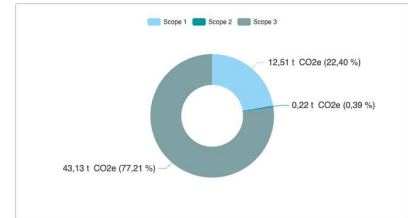


Gesamt: 23,61 t CO₂e

Mitarbeiter:innen 17

1,39 t CO₂e pro MA

Schweiz



Gesamt: 55,86 t CO₂e

Mitarbeiter:innen 24

2,33 t CO₂e pro MA

Reduktion vor Kompensation

Das langfristige Ziel ist ein CO₂-neutraler Geschäftsbetrieb entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1, 2 und 3). Daher arbeiten wir an der Dekarbonisierung. Weil wir uns den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens verpflichtet fühlen. CO₂-Emissionen zu vermeiden ist nachhaltiger, als sie über Klimaschutzprojekte auszugleichen.

Der Corporate Carbon Footprint identifizierte unsere größten Emissionsquellen. Er erfolgte in Scope 1 und 2 hauptsächlich durch die Nutzung von Primärdaten. In Scope 3 mittels Hochrechnungen und Schätzungen. Die Berechnung erfolgt jährlich.

Auf Basis der Klimabilanzen 2022 und 2023 wollen wir in der Zukunft konkrete Dekarbonisierungsziele entwickeln.

Per Definition

Scope 1: Direkte Emissionen

Umfasst alle direkten Treibhausgas-(THG)-Emissionen, die aus der eigenen Geschäftstätigkeit eines Unternehmens resultieren. Durch den Verbrauch von Primärenergieträgern und Prozessemissionen (Erdöl, Erdgas, Kohle etc. für Beheizung von Gebäuden, Fuhrparkbetrieb, Emissionen aus Kältemitteln, Papierverbrauch).

Scope 2: Emissionen aus bezogener Energie

Umfasst die indirekten THG-Emissionen, die aus der Erzeugung der von einem Unternehmen beschafften Energie resultieren, die leitungsgebunden sind wie beispielsweise Strom.

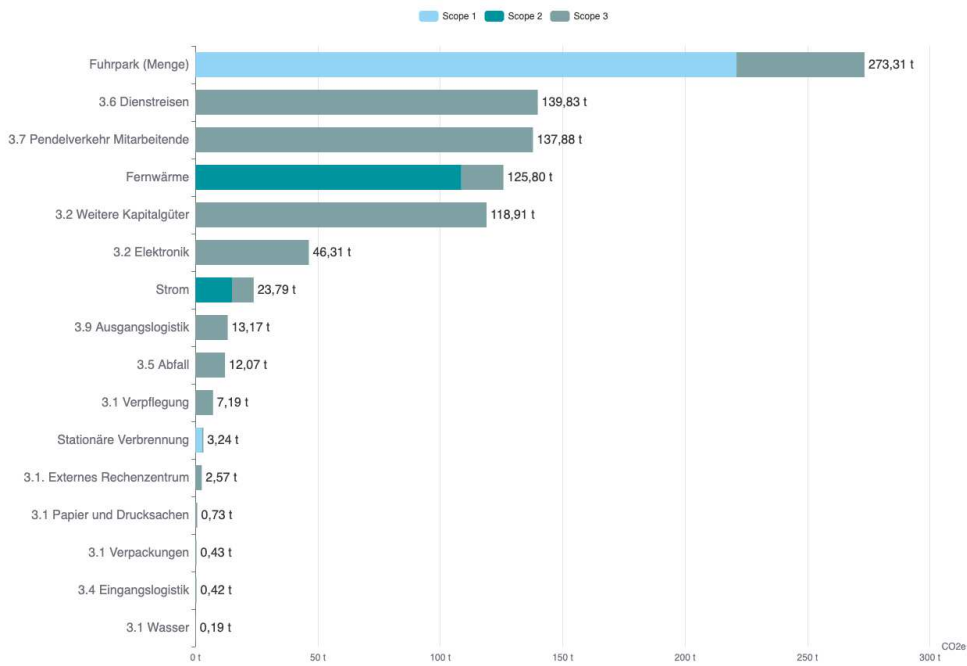
Scope 3: Indirekte Emissionen

Umfasst alle sonstigen indirekten THG-Emissionen, die aus vor- und nachgelagerten Unternehmens-tätigkeiten resultieren. An- und Abfahrt der Mitarbeitenden, Geschäftsreisen, Veranstaltungen, Hilfsmaterialien.

Deutschland 2023

Kategorie		t CO ₂ e	%
Scope 1		223,70	24,70
	Fuhrpark (Menge)	221,00	24,40
	Stationäre Verbrennung	2,70	0,30
Scope 2		123,53	13,64
	Fernwärme	108,62	11,99
	Strom	14,91	1,65
Scope 3		558,61	61,66
	3.1 Verpflegung	7,19	0,79
	3.1 Papier und Drucksachen	0,73	0,08
	3.1 Wasser	0,19	0,02
	3.1 Verpackungen	0,43	0,05
	3.1. Externes Rechenzentrum	2,57	0,28
	3.2 Elektronik	46,31	5,11
	3.2 Weitere Kapitalgüter	118,91	13,13
	3.3 Vorketten (Scope 1 und 2)	78,91	8,71
	3.4 Eingangslogistik	0,42	0,05
	3.5 Abfall	12,07	1,33
	3.6 Dienstreisen	139,83	15,44
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeitende	137,88	15,22
	3.9 Ausgangslogistik	13,17	1,45
Gesamtergebnis		905,84	100,00

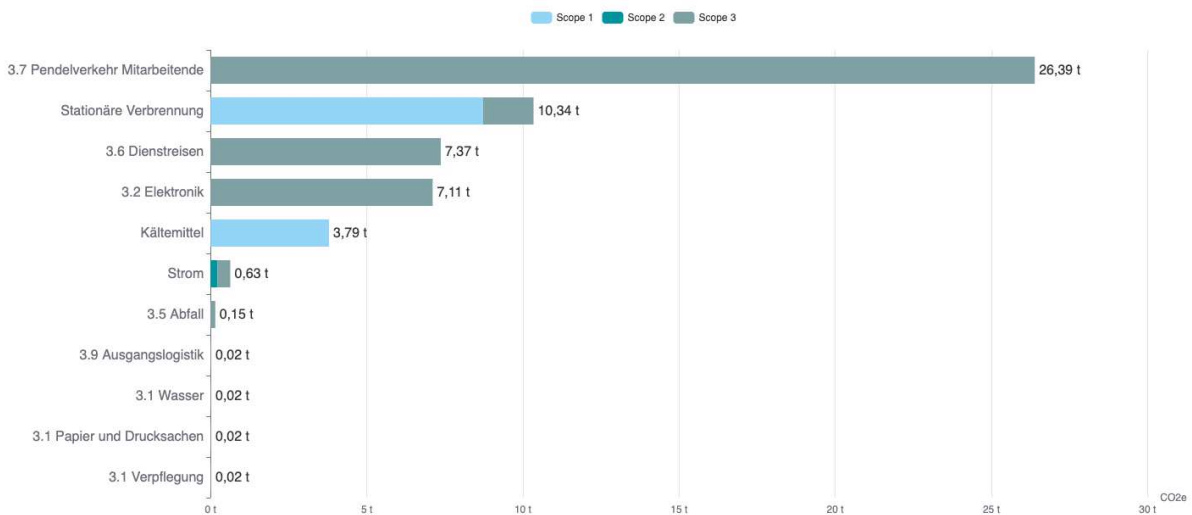
Emissionsquellen nach Gesamtemissionen



Schweiz 2023

Kategorie		t CO ₂ e	%
Scope 1		12,51	22,39
	Kältemittel	3,79	6,78
	Stationäre Verbrennung	8,72	15,61
Scope 2		0,22	0,39
	Strom	0,22	0,39
Scope 3		43,13	77,22
	3.1 Verpflegung	0,02	0,04
	3.1 Papier und Drucksachen	0,02	0,04
	3.1 Wasser	0,02	0,04
	3.2 Elektronik	7,11	12,73
	3.3 Indirekte Emissionen	2,03	3,63
	3.5 Abfall	0,15	0,27
	3.6 Dienstreisen	7,37	13,19
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeitende	26,39	47,24
	3.9 Ausgangslogistik	0,02	0,04
Gesamtergebnis		55,86	100,00

