

Mercedes-Benz Consulting



NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2021

MERCEDES-BENZ CONSULTING
GMBH



Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit
Baden-Württemberg (WIN)

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta	4
3.	Unsere Schwerpunktthemen	5
4.	Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen	7
1.	Schwerpunkt-Leitsatz: Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden	7
2.	Schwerpunkt-Leitsatz: Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	8
3.	Schwerpunkt-Leitsatz: Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken	10
5.	Weitere Aktivitäten.....	12
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	12
	Umweltbelange.....	13
	Ökonomischer Mehrwert.....	14
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	14
	Regionaler Mehrwert.....	15
6.	Unser WIN!-Projekt	16
7.	Kontaktinformationen	17
	Ansprechpartner	17
	Impressum	17

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Wir sind Mercedes-Benz Consulting. Unsere Mission: Menschen und Organisationen zu befähigen, neue Wege zu denken und zu gehen. In der einzigartigen Verbindung von Consulting, Training und Coaching suchen wir gemeinsam mit unseren Kunden nach innovativen Lösungen für die technologischen Herausforderungen von Übermorgen.

Nachhaltig. Kundenzentriert. Digital. Datengetrieben.

Als hundertprozentige Tochter der Mercedes-Benz AG stehen wir seit 25 Jahren für fundierte Expertise, die alle Vertriebsthemen umfasst – von der Idee bis zur Umsetzung, von Business Management und Digital Performance über Sales und After-Sales bis hin zu Mobility und Connectivity. Das dazugehörige Transformations-Management gewährleistet den Erfolg im Wandel.



Mit mehr als 300 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen unterstützen wir unsere Kunden mit einem breiten Beratungsportfolio. Dazu gehören unter anderem vielseitige Nachhaltigkeitsprodukte und -lösungen sowie unsere Fachexpertise beim Aufbau von Nachhaltigkeits-Strukturen. Neben der Umsetzung individueller Nachhaltigkeitskonzepte zählen dazu auch die Befähigung von Führungskräften,

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Hinblick auf eine nachhaltige Unternehmenskultur sowie eine erfolgreiche Nachhaltigkeits-Kommunikation.

Für uns ist es selbstverständlich, auch unsere eigenen Aktivitäten konsequent nachhaltig auszurichten. Deshalb sind wir seit 2021 Mitglied bei der WIN-Charta, einer Initiative des Landes Baden-Württemberg. Nachhaltigkeit ist nicht nur ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und unserer Unternehmenskultur. Nachhaltigkeit bedeutet für uns Zukunftsfähigkeit. Es bedeutet, Verantwortung zu übernehmen, auch über unser eigenes Unternehmen hinweg und die Verpflichtung, Aufgabenstellungen konsequent anzugehen und Lösungen mit relevanten Stakeholdern zu entwickeln.

www.mercedes-benz-consulting.de

Mercedes-Benz Consulting GmbH entstand 1997. Unser Team ist heute in nationalen wie internationalen Projekten tätig.

Unsere nachhaltige Vision ist, wirkungsvolle Beiträge zu leisten: für unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie weitere Anspruchsgruppen. Wir zielen auf eine nachhaltige positive, profitable Unternehmensentwicklung und sehen Nachhaltigkeit dabei als Geschäftstreiber an. Und in allem, was wir tun, streben wir an, unsere Aktivitäten im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft zu gewährleisten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser besonderes Gut.



Für unsere Unternehmensführung nutzen wir die Sustainable Business Development-Ziele (SDGs) als Leitlinien. Besonders die SDGs (Decent Work and Economic Growth; Industry, Innovation and

Infrastructure; Sustainable Cities and Communities; Climate Action; Responsible Consumption and Production) sind für uns relevant und deshalb unterstützen wir diese.



