

Klimawin BW

Bericht

2024

Dull Entertainment GmbH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	3
2. Die Klimawin BW	4
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	4
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	4
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	5
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	6
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	6
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	7
4. Unsere Schwerpunktthemen	8
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	8
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	8
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	8
4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	9
4.5 Leitsatz 05 – Produktverantwortung	9
4.6 Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	10
5. Weitere Aktivitäten	12
6. Unser Klimawin BW-Projekt	15
Das Projekt	15
Art und Umfang der Unterstützung	15
Ergebnisse und Entwicklungen	15
Ausblick	15
Impressum	16

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Firma Dull Entertainment ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und bietet die Konzeption, Planung und Realisierung von Events, Meetings und Incentives. Als IATA-zertifizierte Full-Service MICE-Agentur und der langjährigen Erfahrung aus über 4000 Projekten seit 1984 kreiert Dull Entertainment außergewöhnliche, innovative und nachhaltige Event- und Meetingkonzepte (Green Events und Green Meetings).

Dull Entertainment bietet hohe Professionalität und Kreativität. Mit über 4000 erfolgreich realisierten Projekten und langjähriger Erfahrung ist das Expertenteam weltweit tätig und schafft emotionale Plattformen, damit die Zielgruppe optimal angesprochen wird und das Thema, das Produkt oder die Dienstleistung in positiver Erinnerung bleibt. Dull Entertainment kreiert mit passenden Kommunikationskonzepten Marktplätze der Begegnung und ermöglicht echte Begegnungskommunikation, die Kommunikation von Menschen mit Menschen.

Der Geschäftsführer Günter Dull ist als Eventexperte Mitglied im Expertenring Region Stuttgart.



Events • Meetings • Incentives

Copyright

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

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

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – 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.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 1.4.2017

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	nein
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	ja	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	ja	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Förderung von Green Meetings und Green Events		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: ja		soziale Nachhaltigkeit: ja
Art der Förderung		
finanziell: nein	materiell: nein	personell: ja

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Der Schutz des Klimas ist essentiell und Grundlage für das menschliche Leben. Auch wenn die Auswirkungen unserer Aktivitäten global keine Auswirkung hat, so glauben wir daran, dass die kleinste Aktivität und die Achtsamkeit auf die Auswirkungen dazu beitragen, das Klima zu schützen.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Vermeidung und Reduzierung der Auswirkungen auf das Klima.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Beratung und Vorgaben bei der Auswahl der Location
- Bevorzugte Buchung von zertifizierten Green Locations und Hotels
- Verringerung der Fernreisen
- Bahn statt Flüge
- Echter Klimaschutz und direkte Vermeidung von klimaschädlichen Aktionen
- Keine Zertifikate als Alibi

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Eine genaue Kalkulation ist nicht möglich, da die ausgewählten Städte und Locations mit beliebigen anderen und ungünstigeren Städten und Locations verglichen werden könnten.

4.3.4 Indikatoren

Es gibt keine quantitative Auswertung, bzw. diese wäre bei rund 300 Meetings, Incentives und Events zu aufwändig.

4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

4.4.1 Zielsetzung

Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."

Ergriffene Maßnahmen

- Nutzung und Einsatz von regionalen Produkten
- Mehrfachverwendung von Rohstoffen und Produkten anstatt Einmalnutzung (z.B. Teppiche)
- Einsatz eines Nachhaltigkeitsbeauftragten zur Überwachung (z.B. Abfallwirtschaft, Entsorgung, Mülltrennung, Wertstofftrennung)
- Kein Einweggeschirr
- Keine Plastikflaschen
- Keine Einweg-Plastikausweise
- Papiervermeidung durch digitale Tickets

4.4.2 Ergebnisse und Entwicklungen

Es gibt für Meetings, Incentives und Events, bei denen wir auch für die Nachhaltigkeit zuständig sind, entsprechende Ausführungen und Berichte im Organisationsplan.

4.4.3 Ausblick

Wir versuchen weiterhin, bei so vielen Veranstaltungen wir möglich die Verantwortung für das Nachhaltigkeitskonzept zu übernehmen, dieses in den Organisationsplan zu integrieren und mit einem Nachhaltigkeitsbeauftragten für die Umsetzung zu sorgen.

4.5 Leitsatz 05 – Produktverantwortung

4.5.1 Zielsetzung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Konzeption und Planung
- Einbindung eines Nachhaltigkeitskonzepts in den Organisationsplan
- Beauftragung, bzw. Einsatz eines Nachhaltigkeitsmanagers vor Ort

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir konnten bei mehreren Kunden und Projekten die Nachhaltigkeitsaspekte einbringen und Green-Events und Green-Meetings realisieren. Da der größte Teil der CO²-Emissionen durch die Anreise der Teilnehmer erzeugt wird, haben wir verstärkt Veranstaltungsorte ausgesucht, bei denen die Gäste kürzere Anreisen haben und möglichst mit der Bahn anreisen können.

4.5.4 Indikatoren

Indikator 1: Anreise

- Verzicht auf Langstreckenflüge und Auswahl einer näheren Stadt bei 3 Projekten
- Zug statt Flug bei 12 Projekten

Indikator 2: Green Locations

- Erhöhung des Anteils grün zertifizierter Locations auf 90%
- Zielsetzung: 100% (Jedoch schwierig, da manche Locations ihre grüne Zertifizierung nicht durch echte Maßnahmen, sondern durch Zertifikate erhalten haben und vor Ort dann von Nachhaltigkeit keine Spur ist)
- Die Bemühungen der Hotels, Locations und Städte nehmen zu. Die Theorie und die praktische Umsetzung liegen manchmal jedoch weit auseinander

4.5.5 Ausblick

Mit der entsprechenden Berücksichtigung der Indikatoren können wir bei der Planung und Realisierung von MICE-Projekten den Anteil der nachhaltigen Projekte erhöhen.