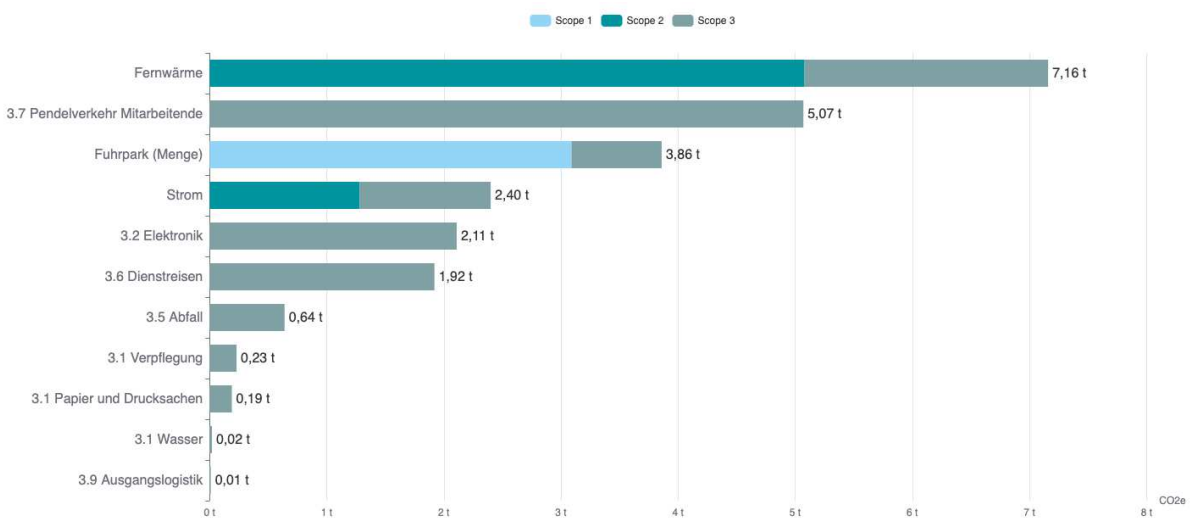
Emissionsquellen nach Gesamtemissionen



Österreich 2023

Kategorie		t CO ₂ e	%
Scope 1		3,09	13,09
	Fuhrpark (Kilometer)	0,00	0,00
	Fuhrpark (Menge)	3,09	13,09
	Kältemittel	0,00	0,00
	Stationäre Verbrennung	0,00	0,00
Scope 2		6,36	26,94
	Fernwärme	5,08	21,52
	Strom	1,28	5,42
	Weitere (Dampf, Kälte, Druckluft)	0,00	0,00
Scope 3		14,16	59,97
	3.1 Verpflegung	0,23	0,97
	3.1 Papier und Drucksachen	0,19	0,81
	3.1 Wasser	0,02	0,08
	3.2 Elektronik	2,11	8,94
	3.3 Indirekte Emissionen	3,97	16,82
	3.5 Abfall	0,64	2,71
	3.6 Dienstreisen	1,92	8,13
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeitende	5,07	21,47
	3.9 Ausgangslogistik	0,01	0,04
Gesamtergebnis		23,61	100,00

Emissionsquellen nach Gesamtemissionen



Unsere Veränderungen

		2021	2022	2023	Differenz 22 - 23	
Kategorie		t CO ₂ e	t CO ₂ e	t CO ₂ e	t CO ₂ e	%
Scope 1		139,5	205,07	239,3	34,23	16,69%
	Fuhrpark (Menge)	136,95	189,43	224,09	34,66	18,30%
	Kältemittel		4,59	3,79	-0,8	
	Stationäre Verbrennung	2,55	11,05	11,42	0,37	3,35%
Scope 2		52,84	129,53	130,11	0,58	0,45%
	Fernwärme	51,45	115,15	113,7	-1,45	-1,26%
	Strom	1,39	14,38	16,41	2,03	14,12%
Scope 3		246,06	373,45	615,9	242,45	64,92%
	3.1 Verpflegung	0,99	4,57	7,44	2,87	62,80%
	3.1 Papier und Drucksachen	0,32	0,88	0,94	0,06	6,82%
	3.1 Wasser	0,48	0,17	0,23	0,06	35,29%
	3.1 Verpackungen			0,43	0,43	
	3.1 Externes Rechenzentrum	6,87	8,75	2,57	-6,18	-70,63%
	3.2 Elektronik	26,46	46,44	55,53	9,09	19,57%
	3.2 Weitere Kapitalgüter			118,91	118,91	
	3.3 Vorketten (Scope 1 und 2)	87,08	80,67	84,91	4,24	5,26%
	3.4 Eingangslogistik			0,42	0,42	
	3.5 Abfall	5,97	13,75	12,86	-0,89	-6,47%
	3.6 Dienstreisen	36,16	80,28	149,12	68,84	85,75%
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeiter	81,16	136,71	169,34	32,63	23,87%
	3.9 Ausgangslogistik	0,57	1,23	13,2	11,97	973,17%
Gesamtergebnis		438,4	708,05	985,31	277,26	39,16%

Erklärung der Veränderungen

Wir wollen CO₂-reduziert leben und arbeiten. Um gezielt konkrete Reduktionswege einschlagen zu können, haben wir 2021 unsere erste professionelle CO₂-Bilanz für Deutschland gezogen. Während der Pandemie. Viele Monate arbeiteten wir im Homeoffice, die Arbeitsplätze waren leer. Wir sparten viele Wege vom und ins Büro und waren kaum noch auf Geschäftsreisen. Zudem hatten auch wir Umsatzeinbußen und mussten die Zahl der Mitarbeitenden verringern.

Seit 2022 basieren unsere Berechnungen immer weiter nach dem „Normalbetrieb“. Wobei sich im Vergleich zu 2019, vor der Coronakrise, viel getan hat.

Die Steigerung der CO₂-Emissionen resultiert vor allem aus dem Scope 1 und 3.

Scope 1:

Der Anstieg im Scope 1 ist vor allem durch den gestiegenen Fuhrpark zu begründen. Durch die gestiegene Anzahl an Mitarbeitenden (310 Mitarbeitenden im Jahr 2021, d.h. +40% seit 2021) und der Rückkehr ins Büro wurden mehr Liter Benzin und Diesel verbraucht.

Scope 2:

Wir konnten unseren Fernwärme-Verbrauch und die entsprechenden CO₂-Emissionen leicht senken. Dies resultiert vor allem aus der Einsparung in Österreich. Trotz Einsparung im Stromverbrauch ist der Scope 2 leicht gestiegen, da wir mehr Energie per Strommix eingekauft haben und dieser einen höheren CO₂e-Emissionsfaktor hat.

Scope 3:

In 2023 hatten wir in Deutschland ein stark wachsendes Geschäft, mehr Mitarbeitende, Rückkehr in die Bürohäuser und Büromöbel. Zusätzlich wurde die zuvor extern ausgeführte Distribution von Kinotickets an den Elbberg geholt. Die beiden Haupttreiber der Erhöhung sind:

- Wir haben erstmalig die Anschaffung der Fahrzeuge als Kapitalgüter mit aufgenommen, welche rund 50 % des Anstiegs der Emissionen im Scope 3 begründet.
- Darüber hinaus hatten wir eine Erhöhung bei den Dienstreisen und dem Pendelverkehr, welches mittlerweile unser „normales“ Geschäftsverhalten widerspiegelt.

Energieverbrauch

KWh	Gesamt				Deutschland			Österreich			Schweiz		
	22	23	Veränderung		22	23	Veränderung	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung
Strommix	33.611	34.593	982	2,92%	33.611	33.714	0,31%	0	0	0,00%	0	879	0,00%
Ökostrom	247.803	229.881	-17.922	-7,23%	206.742	201.326	-2,62%	29.586	22.084	-25,36%	11.475	6.471	-43,61%
Fernwärme	474.293	461.959	-12.334	-2,60%	420.293	420.300	0,00%	54.000	41.659	-22,85%	0	0	0,00%
Erdgas	39.739	37.479	-2.260	-5,69%	10.612	13.427	26,53%	0	0	0,00%	29.127	24.052	-17,42%
Gesamt	795.446	763.912	-31.534	-3,96%	671.258	668.767	-0,37%	83.586	63.743	-23,74%	40.602	31.402	-22,66%

Nachdem der Stromverbrauch nach Corona im Jahr 2022 wieder angestiegen ist, konnten wir trotz erhöhter Mitarbeiteranwesenheit und gleichbleibenden Flächen den Strom- und Energieverbrauch zum Vorjahr leicht senken und liegen unter den Verbräuchen vor 2022.

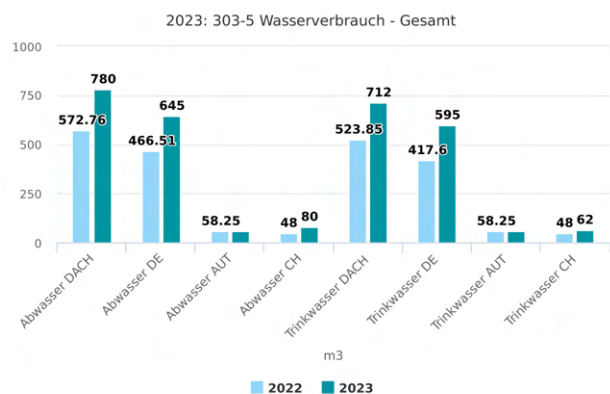
In der Schweiz ist der Stromverbrauch generell bereits sehr niedrig. Die Beschäftigten wurden angehalten, nicht benötigtes Licht auszuschalten (Flure, Küche, Toiletten, leere Büros) und bei längerer Abwesenheit (mehr als einen Tag) die PCs ganz auszuschalten und die Steckerleiste zu ziehen. Dadurch konnte der Stromverbrauch fast halbiert werden. Auch in Österreich konnte der Strom- und Wärmeverbrauch gesenkt werden. Und zwar um fast ein Viertel des Vorjahresverbrauchs.

Wassersparen

Im Hauptsitz in Hamburg kommt Trinkwasser aus Tafelwasseranlagen der Firma Pro Soda. Das vermeidet ungeheure Mengen Abfall. Vor allem aber CO₂-Emissionen, die bei Produktion, Transport und Lagerung von Flaschenwasser entstehen. Dadurch verbrauchten wir nur 20 Liter Mineralwasser. In Österreich wurden durch die Anschaffung einer Sodamaschine die 400 Liter auf Null gesenkt. und in der Schweiz nur noch 95 Liter. In der Schweiz ist ab Januar 2025 sogar der Einsatz eines hochwertigen Wasserfiltersystems geplant, um den Mineralwasserverbrauch weiter auf Null zu senken.