UNSER WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ UND UNSERE STAKEHOLDERANALYSE

Mit diesem Zielkonzept dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit und weisen die für uns relevanten Schwerpunkte aus. Unser Ansatz folgt dabei dem Ansatz der Stakeholder-Analyse und dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Auf dieser Basis haben wir für uns Handlungsfelder definiert und deren Relevanz für unser Unternehmen sowie unsere Anspruchsgruppen bewertet.

Unserer Meinung nach befinden wir uns auf einer längeren Reise, denn wir werden uns nie mit dem Erreichten zufriedengeben, sondern immer an weiteren Fortschritten arbeiten. Das ist generell unsere Philosophie. Künftig werden wir in einem Nachhaltigkeitsbericht die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlichen Informationen mit der Öffentlichkeit teilen und unsere Beiträge zu den drei Nachhaltigkeitsdimensionen – Ökonomie, Ökologie, Soziales - inklusive unserer konkreten Maßnahmen & Aktivitäten kommunizieren.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

In dem Zielkonzept für das Jahr 2022 konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 2: **Mitarbeiterwohlbefinden:** „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“
- Leitsatz 7: **Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:** „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und schaffen Arbeitsplätze in der Region.“
- Leitsatz 12: **Anreize zum Umdenken:** „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Nachhaltigkeit bedeutet für uns, für Anspruchsgruppen dauerhaft Wert zu schaffen: für unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für unsere Gesellschafter, unsere Geschäftspartner sowie die Gesellschaft als Ganzes. Wir wollen unser Unternehmen dauerhaft positiv weiter entwickeln, also wirkungsvolle Beiträge leisten. Wir zielen dabei auf eine nachhaltige positive und profitable Unternehmensentwicklung und sehen Nachhaltigkeit als Geschäftstreiber mit Chancen für Umwelt, Gesellschaft und alle unsere Kunden an. Unsere Aktivitäten wollen wir im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft gewährleisten und in diesem Sinne auch Beiträge für unsere Kunden liefern.

Unsere hoch kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen in unserem Beratungs- und Trainingsunternehmen den Erfolg aus. Ihre Motivation und ihr Engagement, ihre Dynamik und Erfahrung sowie ihr Umgang miteinander, die Kultur in unserem Unternehmen, differenziert uns von anderen, sorgt so für ein positives Betriebsklima und resultiert in wirkungsvollen Leistungen für unsere Kunden.

Gründe genug also, das **Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** zu achten, zu schützen und zu fördern. Dies machen wir aus Überzeugung – schon seit Gründung unseres Unternehmens. Und wenn wir mal unterschiedlicher Meinung sind, so führen wir einen offenen, konstruktiven Austausch oder suchen zusammen nach zufriedenstellenden Lösungen.

Entstanden aus einer Gruppe von 15 Trainern und Trainerinnen sind wir heute ein mittelständisches Unternehmen: Unsere spezifische Unternehmenskultur wollen wir uns auch bei weiterem Wachstum erhalten.

Zu uns gehört der ständige Wandel und ein starker Zukunftsfokus. Neuen Anforderungen begegnen wir offen und mit weiter entwickelten Kompetenzen und Dienstleistungen. Beispiel: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz. Uns motiviert, unsere Kunden erfolgreich machen zu wollen. Dabei pflegen wir eine partnerschaftliche Kundenbeziehung: partnerschaftliches Lernen inspiriert für Neues und bringt gegenseitig Fortschritte.



Und dieser Anspruch führt seit unserer Gründung zu einer **positiven Unternehmensentwicklung und die Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze in den Regionen**, in denen wir Büros unterhalten: Großraum Stuttgart und Berlin.

Nachhaltigkeit ist dabei integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Aus diesem Grund schaffen wir **Anreize zum Umdenken und zur Sensibilisierung**, nehmen Ideen auf und treten in den Dialog mit anderen. Damit möchten wir unsere, die Bestrebungen unserer Kunden und anderer gesellschaftlicher Gruppen unterstützen und das gegenseitige Lernen befördern.