Die Angabe zum absoluten Verbrauch an Trinkwasser ist deutlich gestiegen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass dies in Deutschland jeweils die Zahlen des Vorjahres sind, da die Abrechnungen des Berichtsjahrs bei der Berichterstellung noch nicht vorlagen.

Daher zählte in 2022 noch das Coronajahr 2021 als Vergleichs-/Vorjahr. Für das Jahr 2023 konnten wir für den Standort Deutschland den Wert aus dem Jahr 2022 mit 518 m³ nehmen, der eher dem tatsächlichen Wert entspricht und daher eine dem Geschäftsverlauf entsprechenden Anstieg zu verzeichnen hat. Aufgrund der gestiegenen Mitarbeiteranzahl insbesondere in Deutschland und der vermehrten Rückkehr ins Büro, verzeichnen wir auch einen Anstieg im Abwasserverbrauch.



Papierreduktion

Papier ist ein wesentlicher Materialfaktor in unseren Büros. Analoges Arbeiten ist aber ökologisch bedenklich und für uns nicht mehr zeitgemäß.

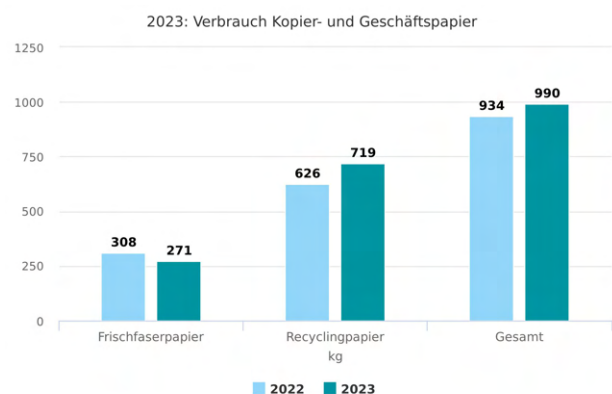
Rund 15 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen entstehen jährlich durch Waldvernichtung. Also Abholzen, Waldbrände und Übernutzung der Wälder. Deutschland zählt mit einem rechnerischen Pro-Kopf-Verbrauch von 228 Kilogramm (Stand 2021, Quelle: NABU) zu den Ländern mit dem höchsten Papierverbrauch (Quelle: WWF). Hinter China, den USA und Japan. Pro Tag sind das circa 625 Gramm. Das entspricht ungefähr einem 600-seitigen Taschenbuch. Der Verbrauch umfasst in erster Linie Verpackungen aus Pappe, gefolgt von grafischen Papieren wie Schreib- oder Zeitungspapier sowie Hygienepapiere.

2020 hat Weischer das papierfreie Büro und ein digitales Dokumenten-Management-System eingeführt. Dadurch sinkt nicht nur der Papierverbrauch. Toner, Tinte, Ersatzteile und Verpackungen brauchen wir kaum noch.

Weitere Maßnahmen:

- In Deutschland verwenden wir seit Jahren ausschließlich Kopierpapier mit ISO-14001-Zertifizierung.
- IT-Druckstandards (s/w, doppelseitig) implementiert.
- Ökologisches Kopier- und Geschäftspapier seit 2020 mit „Blauer Engel“- Siegel, EU-Ecolabel und aus 100 Prozent Altpapier.

Der gestiegene Verbrauch in 2023 ist vor allem durch den Mehrverbrauch an Papier in Deutschland zu begründen - zum einen wurde mehr Frischfaserpapier verbraucht (Steigerung von 40,63 kg auf 63 kg) und zum anderen mehr Recyclingpapier (von 626,29 kg auf 719 kg). Dies liegt u. a. daran, dass wieder mehr Events durchgeführt wurden, wo zum Teil noch gedruckt wurde. In Österreich ist der Verbrauch ungefähr gleichgeblieben (187,5 kg in 22 und 188 kg in 23), in der Schweiz konnte der Verbrauch deutlich um rund 75 % reduziert werden (von 80 kg in 22 auf 20 kg in 23). Dafür gibt es zwei Gründe: Erstens, weil das Unternehmen mehr digitalisiert und weniger von den Mitarbeitenden gedruckt wird. Zweitens waren die selbst verschickten gedruckten Mahnungen im Jahr 2022 deutlich höher, da es während Covid zu Stillständen kam. Im Jahr 2023 wurde dies jedoch neutralisiert und es mussten weniger Mahnungen verschickt werden.



Dienstreisen

	Gesamt			Deutschland			Österreich			Schweiz		
	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung
Bahn-Fernverkehr(pkm)	180.348	309.829	71,80%	180.348	309.829	71,80%	*	0		*	0	
ÖPNV (Mix) (pkm)	1.715	40.348	2.252,65%	347	1.470	323,63%	350	1.510	331,43%	1.018	37.368	3.570,73%
Taxi, Mietwagen, Spesenfahrten MA, etc. (pkm)	8.593	7.901	-8,05%	2.858	3.873	35,51%	1.281	3.188	148,87%	4.454	840	-81,14%
Flüge (pkm)	355.315	423.352	19,15%	308.777	400.284	29,64%	10.660	3.076	-71,14%	35.878	19.992	-44,28%
Hotelübernachtungen	752	1.278	69,95%	710	1.223	72,25%	12	8	-33,33%	30	47	56,67%

*ist in Position 2 und 3 enthalten

Pendelverkehr

	Gesamt			Deutschland			Österreich			Schweiz		
	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung	22	23	Veränderung
Bahn-Fernverkehr(pkm)	180.348	309.829	71,80%	180.348	309.829	71,80%	*	0		*	0	
ÖPNV (Mix) (pkm)	1.715	40.348	2.252,65%	347	1.470	323,63%	350	1.510	331,43%	1.018	37.368	3.570,73%
Taxi, Mietwagen, Spesenfahrten MA, etc. (pkm)	8.593	7.901	-8,05%	2.858	3.873	35,51%	1.281	3.188	148,87%	4.454	840	-81,14%
Flüge (pkm)	355.315	423.352	19,15%	308.777	400.284	29,64%	10.660	3.076	-71,14%	35.878	19.992	-44,28%
Hotelübernachtungen	752	1.278	69,95%	710	1.223	72,25%	12	8	-33,33%	30	47	56,67%

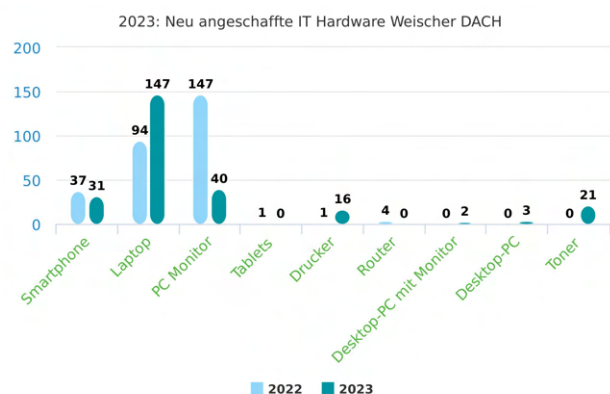
In Deutschland sind die Zahlen in allen Kategorien gestiegen. Dies ist auf die gestiegene Mitarbeiterzahl zurückzuführen. Es ist unklar, mit welchem Strom die Elektroautos aufgeladen wurden, daher wurde mit 50% nationalem Strommix und 50% Ökostrom gerechnet.

In Österreich hängt der leichte Rückgang der Zahlen auch mit dem leichten Rückgang der Beschäftigtenzahl zusammen. Die starke Senkung der mit Diesel-Pkw zurückgelegten Kilometer erklärt sich durch den Ersatz von Diesel-PKW durch E-Autos.

Der deutliche Anstieg der Pendelverkehrszahlen in der Schweiz im Jahr 2023 ist auf eine Veränderung der Mitarbeiter auch aus neuen Regionen zurückzuführen.

Computertechnik

Technik wird benötigt, um unserer Dienstleistung nachzukommen. Seit 2020 verwenden wir Geräte unabhängig vom Lifecycle weiter. Die Nutzungsdauer haben wir um ein ganzes Jahr erweitert. Das spart Ressourcen. Bereits 2021 haben wir in größerem Umfang Altgeräte ersetzt. Das Ziel der Aktion? Zeitgemäße Energiestandards, um den Stromverbrauch zu senken. Neu angeschaffte IT Hardware wird unter Energiegesichtspunkten gekauft.

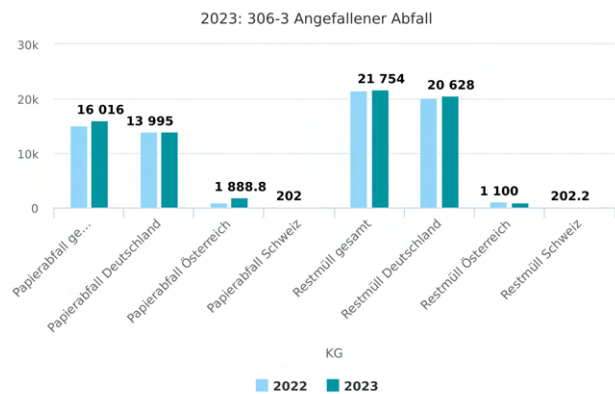


Altgeräte werden wiederverwendet oder gespendet. Seit 2021 kooperieren wir mit der Hamburger Initiative „Das macht Schule“, einer gemeinnützigen GmbH und spenden unsere gebrauchte Hardware an Schulen.