2021 haben wir deshalb vier sogenannte Work Streams gestartet, die uns dauerhaft erfolgreich halten werden:

- *Customer Centric, Future Proof Portfolio,*
- *Profitable Growth,*
- *Strategic Partner,*
- *Employee Centricity.*

Hierbei arbeiten Führungskräfte und Beschäftigte unter Einbindung des Betriebsrats-Gremiums an unserer erfolgreichen Weiterentwicklung. Denn wenn wir 2022 unser 25-jähriges Bestehen begehen, wollen wir nicht nur auf unsere ersten erfolgreichen 25 Jahre schauen, sondern auch auf die kommenden und werden konsequent weiter an unserer positiven Fortentwicklung arbeiten.

Darüber hinaus sind wir der festen Überzeugung, dass es beim Thema Nachhaltigkeit auf jeden Einzelnen ankommt: ob am Arbeitsplatz, beim mobilen Arbeiten oder in der Freizeit. Nur so können wir alle wirkungsvollen Beiträge für eine nachhaltige Entwicklung und für einen verstärkten Klimaschutz leisten.

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

1. Schwerpunkt-Leitsatz: **Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden**

WO STEHEN WIR?

Uns ist eine offene und inspirierende Unternehmenskultur wichtig. Wir leben einen Teamspirit, den wir uns aus unserer Anfangszeit im Jahr 1997 in all den Jahren erhalten haben. Dieser setzt sich u.a. aus einem starken Teamgeist, Fairness, Wertschätzung, Glaubwürdigkeit sowie Hilfsbereitschaft zusammen. Wir haben sehr flache Hierarchien und geben viel Spielraum, um eigene Ideen umsetzen zu können. Wir leben Werte: Vertrauen, Respekt, Zuversicht, Toleranz, Kreativität, Offenheit, Loyalität, Agilität und Mut. Vereinbarkeit von Beruf und Familie, flexible Arbeitszeiten und individuell gestaltbare Arbeitszeitvolumen – bei uns ist dies bereits seit langem der Standard und wurde mit der Pandemie weiter vorangebracht.

Uns ist auch die Meinung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wichtig: Einmal im Jahr führen wir deshalb eine Mitarbeiterbefragung und zweimal im Jahr Pulse Checks durch und tauschen uns für Klausuren und in Arbeitsgruppen aus, um unser Unternehmen gemeinsam weiterzuentwickeln.

Ein Mitarbeiterjahresgespräch, Zwischengespräche, regelmäßiges Projektfeedback oder Supervisionen im Training sind Standard. Um ein gutes, wirkungsvolles Ankommen in unserem Unternehmen gewährleisten zu können, führen wir insgesamt drei Integrationsgespräche für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch. Damit wird von Beginn an die gegenseitige Erwartungshaltung abgeglichen und dokumentiert sowie das zügige Kennenlernen unseres Unternehmens und der Kolleginnen und Kollegen befördert. Im Hinblick auf Altersvorsorge und Gesundheitsschutz etc. haben wir konkrete Maßnahmen, allem voran ein optimales Hygienekonzept für Aufenthalte in unseren Büros. Dies zeigt sich auch bei den Angeboten zur jährlichen Gripeschutzimpfung, COVID-Schutzimpfung, Fitness und Sportaktivitäten sowie Altersvorsorge-Regelungen etc. Bei uns gibt es für jeden Beschäftigten eine Unfallversicherung und vermögenswirksame Leistungen.

Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern darüber hinaus vielfältige und nachhaltige Angebote in Fort- und Weiterbildung sowie zum Socializing.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

- Wir modernisieren unser MC Center in Leinfelden-Echterdingen und unser Büro in Berlin und statten diese mit hochwertigen technischen Arbeitsmitteln und Büromöbeln aus. Dabei achten wir auch auf den Gesundheitsschutz: Jeder Arbeitsplatz verfügt über einen höhenverstellbaren Tisch. Die neue Einrichtung wird über eine ansprechende Arbeitsumgebung mit technischer State-of-the-Art-Einrichtung, Rückzugsorten zum konzentrierten Arbeiten bzw. zum kreativen Auftanken sowie zum wirkungsvollen, vernetzten Arbeiten in Projekträumen verfügen. Bei der Planung haben wir unsere Beschäftigten mit eingebunden.
- Aktionen mit gesellschaftlichem oder ökologischem Bezug, weil wir uns als einen Teil der Gesellschaft sehen und solche Aktivitäten den Teamspirit stärken.