Auch Weischer.Cinema Austria spendet ausgemusterte Laptops, PCs, Monitore an gemeinnützige Vereine, Spenden zu Weihnachten an Caritas oder dergleichen.

Abfallbremse

Papierverbrauch senken, Abfall vermeiden und Recycling - zentrale Themen unserer Wesentlichkeitsanalyse. Wichtige Aufgaben innerhalb unseres Bestrebens für mehr Nachhaltigkeit. Insgesamt konnten wird die Menge Papierabfall und den Restmüll konstant halten. Die Papiermenge von 15.909 kg führen wir überwiegend dem Recycling zu.



Unsere Schritte zum nachhaltigen Unternehmen

Wir fangen bei uns selbst an. Weil wir ein immer nachhaltigeres Unternehmen sein wollen.

Mit der Digitalisierung haben wir sehr viele Geschäftsabläufe bereits optimiert und entwickeln uns immer weiter.

Digitale Raum- und Arbeitsplatzbuchung in Verbindung mit neuen Richtlinien zum mobilen und flexiblen Arbeiten verbessert die Auslastung der Büroplätze. Das spart etwa 20 Prozent Fläche und damit Energie.

Unser Personal-Management-System gestaltet die Abläufe in der Abteilung People & Organisation effizienter und ressourcenschonender.

Ein Dokumenten-Management-System hilft uns durch die rein digitalisierte Rechnungsbearbeitung (Ein- und Ausgang) beim Abbau der Papierversionen. Das spart zusätzlich Treibhausgasemissionen, da der Postversand entfällt.

Mit der durchgehend digitalen Kinostrecke, kurz DuDiKi haben wir die physische Produktion und den Versand von 35-mm-Kopien durch digitale Formate, Prozesse und Strukturen ersetzt. Der analoge Werbekanal Kino transformierte zum digitalen Werbekanal. Daraus ergibt sich maximale Flexibilität beim Aussteuern (Film, Ort, Tag, Uhrzeit) und Ausspielen (maximaler Vorlauf 24 Stunden) von Werbung.

Wien wird grüner

Unsere österreichische Tochterfirma ist ebenfalls ressourcenschonend unterwegs:

- Anschaffung eines 2. E-Autos in 2023
- Sodamaschine statt Flaschen
- Ersatz Leuchtstoffröhren mit LED-Technik um Stromverbrauch zu senken.
- Homeofficeregulung um CO₂ (z.B. aus dem Pendelverkehr) zu reduzieren.

Ambitionierte Schweiz

Unser Tochterunternehmen mit Standorten in Zürich und Lausanne engagieren sich zunehmend:

- 3-Tage-Homeoffice-Regelung, um Pendelverkehr und somit Emissionen zu reduzieren
- Ausschließlich Naturstrom-Nutzung am Standort Zürich
- Sensibilisierung der Mitarbeitenden zum Stromsparen: Licht nur bei Bedarf einschalten, bei Verlassen des Büros Computer herunterfahren und Steckerleisten ausschalten
- Keine Firmenwagen
- Wasser-Spender im Office

Menschen

Was wären wir ohne unsere Mitarbeitenden? Nichts. Deshalb kümmern wir uns gut um sie.

Unser Erfolgsgeheimnis? Die 475 Menschen (2023), die bei uns miteinander arbeiten. Ihre Leidenschaft für Weischer, unsere Medien und unsere Kund:innen. Ihre Kompetenz im jeweiligen Spezialgebiet. Das besondere Wir-Gefühl. Partnerschaftliche Beziehungen. Agiles, selbstverantwortliches Arbeiten. Größtmöglicher Gestaltungsspielraum.

Alle Mitarbeiter:innen sind eingeladen, unseren nachhaltigen Transformationsprozess aktiv mitzugestalten.



Für uns und alle anderen

Die Menschen bei uns sind vielfältig. Haben Charakter. Zeigen Haltung. Sie sind die Treiber, die die Enkeltauglichkeit unseres Unternehmens garantieren. Für uns ist ein respektvoller Umgang mit Mitarbeitenden, Partner:innen und Kund:innen mehr als das Einhalten von Regeln. Grundlage unseres Handelns ist ein klar definierter Wertekanon aus Offenheit, Wertschätzung, Vertrauen und Zielorientierung.

Unser Anspruch ist es, als Arbeitgeber attraktiv zu sein. Heute und in Zukunft. Die Stärkung des Arbeitgeberimages, die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen und New Work sind unser Ansporn. Im Alltag. Jeden Tag.

Unser wichtigstes Investment

Deshalb verpflichten wir uns, kontinuierlich in unsere Mitarbeiter:innen zu investieren. Ihnen Entfaltungs- und Entwicklungschancen zu bieten. Individuelle Ziele werden in realistischen Vereinbarungen festgehalten, an qualitativen und quantitativen Parametern gemessen und transparent gehandhabt. Dabei geht es immer eher um das „wir“ als um das „ich“. Mit 2023 haben wir auch unseren neuen Arbeitgeber-Claim „Ohne WIR kein WEISCHER“ gestartet, der die Botschaft unterstreicht, dass der Erfolg des Unternehmens auf dem Zusammenhalt und der Zusammenarbeit aller Mitarbeitenden basiert.

Wir betrachten die Auswahl und Unterstützung unserer Mitarbeiter:innen als verantwortungsvolle Aufgabe. Dabei zählen fachliche und persönliche Stärken gleichermaßen. Es gibt für uns keine Unterschiede in Bezug auf Geschlecht, Herkunft oder Religion eines Menschen, der sich an uns bindet. Im Gegenteil: Wir fördern auf allen Hierarchieebenen Pluralismus und Vielseitigkeit in unserem Unternehmen.

Das ist für uns selbstverständlich!

Das ist nicht verhandelbar: Wer bei uns arbeitet, ist den Business Conduct Guidelines (BCG) verpflichtet. Sie regeln den Umgang zwischen Arbeitnehmer:in und Arbeitgeber, mit unseren Kund:innen und Lieferant:innen. Das heißt: gesetzestreu Verhalten, Verantwortung für das Ansehen des Unternehmens, Respekt, Ehrlichkeit und Integrität. Auch im Umgang mit Geschäftspartner:innen und Dritten.

Zu unserem Selbstverständnis gehört die strikte Achtung der Menschenrechte. Wir respektieren die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jeder und jedes Einzelnen. Dieser Grundsatz gemäß Allgemeinem Gleichstellungsgesetz (AGG) schließt ein, dass niemand aufgrund von Geschlecht oder sexueller Identität, Herkunft, Religion oder Weltanschauung, wegen eines Handicaps oder aus Altersgründen eine Benachteiligung erfahren darf. Wir dulden keine Diskriminierung und keine sexuelle oder andere persönliche Belästigung oder Beleidigung.

Die Business Conduct Guidelines umfassen zudem Themen des Wettbewerbsrechts, der Vorteilsannahme und Verschwiegenheit sowie Umwelt- und Sicherheitsfragen. In den Unternehmen der Gruppe gibt es Compliance-Beauftragte, die durch Schulungen auf ihre Aufgabe vorbereitet wurden und regelmäßig Compliance-reports erstellen.

Fünf freudige Fakten

Wir sind flexibel

33 % der 434 Weischer Angestellten in Deutschland arbeiten in Teilzeit (Vorjahr 25 %)

Die höchste Teilzeitquote hat unsere Tochterfirma Weischer.JvB mit 34 Prozent.

In Österreich nutzen vier Frauen (von 17 Mitarbeitenden) das Teilzeitangebot.

In der Schweiz nutzen vier Frauen und zwei Männer (von 24 Mitarbeitenden) das Teilzeitangebot (Vorjahr 6).

Wir sind treu

8,9 Jahre durchschnittliche Firmenzugehörigkeit in Deutschland (Vorjahr 8,8 Jahre)

In Österreich sogar 15,2 (Vorjahr 16,1) und in der Schweiz 8 Jahre (Vorjahr 5,5).

Wir sind lebhaft

7,6 % Fluktuationsquote in Deutschland (Vorjahr 8,4 %)

2023 gab es insgesamt 88 Neuzugänge (DE: 83, AT: 3, CH: 2), 39 Abschiede (DE: 33, AT: 3, CH: 3). In Österreich beträgt die Quote 17,1 % (Vorjahr 6 %), in der Schweiz 13 % (Vorjahr 15 %).



Wir sind jung und erfahren

41 Jahre Durchschnittsalter in Deutschland (Vorjahr 42 Jahre)

In Österreich 41 (Vorjahr 48) und in der Schweiz 43 Jahre (Vorjahr 43). Generationenübergreifendes Arbeiten bedeutet uns viel.

Wir sind familienfreundlich

15 Mitarbeitende in Elternzeit (Vorjahr 24)

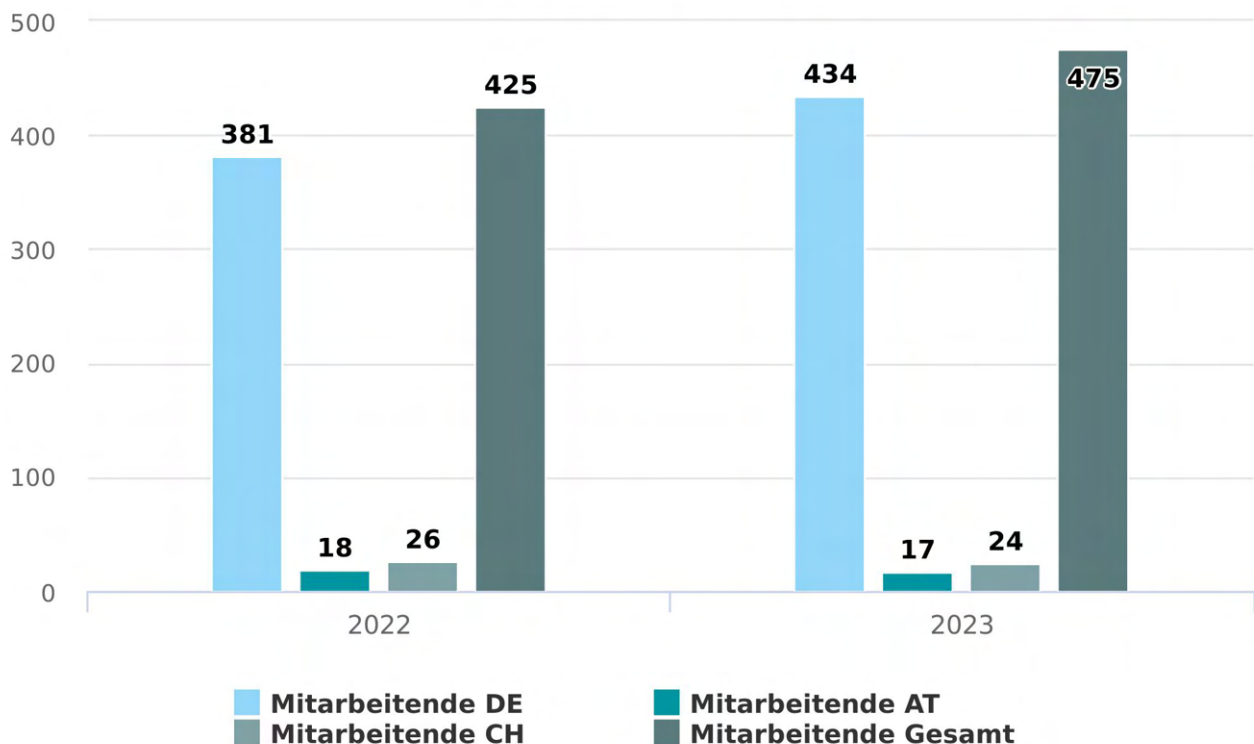
Unsere Mitarbeitenden

Insgesamt arbeiten bei Weischer 475 Mitarbeiter:innen (Vorjahr 425) und damit 50 Mitarbeitende mehr als im Jahr 2022.

Davon sind allein in Deutschland 434 beschäftigt. Die drei größten Tochterunternehmen sind Weischer.JvB, Weischer.Cinema Deutschland und Weischer.Solutions.

	Weischer. JvB	Weischer. Cinema Deutschland	Weischer. Solutions	Weitere	Deutschland Gesamt
2022	157	138	61	25	381
2023	186	169	61	18	434

2023: 2-7 Angestellte



Weiter wachsen und investieren

Die Menschen bei Weischer machen unser Unternehmen zu dem, was es ist. Tag für Tag. Deshalb bemühen wir uns, ihnen die besten Bedingungen zu bieten.

Als Mediaagentur und Vermarkter lebt Weischer von intensiver Zusammenarbeit mit allen Geschäftspartner:innen. Täglich. Das gesamte Team. Für die höchste Qualität für unsere Kund:innen. Unsere Mitarbeitenden treiben die Geschäftsentwicklung voran. Großartig. Tendenz steigend. Wir konnten 2023 deshalb 88 neue Kolleg:innen einstellen.

Um noch mehr hochqualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu halten, baut die Geschäftsleitung die Angebote, Leistungen und Zuwendungen für sie stetig deutlich weiter aus. So investieren wir konstant in umfassende Fortbildungsmaßnahmen.

Das kommt gut an: Wir sind stolz auf die große Treue und langjährige Verweildauer unserer Angestellten. Interne Befragungen belegen eine sehr hohe Zufriedenheit der Belegschaft.

Was Mitarbeitende bei uns erwartet

Flexible und attraktive Arbeitsbedingungen

99 Prozent der Angestellten können das Mobile Office nutzen. In Österreich und in der Schweiz alle. 30 Tage jährlich auch im EU-/EWR-Ausland. Im Jahr 2023 wurde 75% der Arbeit in Deutschland im Homeoffice durchgeführt. In der Schweiz ist Homeoffice für 14 Mitarbeitende an bis zu 3 Tagen pro Woche möglich, für die restlichen 10 Mitarbeitenden ist HomeOffice jederzeit möglich.

Qualifizierung und Fortbildung

Eigene Weischer-Seminare zu Themen wie Führung, Schlüsselkompetenzen, Teamorganisation und Persönlichkeitsentwicklung mit externen Trainer:innen. Zusätzlich Kurse bei Bildungsinstituten. Interne Wissensvermittlung durch Vorträge im Büro oder via Videokonferenzen. Weischer.Cinema Schweiz unterstützt berufsbezogene Aus- und Weiterbildung auf individueller Basis mit Zeit und/oder Kostenbeteiligung.

Gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Flexible Wochenarbeitstage, Teilzeit und Sabbatical-Lösungen sind einige Beispiele. Bei unserer Tochtergesellschaft Weischer.Cinema Austria arbeiten vier Frauen in Teilzeit. Von 17 Mitarbeitenden.

Ausbildung

Herzensangelegenheit! Weischer bildet aus zu Kauffrau oder Kaufmann für Marketingkommunikation und Fachinformatiker:in für Anwendungsentwicklung. 2023 konnten wir drei Azubis eine Festanstellung anbieten, und zehn Azubis weiterhin ein Ausbildungsplatz anbieten.

Einbindung und Dialog

Regelmäßige (anonyme) Umfragen zu relevanten Firmenthemen. (Online-)Live-Events, Intranet, Prozesse und Leitfäden zu Entwicklungs- und Zielgesprächen, Midyear-Review. Jeweils mit Schwerpunkt, wie sich die Mitarbeitenden inhaltlich und verantwortlich weiterentwickeln können und wie wir sie dabei unterstützen können.

Traineeprogramm

2021 starteten zwei Trainees bei Weischer.JvB: 18 Monate, drei Phasen: Training on the job, Planning & Consulting, Seminarangebot zu theoretischem, medienpezifischem Fachwissen und Persönlichkeitsentwicklung im Fach- und Führungsalltag. Diese wurden im Jahr 2023 eingestellt.

Faire Bezahlung

Unser Vergütungssystem zielt auf erfolgreiche, nachhaltige Entwicklung. Zum leistungsorientierten, marktüblichen, motivierenden Festgehalt kommt ein erfolgs- und ergebnisorientierter variabler Bestandteil hinzu. Deshalb haben auch 100 Prozent unserer Mitarbeiter:innen ein persönliches Feedbackgespräch erhalten.

Etliche Extras

Wir versprechen ein herzliches, familiäres Arbeitsumfeld. Top Locations unserer Büros mit Elbblick in Hamburg-Altona, Innenstadtlagen in München, Köln, Frankfurt, Reichenbach, Zürich, Lausanne und Wien, Tiefgaragen. Zuschuss zu ÖPNV-Jobtickets. In der Schweiz 50-Prozent-Kostenübernahme bei Zugtickets der Schweizerische Bundesbahn (SBB). Sowie eine Director-Card, um Filme in den grössten Kinos der Schweiz zu schauen. Und ebenfalls Sommerausflug und Weihnachtsfest. In Deutschland bietet Weischer Obstkorb, Mineralwasser, Kaffee und Firmenveranstaltungen (Sommerfest) und 60 unsere Mitarbeitenden nehmen unser Bike-Leasing-Angebot in Anspruch. Am Standort Österreich bieten wir unseren Mitarbeitenden Gratis-Kinokarten, einen Obstkorb, Mineralwasser, Kaffee zu ermäßigten Preisen und Firmenveranstaltungen: Sommerfest und Weihnachtsfeier.

Wertvolle Boni

Betriebliche Altersvorsorge und Bonussystem. Nach einem Jahr Zugehörigkeit, gibt es seit 2021 den Weischer-Bonus. Er orientiert sich am Unternehmensergebnis. Jede/r Einzelne erhielt 2023 in Deutschland 1.000 Euro Inflationsausgleichsprämie und die Zusage, dass Weischer diesen Betrag auch 2024 einmalig überweist.

Fach- und Führungslaufbahnen

Weischer setzt auf Teilung der Aufgaben. Unsere 20 Expert Leads, fachliche Führungskräfte, verantworten unter anderem Kosten, Dauer, Qualität in Projekten, sind Sparringspartner der Mitarbeitenden bei allen fachlichen Themen und der Funktionalität des Teams. Unsere 63 People Leads, disziplinarische Führungskräfte, sind unsere Treiber der Zukunftsfähigkeit und strategischen Ausrichtung der Organisation, kümmern sich um Onboarding, Vergütung, Persönliches, Entwicklungspotenziale.