- Qualifizierung von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf Basis von Kompetenzprofilen.
- Beteiligung an Projekten zur Weiterentwicklung unseres Unternehmens.
- Regelmäßige offene und transparente Information aller Beschäftigten über die Geschäftsentwicklung.
- Generell Ermöglichung von mobilem Arbeiten.
- Weitere Angebote von Gesundheits-Vorsorge-Maßnahmen für unsere Beschäftigten.
- Kompaktes und vielfältiges Onboarding für unsere neuen Kolleginnen und Kollegen, in dem auch über unsere Aktivitäten zur Nachhaltigkeit informiert wird.
- Das Pioneer-Programm macht Talente sichtbar und fördert das Lernen an Projekten, die unser Unternehmen weiterbringen.
- Sofern es möglich ist, Durchführung von realen Mitarbeiter-Veranstaltungen zum Austausch und Vernetzung aller Beschäftigten nach mittlerweile fast zwei Jahren rein digitaler Arbeitsweise.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

2022 wollen wir unsere **Aktivitäten zum Mitarbeiterwohlbefinden** in folgenden Handlungsfeldern weiter fortsetzen und ausbauen:

- Wir werden auch in 2022 weiter am Work Stream „Employee Centricity“ arbeiten und konkrete Maßnahmen von den Ergebnissen ableiten. Dies tun wir unter Einbeziehung des Betriebsrates.
- Eine jährliche Mitarbeiterbefragung sowie zwei Pulse Checks in 2022 werden durchgeführt.
- Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in soziale und gesellschaftliche Aktivitäten.
- Individuelle Ergonomie-Beratung am Arbeitsplatz.
- Größtmögliche Flexibilität bezüglich der Arbeitszeit.
- Fortsetzung der kontinuierlichen Qualifizierung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

2. Schwerpunkt-Leitsatz: **Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

WO STEHEN WIR?

Die Mercedes-Benz Consulting GmbH ist eine echte Start-up-Erfolgsgeschichte: Von einer 15-köpfigen Trainer-Gruppe zu einem mittelständischen Unternehmen mit mehr als 300 Beraterinnen und Beratern, Trainerinnen und Trainern sowie Zentralabteilungs-Experten.

Wir verfolgen seit unserer Gründung 1997 eine langfristig orientierte Unternehmensstrategie. Dazu gehört für uns auch eine wirtschaftlich positive Unternehmensentwicklung. Gerade auch in der Pandemie hat sich unsere Kontinuität, Stabilität und Flexibilität ausgezahlt. Dabei entwickeln wir unser Geschäftsmodell nach den Bedarfen unserer Kunden ständig weiter, u.a. auch für Kunden außerhalb des Konzerns.



Uns ist eine glaubwürdige und berechenbare Führung, die Vertrauen schafft, sehr wichtig. Sie bildet erst die Basis für eine positive Unternehmensentwicklung. Schlanke Strukturen fördern unseren Teamspirit und Nahbarkeit im Unternehmen. Dies zählt in hohem Maße auf die Motivation und Unternehmensidentifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein.

Verantwortungsvoller Umgang mit allen Ressourcen (Mensch, Kapital, Rohstoffe) gehört zu unserer Wertorientierung. Ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement, ein bewusstes Kosten- und Innovationsmanagement sowie ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess gehen bei uns Hand in Hand.

In der schwierigen ersten Phase der Pandemie im Jahr 2020 haben wir es geschafft, ohne Kündigungen mit allen festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durch die Krise zu gehen. In 2021 zog unser Geschäft dann wieder spürbar schnell an.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

- Förderung einer Innovation Culture in allen Einheiten der Mercedes-Benz Consulting.
- Den Einsatz von innovativen und beschleunigten Produkt-Entwicklungs-Methoden.
- Kontinuierliche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit als integrierten Bestandteil der Unternehmensstrategie.
- Netzwerk-Veranstaltungen, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unternehmensweit über die Standorte Berlin und Leinfelden-Echterdingen zusammenbringen.
- Qualifikation „Digital Readiness Programm“ als Pflichtseminar für alle Beschäftigte.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

2022 wollen wir **unsere Aktivitäten zum Unternehmenserfolg und zu den Arbeitsplätzen** in folgenden Handlungsfeldern weiter fortsetzen und ausbauen:

- Wir werden auch in 2022 weiter an den Work Streams „Customer Centric, Future Proof Portfolio“, „Profitable Growth“ und „Strategic Partner“ arbeiten und konkrete Maßnahmen ableiten.
- Jährliche Kundenzufriedenheits-Befragungen mit hoher Beteiligung und sehr guten Zufriedenheitsquoten werden durchgeführt.
- Konstantes, profitables Umsatzwachstum werden wir fortsetzen.
- Digitalisierung möglichst aller Unternehmensprozesse wird angestrebt.
- Steigerung der Anzahl der Ideen für ein inspirierendes Produkt- und Leistungsportfolio.
- Wir informieren unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mindestens sechs Townhall-Meetings im Jahr sowie Strategie-Dialogen und Livetalks aus unseren modernen Livestream-Studios heraus. über den Geschäftserfolg und die Geschäftsentwicklung.

3. Schwerpunkt-Leitsatz: **Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken**

WO STEHEN WIR?

Für uns gehört ein ständiger Verbesserungsprozess und Lernreisen zu unserer Unternehmenskultur. Daher setzen wir Anreize zum Umdenken in Bezug auf Nachhaltigkeit auf allen Ebenen. Wir beziehen dabei unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ein, fragen sie nach Vorschlägen und fördern die Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsthemen. Dabei stehen wir auch im Austausch mit weiteren Stakeholdern und vernetzen uns mit gesellschaftlichen Gruppierungen, um sie in ihren Zielen zu unterstützen, aber auch zum gegenseitigen Lernen.

Wir haben ein Projekt-Team im Unternehmen etabliert, den sogenannten „Sustainability Circle“, der vielfältige Aktivitäten rund um das Thema Nachhaltigkeit organisiert und zum Mitagieren einlädt: So beispielsweise Informationen bei „Learn&Lunch“-Formaten, bei gemeinsamen Aktionen, die sogenannten „Sustainability-Challenges“, und Nachhaltigkeits-Projekten, bei Quiz-Veranstaltungen oder auch bei Nachhaltigkeitsumfragen etc.

Unsere Anreize sind aber nicht nur nach innen gerichtet. Wir schaffen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen sowie Veranstaltungen für unsere Kunden und entwickeln diese kontinuierlich weiter.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

- Umfassende Analysen innerhalb eines eigenen Nachhaltigkeitsmanagements, um zu wissen, wo wir stehen, so auch den Fortschritt erheben zu können und davon konkrete Maßnahmen abzuleiten.
- Start von Lern- und Dialogformaten.
- Weitere konsequente Sensibilisierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Ausbau der Nachhaltigkeits-Dienstleistungen und Produkte.
- Ausbau unserer bisherigen Maßnahmen wie Initiativen zur ÖPNV-Nutzung u.a. auch durch die Einführung eines Mobilitäts-Leitfadens für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Qualifizierung von Mitarbeitern zu HR Green Managern und Verankerung des Themas durch HR.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

2022 wollen wir unsere **Aktivitäten zum Umdenken** in folgenden Handlungsfeldern weiter fortsetzen und ausbauen:

- Veröffentlichung eines Leitfadens zur Nachhaltigkeit mit Tipps für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Berufsleben und privatem Alltag.
- Einführung eines Mercedes-Benz Consulting-Einkaufs-Leitfadens für Lieferanten, um sie darüber zu informieren, was uns bei der Auswahl von Produkten und Materialien wichtig ist, um so noch stärker nachhaltige Materialien und Produkte einkaufen zu können; der Einkaufs-Leitfaden komplettiert unsere schon seit längerem gültigen Einkaufsrichtlinien.
- Ausbau unserer Kontakte zu gesellschaftlichen Stakeholdern.