Nebenberufliche Weiterbildung

In Deutschland erhielten Acht Mitarbeitende im Jahr 2023 Unterstützung bei ihrem Universitätsstudium. Überwiegend durch einen monetären Zuschuss und temporäre Teilzeitlösungen. Weischer.Cinema Schweiz unterstützt berufsbezogene Aus- und Weiterbildung auf individueller Basis über Zeit und/oder Kostenbeteiligung.

Gesundheit im Fokus

Weischer.Cinema Schweiz ist die Gesundheit jeder/s einzelnen Mitarbeitenden jährlich weitere 250 CHF wert. Beispielsweise für Rückenmassagen. Die gibt es manchmal auch am Standort Hamburg kostenlos für unsere Mitarbeiter:innen. Firmenmitgliedschaft im Fitnessstudio, Laufteam und Football Agency Cup in Deutschland. 60 Kolleg:innen nutzten auch unser Bike Leasing zur Gesundheitsförderung. 2021 waren es erst 26, 2022 waren es 42.

Talente fördern und Potenziale entfalten

Nach der pandemiebedingten Pause 2022 steigern wir kontinuierlich unsere Fortbildungsmaßnahmen. Wenn nicht anders erwähnt, beziehen sich diese Fakten auf Weischer Deutschland.

- 116 Angebote 2023 (70 in 2022, 14 in 2021). **65,7 % mehr als im Vorjahr!**
- 329 Mitarbeitenden nutzten sie. 2022 waren es 211, 2021 waren es 90. **Ein Plus von 55,9%.**
- 75% der Fortbildungsveranstaltungen liefen via Videokonferenz, damit auch Mitarbeitende im Mobile Office sie nutzen konnten.
- Über **200.000 Euro** (100.000 Euro in 2022) wurden für **Personalentwicklungsmaßnahmen** im Jahr 2023 ausgegeben. Eine drastische Erhöhung dieses Budgets. Unser Kollegium wusste es zu schätzen.
- In **Österreich** haben zwei Mitarbeitende an einem **Führungskräfteseminar** teilgenommen.
- An den **Schweizer Standorten** wurden **Leadership Training, Sales Coaching, Leader Coaching und Französischkurse** angeboten.

Die beliebtesten Schulungsthemen in Deutschland:

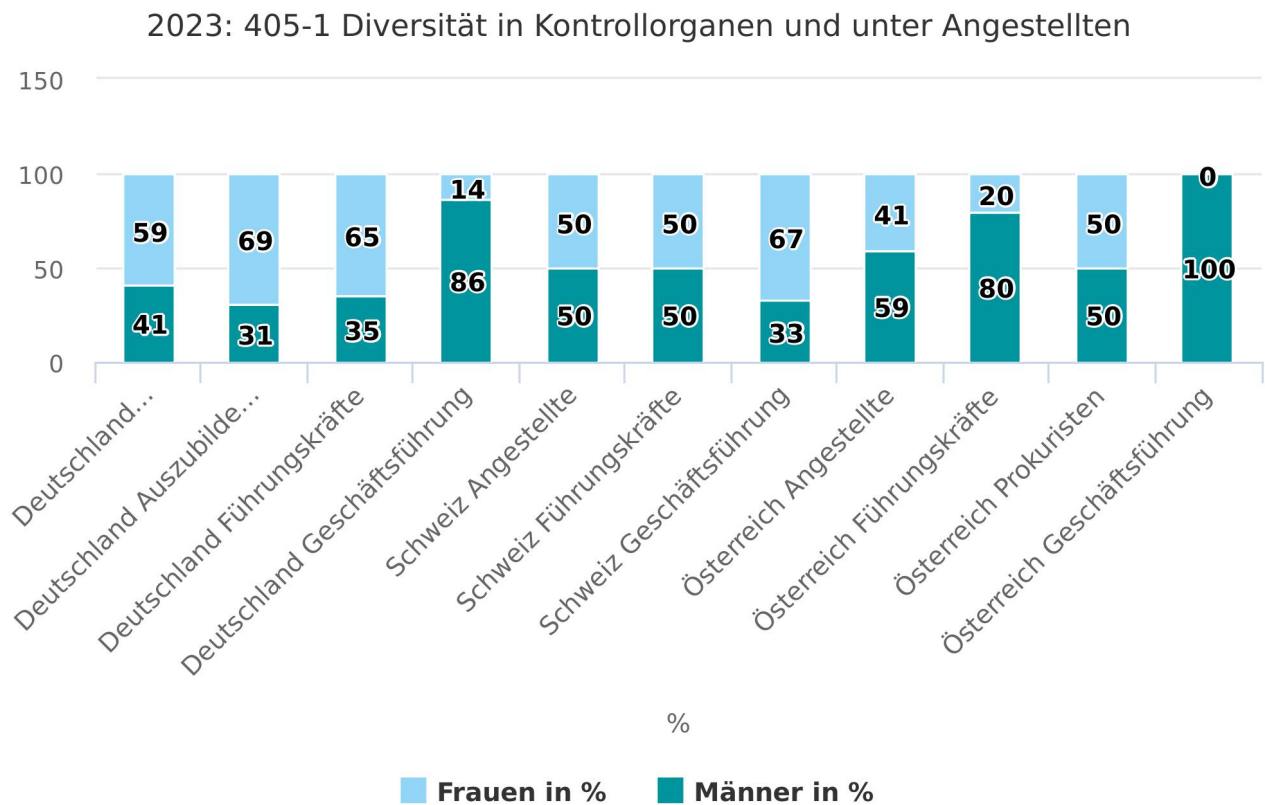
- Auftreten, Wirken & Präsentieren
- Führung
- Kommunikation
- Power BI
- Selbstorganisation



Gelebte Diversität

Vielfalt und Chancengleichheit sind für uns selbstverständlich und seit Jahren in den Business Conduct Guidelines festgelegt. Ohne sie wären wir niemals so kreativ und erfolgreich. Unsere Zahlen sprechen für sich:

Insgesamt beschäftigen wir 223 Frauen (47 %) und 252 Männer (53 %). Wir haben verschiedenste Nationalitäten (Staatszugehörigkeit, nicht Herkunftsland) – 14 DE, 1 AT, 5 CH. In Deutschland nutzen zum einen 16 Angestellte „Mobile Office“ in EU/EWR (Europäischer Wirtschaftsraum) und zum anderen haben wir 10 Angestellte mit Behinderung (eine Beschäftigungsquote von 3 %),



Gesundheit ist die Basis für alles

Wohlbefinden. Gesundheit. Schutz. Sicherheit. Auf diese Themen achten wir bei unseren Mitarbeitenden ebenso intensiv wie auf ihre fachlichen, intellektuellen und sozialen Kompetenzen.

Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz sollen kontinuierlich besser werden. Vorbeugende Maßnahmen können jedoch nicht immer Erkrankungen oder Unfälle verhindern. Ob beruflich oder privat bedingt. Während Weischer die gesetzlichen Pflichten erfüllt, gibt es darüber hinaus Präventivkonzepte.

Der Weischer-Arbeitsschutzausschuss (ASA) tagt regelmäßig mindestens einmal im Jahr zu Sicherheitsfragen. Er setzt sich aus diversen Unternehmensbereichen zusammen.

Aktive Gesundheitsförderung

Dabei geht es um Fragen der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Ergonomie. Wegen der zunehmenden Arbeit im Mobile Office war es notwendig, alle Mitarbeitenden dazu mit Hinweisen zur Sicherheit zu versorgen.

Unser externer Dienstleister Protekto unterstützt bei den Themen Arbeitsmedizin und -sicherheit, Brandschutz und Elektrosicherheit. Er stellt uns Betriebsärztin oder -arzt, eine Fachkraft für Arbeitssicherheit und eine:n Brandschutzbeauftragte:n. Erst- und Brandschutz Helfer:innen kommen aus den Teams, werden regelmäßig aus- und weitergebildet.

Das betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM) hilft bei längerer oder häufiger Abwesenheit beziehungsweise Krankheit. Ziel ist die Rückkehr an den Arbeitsplatz und dessen Erhalt.

Drei wichtige Aspekte

1) Wachstum und Einstellungen

Dank der positiven Marktentwicklung konnten wir bei Weischer im Jahr 2023 viele neue Aufträge gewinnen – sowohl bei Bestands- als auch bei Neukunden – und unser Mediavolumen steigern. Unsere Umsätze konnten wir so deutlich steigern, insbesondere bei unseren beiden größten Unternehmen Weischer.JVB und Weischer.Cinema. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, stellten wir in Deutschland 83 neue Mitarbeitende ein vor allem bei den beiden Unternehmen ein. Die Fluktuationsquote des Unternehmens im Jahr 2023 betrug 12,5% und konnte damit verringert werden.

2) Natürliche Schwankung

Die Durchschnittszugehörigkeit ist leicht gestiegen: von 10,1 Jahre (2022) auf 10,7 Jahre (2023). Unsere Quote für Beschäftigte mit Behinderung ist gleich geblieben. Das freut uns, denn unsere Firmenwerte sind unverändert: Wir stellen Mitarbeitende auf Basis ihrer Qualifikation ein.