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstärkt mit in Nachhaltigkeitsthemen involvieren z.B. bei der Unterstützung von sozialen Aktivitäten.



Das MC Center in Leinfelden-Echterdingen: Eine inspirierende Arbeitsatmosphäre mit Kommunikationsflächen fördert die Vernetzung aller Kolleginnen und Kollegen. Wir setzen auf eine offene Unternehmenskultur, bereichsübergreifende Zusammenarbeit und auf einen starken Zusammenhalt in unserem Unternehmen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Für uns ist die Einhaltung der Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden eine Selbstverständlichkeit, ebenso wie Chancengleichheit und Vielfalt, die tief in unserer Unternehmenskultur verankert ist. Wir bieten jedem, gleich welcher Herkunft, Geschlecht, Religion, Alter oder Karrierestufe ein attraktives Arbeitsumfeld, in dem jede Idee zählt sowie Motivation und Kompetenz. Wir gehen konsequent und frühzeitig gegen jegliche Form von Diskriminierung, Mobbing oder Ausgrenzung in unserem Unternehmen vor. Der beste Weg hierfür ist unsere offene Unternehmenskultur und eine vielfältige Mitarbeiterbelegschaft mit sehr unterschiedlichen Lebensläufen, Nationalitäten und nationaler Herkunft sowie Kompetenzen.
- Wir setzen hierzu unsere Aktivitäten weiter fort und fördern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Schulungen, Veranstaltungen und Personalentwicklungsmaßnahmen.
- Wir partizipieren von den umfangreichen Lehrinhalten und Richtlinien unseres Mutterkonzerns Mercedes-Benz AG, die uns auf dem neuesten Stand von gesetzlichen Veränderungen halten.
- Wir pflegen einen offenen, konstruktiven und lösungsorientierten Austausch mit unseren Arbeitnehmervertreterinnen und -Vertreter.
- Darüber hinaus gibt es ein Whistleblower System, um etwaige Verstöße auch anonym anzeigen zu können.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Trotz unseres Wachstums in 25 Jahren haben wir unsere Werte und unsere Zusammenarbeitsphilosophie bis heute beibehalten können. Insbesondere ein freundschaftlicher, vertrauensvoller, offener und wertschätzender Umgang im Team ist uns wichtig. Deshalb informieren wir bereits beim Onboarding über unsere Werte und über unsere Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit.
- Aber auch der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen wie u.a. Kunden, Gesellschafter sowie mit gesellschaftlichen Gruppierungen wollen wir weiter ausbauen. Dabei setzen wir intern wie extern auf Dialog-Formate und messen die Zufriedenheit in regelmäßigen Abständen, die in konkreten Maßnahmen münden.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Mercedes-Benz Consulting GmbH ist ein nicht produzierendes Unternehmen. Als Beratungs- und Trainingsunternehmen zählt bei uns, neben Kundenaktivitäten, unsere eigenen Aktivitäten nachhaltig zu gestalten. Dazu haben wir Prozesse und Maßnahmen aufgesetzt und verfolgen deren Wirkung. Ergebnisse aus diesen Aktivitäten werden wir in unserem 1. Nachhaltigkeitsbericht in 2022 dokumentieren.
- Dabei vermeiden wir Reisen, wo dies geht, nutzen digitale Gesprächs- und Besprechungsformate oder reduzieren Abfälle. Hierzu werden wir ab 2022 unsere Anstrengungen weiter ausbauen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich hierzu aktiv auch in der Freizeit und bringen sich mit Ideen ein.
- Wir digitalisieren weiter unsere Prozesse. Allein bei HR sind rund 98 % aller Prozesse digitalisiert. Dies spart Papier und Zeit.
- Wir verwenden nur wiederverwendbares Geschirr und Besteck in unseren Büros.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Auch wenn wir selbst nicht Eigentümer der Gebäude sind, in denen sich unsere Büros befinden, sind wir mit den Eigentümern in Leinfelden-Echteringen und Berlin im Gespräch, um Verbesserungspotential für beispielsweise Ressourcenschonung zu identifizieren und geeignete Lösungen zu installieren wie den konsequenten Einsatz von LED-Lampen.
- Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gibt es Sonderleistungen für die Nutzung des ÖPNV. Weitere Maßnahmen werden von uns ständig geprüft bzw. eingeführt.
- Wir führen regelmäßige Energie-Audits u.a. zum Strom-, Fernwärme- sowie Kraftstoffverbrauch durch und leiten konkrete Maßnahmen von den Ergebnissen ab.