3) Erhöhte Flexibilität

Die Rahmenbedingungen für Elternzeiten sind unverändert geblieben. Unser Angebot an flexiblen und mobilen Arbeitsmodellen erleichtert den Übergang in eine Vollzeitbeschäftigung. Insgesamt ist die Anzahl der Teilzeitbeschäftigten von 94 im Jahr 2022 auf 142 im Jahr 2023 gestiegen. Dies ist vor allem auf die Einstellung von Auszubildenden zurückzuführen, die alle in Teilzeit arbeiten. Diese Entwicklung unterstreicht die zunehmende Flexibilität unserer Arbeitszeiten und zeigt, dass wir bei Neueinstellungen verstärkt auf Kompetenzen achten, unabhängig von der wöchentlichen Arbeitszeit. Von den über 80 Neueinstellungen im Jahr 2023 haben mehr als die Hälfte in Teilzeit begonnen, was die Anpassungsfähigkeit und Flexibilität unserer Teams verdeutlicht.



Gesellschaft

Bewegen. Gestalten. Helfen. Gutes tun. Das machen wir. Aus Überzeugung, mit vollem Einsatz und von ganzem Herzen. Geschäftlich und gesellschaftlich.

Wesentlicher Motor unserer Entwicklung ist der vertrauensvolle und partnerschaftliche Umgang mit unseren Kund:innen. Intensiver Dialog, aktive Einbindung, Transparenz. Wir wollen unsere Stakeholder bei der nachhaltigen Transformation unseres Unternehmens mitnehmen und sie beteiligen. Deshalb gehen wir mit gutem Beispiel und guten Taten voran.

Transparenz erwünscht

Wir verkaufen Dienstleistungen. Ihr Einfluss auf die Umwelt ist oft nicht offensichtlich. Doch wer Plakate produzieren, kleben, wechseln oder digitale Screens leuchten lässt, der hinterlässt Spuren. Genauso wie zur Ausspielung von Kino- oder Digitalspots messbar Energie fließt. Unsere Kund:innen wünschen sich daher Transparenz über unsere Nachhaltigkeitsstrategie und einen CO₂-Ausgleich für sich, wenn sie mit uns kooperieren. Zudem interessieren sie sich für unsere Standards für die Mitarbeitenden. Für unseren gesellschaftlichen Beitrag ohnehin.

Das betrifft nicht nur unsere Zielgruppen. Längst wünscht sich das Gros der Verbraucher:innen umweltverträglichere und nachhaltigere Wirtschaftsunternehmen. Viele sind bereit, dafür mehr zu bezahlen und auf Komfort zu verzichten. Das betrifft auch unsere Werbebranche. Alle Marktteilnehmer:innen sollten sich daher fragen, was sie für eine nachhaltigere Produktionskette beim Ausspielen ihrer Kommunikation leisten können. Unser Produkt Weischer.Green ist eine Antwort.

Beitrag leisten

Neben den großen ökologischen Herausforderungen müssen wir uns alle auch den wirtschaftlichen und sozialen stellen. Die Vereinten Nationen gehen mit den 17 Sustainable Development Goals für nachhaltige Entwicklung entschlossen voran. Sie definieren als „Agenda 2030“, wie Armut und Hunger reduziert, die Gesundheit verbessert, die Gleichberechtigung gelebt, ökologische Grenzen der Erde respektiert, Menschenrechte geschützt und globale Partnerschaften aufgebaut werden sollen.

Weischer kann auf dreierlei Weise einen Beitrag leisten:

1. Indem wir die uns zur Verfügung stehenden nachhaltigen Medienkanäle (mit Unterstützung unserer Partner:innen) nutzen.
2. Durch die langfristige und CO₂-kompensierte Anpassung der Kampagnenausspielung dank Weischer.Green.
3. Durch das eigene Engagement und das unserer Mitarbeitenden. Dabei zählen für uns auch kleine Schritte. Mit unseren Aktionen 2023 sind wir wieder etliche gegangen.

Unser Einsatz während der Global Week to #ACT4SDGs

Externes Engagement

Seit 2017 unterstützen wir die Aktionskampagne #ACT4SDGs durch Media-Volumen. 2023 zusätzlich durch Ausspielen des Kinospots in 483 Kinos. Wir erreichten dadurch 4.523.092 Kinobesuchende und hatten 200.000 DooH- sowie 100.000 Online-Kontakte. Das entspricht einem Mediawert von 1 Million Euro (brutto).

4.523.092 Kinobesuchende erreichten wir durch Ausspielen des UN Kinospots in 483 Kinos.

Internes Engagement in Deutschland

Wir widmeten jeden Arbeitstag innerhalb der Aktionswoche (18.-22.09.2023) einer unserer fünf strategischen SDG-Leitplanken. Aktionen wie eine DKMS-Spendenaktion, gemeinsames Müllsammeln, Yoga Sessions und Treatments in Form von Massagen & Facials, ein Webinar zum Thema KI sorgten in dieser Woche für ein geselliges Beisammenkommen. Circa 120 Mitarbeitende haben an dieser Woche teilgenommen.

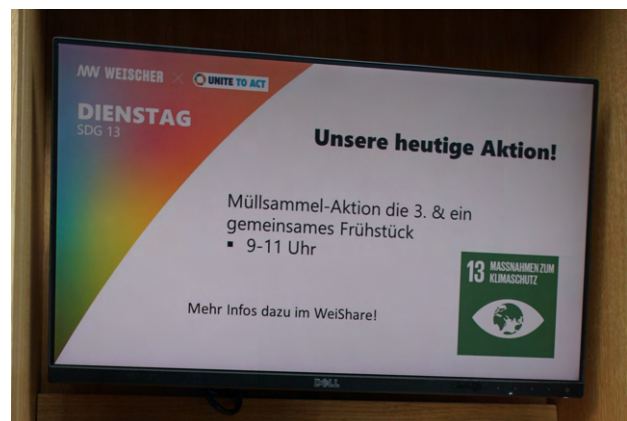
18. September: Nachhaltiger Konsum und Produktion

19. September: Maßnahmen zum Klimaschutz

20. September: Gesundheit und Wohlergehen

21. September: Hochwertige Bildung

22. September: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele



Neu bei Weischer ist seitdem unter anderem:

- Weitere Mehrweg-to-go-Boxen am Empfang zum Ausleihen
- Ein vereinfachtes Papiermülltrennungs-System
- Nachhaltige Seifenspende
- Große Auswahl an Milchalternativen
- Große Auswahl im Obstkorb
- Regelmäßige Müllsammel-Aktionen

Die innere Informationsflut ergriff auch die Außenwelt. Auf unseren Social-Media-Kanälen erreichten wir 15.948 Impressionen in der Woche:

- LinkedIn: 2 Beiträge, 3.253 Impressionen, 62 „Gefällt mir“-Angaben
- Instagram: 5 Beiträge, 45 Stories, 12.695 Impressionen, 335 „Gefällt mir“-Angaben

Unsere Herzensprojekte

Der Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten, möchten wir kontinuierlich etwas zurückgeben. Einerseits durch dauerhafte Zuwendungen, die sich vor allem an unseren Branchennachwuchs richten. Andererseits spontan.

Deutschland

Förderung

- 19.500 Euro für die Hamburg Media School: Förderung, Beitrag und Abschlusswerbefilm im Master-Studiengang „Wertorientierter Werbefilm“. 1.500 Euro mehr als 2021.
- Wir begleiten das internationale Kinderhilfswerk Right To Play. Es nutzt Spiel und Sport, um Kindern und Jugendlichen in Entwicklungsländern Wissen und Fähigkeiten zu vermitteln. Damit sie ihr Potenzial entdecken und entfalten können. Hauptsitz ist im kanadischen Toronto.
- Viele Initiativen sind über jede noch so kleine Hilfe dankbar. Beim Schulverein „Berufliche Schule für Medien und Kommunikation – Junge Wölfe“ waren es 1.000 Euro von uns.
- Nachwuchsförderung betreiben wir auch bei „Die Klappe“. Seit 1980 ist dies der einzige Wettbewerb für Werbe- und PR-Filme aus der Unternehmenskommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- Weischer beteiligt sich an lokalen kulturellen Projekten und Einrichtungen wie dem Kulturfestival „altonale“. Das ist das größte Stadtteilfest Hamburgs mit Literatur, Film, Kunst, Theater, Musik und Tanz.
- Seit 1996 sind wir deutscher Repräsentant des „Cannes Lions International Festival of Creativity“, der weltweit bekanntesten Veranstaltung der Werbebranche. Einst inspiriert von den Internationalen Filmfestspielen von Cannes. Wir unterstützen darin den Nachwuchswettbewerb „Young Lions“ mit Auswahl und Kostenübernahme für zwölf junge Talente.

Gesellschaft

- 500 Euro an Arche für Obdachlose e. V.: Förderung mildtätiger Zwecke. Unterstützung von Obdachlosen und Wohnungslosen in jeder Form.
- 1.518 Euro an Plan International Deutschland: Afrika Guinea Projekt zum Schutz vor Beschneidung.
- 5.000 € an UseThe News
- 120 € an DKMS (3 neue Stammzellenspender:innen durch Weischer)
- Spenden an Hanseatic Help. Die Hamburger Hilfsorganisation versorgt bedürftige Menschen in Unterkünften für Obdachlose oder Geflüchtete, Frauenhäusern, Einrichtungen für Senior:innen oder der Kinder- und Jugendhilfe mit Kleidung und Artikeln des täglichen Bedarfs.
- Seit 2021 haben wir eine hauseigene Sammelstelle. Unsere Mitarbeitenden befüllen die 270-Liter-Box kontinuierlich. Bereits sieben Mal wurden sie prallvoll übergeben. Damit tragen die Spenden gleichzeitig zur nachhaltigen Kreislauf-wirtschaft bei.

Österreich

Ukraine

- Gratisschaltungen „Nachbar in Not“ für die Ukraine. Mediawert 15.000 Euro im Jahr 2022 und 14.000 Euro im Jahr 2023

Gesellschaft

- Spenden Laptops, PCs an gemeinnützige Vereine, Spenden zu Weihnachten an Caritas oder dergleichen

Schweiz

Förderung

- Wir unterstützen ebenfalls den Nachwuchswettbewerb „Young Lions“ mit der Kostenübernahme für zehn junge von uns ausgewählten Talenten. Außerdem finanzieren wir das Mediateam für vier Nachwuchstalente.
- Diverse Gratis-Kinokampagnen für die UN und Wings for Life für karitative Zwecke.
- Kampagnen mit 50 Prozent ZEWO-Rabatt für wohltätige Organisationen, die Kinowerbung buchen möchten.

Gesellschaft

- Sponsoring von kulturellen Branchen-Veranstaltungen wie das Zürich Film Festival (ZFF), Locarno Filmfestival, Cannes Lions und das internationale Filmfestival Vision du Reel in Nyon.
- Punktuelle Unterstützung sozialer, kleiner Projekte aus dem Umfeld der Mitarbeitenden.
- Partnerschaft YES Media Award: Erhalt eines Werbeplatzes im Kino

Summary: Kennzahlen und Erfolge 2023

Ausgewählte Kennzahlen

	Gesamt		Deutschland		Schweiz		Österreich	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Anzahl Nationalitäten	17	17	11	14	5	5	1	1
Anzahl Mitarbeitende	425	475	381	434	26	24	18	17
Anzahl Azubis	4	13	5	13	1	0	0	0
Frauenquote	57%	50%	65%	59%	56%	56%	39%	41%
Angebot Mobile Office	86%	100%	99%	99%	60%	100%	100%	100%
Durchschnittsalter (Jahre)	44,2	41,7	42	41	43	43	48	41,2
Durchschnittliche Zugehörigkeit (Jahre)	10,1	10,7	8,8	8,9	5,5	8	16,1	15,2
CO ₂ e Bilanz (t CO ₂ e)	708,5	985,31	650,52	905,84	26,77	55,86	25,14	23,61
CO ₂ e Bilanz/ MA (t CO ₂ e)	1,67	2,07	1,71	2,09	1,14	2,33	1,49	1,39

Erfolge

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil jeder strategischen unternehmerischen Entscheidung. Dies spiegelt sich in unseren Richtlinien für mehr Elektromobilität und weniger Flugreisen, umfangreiche Digitalisierungsprojekte, die Ressourcen schonen, längere IT-Hardware-Nutzungszyklen und die permanente Verbrauchs-optimierung der Bürostandorte wieder. 2023 haben wir viele Angebote für unsere Mitarbeitenden weiter geführt – sowohl berufliche als auch persönliche. Zum Beispiel

- durch Steigerung des Angebots an Fortbildungsmaßnahmen um rund 65 %,
- maximale Flexibilität durch Mobile-Office-Angebote,
- Verdreifachung der Ausbildungsplätze
- sowie betriebliches Wiedereingliederungsmanagement.

Im Bereich Umwelt arbeiten wir stetig daran, besser zu werden – bei den Daten und unserem CO₂-Fußabdruck. Dabei gilt für uns – wir wollen einen positiven Impact erzielen und sehen Reduktion vor Kompensation. Weischer.Green Kampagnen tragen seit dem 1. Januar 2023 das Prüfzeichen „Klimaneutrale Dienstleistung“ nach TÜV NORD CERT Standard TN-CC 020. Im Jahr 2023 wurden 5.986 Tonnen CO₂-Emissionen durch Renaturierungsprojekte im Kibale-Nationalpark in Uganda für Weischer OoH kompensiert.

Ausblick

Wir lernen weiter dazu!

Nachhaltig. Zuversichtlich.
Wir agieren mutig und vorausschauend.
Weil wir davon überzeugt sind.
Weil die Gesellschaft es von uns erwartet.
Weil wir Zukunft gestalten wollen.

Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn alle mitmachen. Weischer schreitet als Vorbild voran und nimmt seine Partner:innen entlang der Wertschöpfungskette mit. Denn wir haben einen Plan.



Unsere Ziele für die nächsten Jahre

1. Weitere Integration unserer Schlüsselthemen Umwelt, Soziales und Governance als festen Bestandteil jeder Unternehmensentscheidung und Identifikation von konkreten Nachhaltigkeitszielen
2. Erzielung eines positiven Impacts bei Umwelt, Klima und Ressourcen:
 - Fußabdruck weiter verkleinern. Die verursachten CO₂-Emissionen sollen bis 2030 signifikant sinken.
 - Dafür legt Weischer aussagekräftige Indikatoren fest, anhand derer diese Entwicklung nachvollzogen werden kann.
 - Weiterentwicklung der nachhaltigen Reiserichtlinien
3. Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsberichtes anhand der Stakeholder-Anforderungen, u. a. durch die Regulatorik (CSRD)

Impressum

Herausgeber

Weischer.Media GmbH & Co. KG
Elbberg 7, 22767 Hamburg
Telefon: +49 40 809058-2000
Internet: weischer.media/de

Verantwortliche

Stephan Dahm & Moritz Weischer

Leitung

Nachhaltigkeitsmanagement

E-Mail

stephan.dahm@weischer.net
moritz.weischer@weischer.net

Partner

Begleitung: UNO INO eG, Nürnberg

Redaktionsschluss

28.02.2025

Weischer hat über die in diesem GRI-Index angegebenen Informationen für den Zeitraum 01.01.2023 – 31.12.2023 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet.

GRI Indikator	Thema/Link	Seite	Standort
GRI 2: ALLGEMEINE ANGABEN 2021			
GRI 2-1	Organisationsprofil	Portrait	S. 4
		Unsere Eigentumsverhältnisse	S. 5
GRI 2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	Unsere Eigentumsverhältnisse	S. 5
		Über den Bericht	S. 6
GRI 2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	Impressum	S. 48
		Über den Bericht	S. 6
GRI 2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Klimabilanz 2023	S. 16-19
		Über den Bericht	S. 6
GRI 2-5	Externe Prüfung	Über den Bericht	S. 6
GRI 2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	Was wir tun?	S. 7
		Portfolio	S. 7
GRI 2-7	Angestellte	Unsere Mitarbeitenden	S. 35
GRI 2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	Unsere Eigentumsverhältnisse	S. 5
GRI 2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	Vorwort 2023	S. 2
GRI 2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	Menschen	S. 32-33
		Werte	S. 11
GRI 2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Unsere Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse	S. 14-15
GRI 2-30	Tarifverträge	Was Mitarbeitende bei uns erwartet	S. 36-37
GRI 3: WESENTLICHE THEMEN 2021			
GRI 3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	Unsere Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse	S. 14-15
GRI 3-2	Liste der wesentlichen Themen	Unsere Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse	S. 14-15

	Klimabilanz 2023	S. 16–19
	Klimabilanz je Land im Überblick	S. 20
	Unsere Veränderungen	S. 25–30
	Fünf freudige Fakten	S. 34
	Talente fördern und Potenziale entfalten	S. 38
GRI 3–3	Management von wesentlichen Themen	S. 38
	Was Mitarbeitende bei uns erwartet	S. 36–37
	Gelebte Diversität	S. 39
	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
	Gesellschaft	S. 42

GRI 300: UMWELT

GRI 302: Energie

302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Unsere Veränderungen	S. 25–30
-------	---	--------------------------------------	----------

GRI 303: Wasser

303-5	Wasserverbrauch	Unsere Veränderungen	S. 25–30
-------	-----------------	--------------------------------------	----------

GRI 305: Emissionen

305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Klimabilanz 2023	S. 16–19
		Klimabilanz je Land im Überblick	S. 20
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Klimabilanz 2023	S. 16–19
		Klimabilanz je Land im Überblick	S. 20
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Klimabilanz 2023	S. 16–19
		Klimabilanz je Land im Überblick	S. 20
305-4	Intensität der THG-Emissionen	Klimabilanz 2023	S. 16–19

GRI 306: Abwasser und Abfall

306-3	Angefallener Abfall	Unsere Veränderungen	S. 25–30
-------	---------------------	--------------------------------------	----------

GRI 400: SOZIALES

GRI 401: Beschäftigung

401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	Fünf freudige Fakten	S. 34
-------	--	----------------------	-------

401-3	Elternzeit	Fünf freudige Fakten	S. 34
-------	------------	----------------------	-------

GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen ArbeitManagementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
-------	---	------------------------------------	-------

403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
-------	-----------------------------	------------------------------------	-------

403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
-------	---	------------------------------------	-------

403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
-------	--	------------------------------------	-------

403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Gesundheit ist die Basis für alles	S. 40
-------	--	------------------------------------	-------

GRI 404: Aus- und Weiterbildung

404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	Talente fördern und Potenziale entfalten	S. 38
-------	--	--	-------

404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	Was Mitarbeitende bei uns erwartet	S. 36-37
-------	--	------------------------------------	----------

GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit

405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	Gelebte Diversität	S. 39
-------	--	--------------------	-------

GRI 413: Lokale Gemeinschaften

413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	Gesellschaft Unser Einsatz während der Global Week to #ACT4SDGs Unsere Herzensprojekte	S. 42 S. 43 S. 44-45
-------	---	--	----------------------------