- Unsere Dienstfahrzeuge werden wir schrittweise elektrifizieren, zusätzliche Ladesäulen werden installiert.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die hohen Ansprüche der Mercedes-Benz AG gelten für Mercedes-Benz Consulting GmbH als 100-prozentiges Tochterunternehmen ebenso. Das heißt, das oberste Ziel für uns ist u.a. die Einhaltung höchster Qualitätsstandards, Datensicherheit, Datenqualität und die Kundenzufriedenheit.
- Um die besten Lösungen anbieten zu können, schulen wir uns in regelmäßigen Abständen und halten unser Know-how auf dem neuesten Stand.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unsere partnerschaftliche Zusammenarbeits-Philosophie sowie unsere Unternehmenskultur bereitet den Boden für innovative Lösungen in enger Kooperation mit unseren Kunden.
- Wir arbeiten kontinuierlich daran, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ausgeprägtem unternehmerischen Verständnis und Wissen über das Geschäft unserer Kunden Leistungen auf höchstem Niveau entwickeln und implementieren. Dabei setzen wir neueste digitale Technologien wie Blockchain und Künstliche Intelligenz ein bzw. setzen unsere nagelneuen Livestream-Studios mit State-of-the-art-Technologie zum Erreichen der Kundenziele ein. Darüber hinaus ist uns eine kreative Atmosphäre in unseren Bürogebäuden wichtig. Diese wird durch Kommunikationsflächen und modernes Büromobiliar sowie eine kreative Architektur unterstützt.
- Um auch beim mobilen Arbeiten kreativ zu bleiben, erproben wir neueste digitale Methoden und Formate. Das Wissen steht wiederum unseren Kunden zur Verfügung.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Für uns zählt eine nachhaltige Unternehmensführung zu den wichtigsten Nachhaltigkeits-Zielen, denn erst mit einer positiven Weiterentwicklung des Unternehmens sind wir in der Lage, Arbeitsplätze zu erhalten und zusätzliche zu schaffen, in neueste Technologien zu investieren und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu qualifizieren.
- Aus diesem Grund führt unsere Geschäftsleitung verantwortungsvoll und mit Augenmaß das Unternehmen, nutzt Chancen und informiert offen und zeitnah alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Geschäftsentwicklungen.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir als Mercedes-Benz Consulting GmbH haben uns denselben Regeln wie unser Mutterkonzern Mercedes-Benz AG verschrieben. So lehnen wir Korruption oder illegales Geschäftsgebaren gleich wo auf der Erde entschieden ab.
- Wir schulen regelmäßig alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einschließlich aller Führungskräfte in Compliance-Inhalten und werden Hinweisen auf mögliche Verstöße direkt und konsequent nachgehen.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Für unsere Kunden agieren wir lokal, regional, national wie international. Gleichwohl fühlen wir uns als Tochter der Mercedes-Benz AG in der schwäbischen Heimat und Baden-Württemberg sowie im Großraum Berlin besonders wohl.
- Daher sehen wir es auch als unsere Verpflichtung an, in den jeweiligen Regionen einen besonderen Mehrwert zu schaffen, der über unsere Leistungen für unsere Kunden hinaus geht.
- In erster Linie gilt dies für unsere wachsenden Beschäftigtenzahlen und damit den Ausbau von Arbeitsplätzen in den Regionen.
- Jedoch wollen wir als „good Citizen“ auch unsere Kontakte in die Gesellschaft weiter ausbauen.
- In vielen unterschiedlichen Aktionen engagieren sich unsere Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter einschließlich der Führungskräfte für unsere Gesellschaft sowie die Umwelt. So haben wir in regelmäßigen Abständen sogenannte „MC4You-Challenges“ bei denen wir als Unternehmen beispielsweise Müll auf öffentlichen Plätzen oder im Wald einsammeln: für eine saubere Umwelt, Aktivitäts-Challenges mit Preisen wie Baumpflanzungen, Spenden an gemeinnützige Organisationen oder auch Spendenaktivitäten beispielsweise von haltbaren Lebensmitteln zusammen mit gesellschaftlichen Institutionen für Bedürftige in der Region.
- Für einzelne unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat soziales Engagement einen besonders hohen Stellenwert, so nutzten sie in 2021 sogar ihren Urlaub, um beim Aufräumen und Wiederaufbau in der Flutregion in Deutschland zu helfen.
- Wir beziehen unseren Mittagstisch von regionalen Anbietern, wobei immer auch ein vegetarisches Gericht dabei ist.

6. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Wir als Beratungs- und Trainingsunternehmen haben seit unserer Gründung eine sehr positive Entwicklung und stetiges Wachstum vollzogen. Bis heute steht unser Unternehmen neben weiteren Leistungen und Kompetenzen für Training und Beratung. Seit unserer Gründung haben wir weiteres Spezial-Know-how aufgebaut. Dafür steht beispielsweise unsere Digitalisierungs- und AI-Kompetenz, unsere Transformations-Management-Erfahrung, unser Vertriebs- und Handels-Wissen und unser E-Learning-Kompetenz.

Mit unseren Fähigkeiten können und wollen wir Beiträge zu gesellschaftlichen Herausforderungen leisten.

Daher haben wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefragt, wo wir uns engagieren sollten. Zahlreiche Ideen, die wir in der Zukunft umsetzen möchten, konnten gesammelt werden.

Im Jahr 2021 haben wir uns darüber hinaus dafür entschieden, anstelle von Weihnachtskarten und Geschenken an unser vielseitiges, soziales Engagement in Region anzuknüpfen und folgende Projekte zu unterstützen: Treedom Deutschland GmbH (weitere Aufforstung des bestehenden MC Unternehmenswalds), Helfende Hände e.V., Raupe immersatt e.V., ACHSE e.V.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir haben uns ganz bewusst dafür entschieden, nicht nur finanzielle Mittel, sondern auch unsere Kompetenzen und unseren persönlichen Einsatz einzubringen. Deshalb liegt unser Fokus in 2022:

Mit dem Projekt Fit4Future unterstützen wir Schülerinnen und Schüler der Realschule Ostheim in Stuttgart im Hinblick auf Zukunftskompetenzen und Bewerbungsgespräche.

Und wir planen in unserem Jubiläumsjahr weitere Aktivitäten mit gesellschaftlicher Wirkung.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Dominik Ochs, Uta-Micaela Dürig, Patrick Tauschek

Sustainability Management

E-Mail: sustainability_mbconsulting@mercedes-benz.com

Impressum

Herausgegeben am 17.01.2022 von

Mercedes-Benz Consulting GmbH

Esslinger Straße 1

70771 Leinfelden-Echterdingen

Telefon: 0711-1770402

Internet: www.mercedes-benz-consulting.de

Mercedes-Benz Consulting