4.6 Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

4.6.1 Zielsetzung

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

4.6.2 Ergriffene Maßnahmen

- Wir haben in unseren Konzepten versucht, Destinationen unter nachhaltigen Aspekten auszuwählen
- Wir haben alternative Destinationen zu den gewünschten Fernzielen angeboten
- Wir haben die Anreise mit der Bahn statt mit dem Flugzeug angeboten, geplant und abgewickelt

- Wir haben alternative Konzepte für Meetings und Kongresse in attraktiven Nachbarstädten statt in überlaufenen und ökologisch überlasteten Touristenmetropolen angeboten

4.6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit bei der Planung und Konzeption von MICE-Projekten ist nicht durchgängig vorhanden. Oft scheitern die Bestrebungen am Budget, an exotischen Reisezielen, an Luxus-Gedanken oder an den eigenen Wünschen. Es gelingt uns aber immer öfter, unsere Auftraggeber mit entsprechenden Alternativvorschlägen davon zu überzeugen, eine nachhaltigere Variante zu wählen.

4.6.4 Indikatoren

Indikator 1: Exotische Fernziele

- Wir konnten 5 große Veranstaltungen aufgrund unserer Alternativvorschläge verlegen und dadurch nicht nur die nachhaltigere Variante auswählen, sondern unserem Kunden auch noch viel Budget sparen
- Ziel bis 2026: Möglichst alle Veranstaltungen ohne exotisches Fernziel

Indikator 2: Austausch

- Laufender Austausch mit Nachhaltigkeitsexperten im In- und Ausland
- Beobachtung der Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit
- Vorträge bei Kunden zum Thema nachhaltige Veranstaltungen
- Integration der Nachhaltigkeitsbemühungen als Dienstleistung im Leistungsumfang und in den Leitfäden

4.6.5 Ausblick

Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte bei der Planung von MICE-Projekten wird auch in den nächsten Jahren eine wichtige Rolle spielen, da zu diesem Zeitpunkt am meisten bewirkt werden kann.

Wir werden unsere Kunden dabei beraten, die richtigen Destinationen und Locations zu finden, bei denen möglichst nachhaltige Events realisierbar sind. Wir werden auch weiterhin versuchen, bei den zukünftigen Planungen unsere Kunden davon zu überzeugen, dass besonders bei Incentives Luxus und 5-Sterne-Niveau nicht auf Kosten der Umwelt gehen darf. Die Auswahl der Ziele ist dabei das wichtigste Kriterium, da die Reise die größte Auswirkung hat.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vermeidung, Reduktion und Kompensation von Treibhausgasen ▪ Sensibilisierung von Teilnehmern und Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurze Wege ▪ Ökostromnutzung ▪ Digitale Alternativen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Effiziente Energie- und Mobilitätsmaßnahmen ▪ Nachhaltige Positionierung ▪ Messbare Beiträge ▪ Lead-Generierung durch nachhaltige Positionierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausbau digitaler und dezentraler Formate für höherer Resilienz gegenüber Klimafolgen
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisierung von Unternehmen und Teilnehmern ▪ Förderung biodiverser Events-Designs, die natürliche Ökosysteme unterstützen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integration von Biodiversitäts-Checks in die Eventplanung ▪ Lieferantenauswahl priorisiert lokale, nachhaltige Anbieter mit Fokus auf Rohstoffe und Abfallreduktion 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Biodiversitäts-Tracking für Events und Lieferketten-Audits ▪ Regulatorische Anpassung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Skalierung auf regionale Bündnisse ▪ Kooperationen für biodiversitätsbasierte Events und Incentives ▪ Reduktion belastender Materialien
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wir achten auf die faire Behandlung und die Bezahlung aller Mitarbeiter in unserem Haus und allen beauftragten Lieferanten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abfrage und Überprüfung bei allen Beauftragungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manchmal sind die Angaben der Lieferanten nicht glaubhaft und die Überprüfung schwer oder nicht möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausschließliche Beauftragung von Lieferanten und Dienstleistern, die ihre Mitarbeiter entsprechen behandeln und bezahlen
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wir achten auf die faire Behandlung und die Bezahlung aller Mitarbeiter in unserem Haus und allen beauftragten Lieferanten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abfrage und Überprüfung bei allen Beauftragungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manchmal sind die Angaben der Lieferanten nicht glaubhaft und die Überprüfung schwer oder nicht möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausschließliche Beauftragung von Lieferanten und Dienstleistern, die ihre Mitarbeiter entsprechen behandeln und bezahlen
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wir werden mit unseren Dienstleistern und Lieferanten 			

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	<p>fair und offen umgehen</p> <ul style="list-style-type: none"> Wir werden weiterhin auf langfristige Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Lieferanten und Kunden setzen 			
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none"> Wir möchten unseren über 40-jährigen Erfolg mit Kompetenz und Zuverlässigkeit sichern Wir möchten neue Arbeitsplätze schaffen Durch unsere Mitgliedschaft im Expertenring Region Stuttgart möchten wir mehr Unternehmen in Baden-Württemberg als Kunden gewinnen und damit die Reisezeiten 	<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none">
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> Wir priorisieren kurze Wege und Regionalität bei Dienstleistern und Lieferanten 	<ul style="list-style-type: none"> Konkrete Vorgaben, z.B. bei Catering, um lokale und regionale Waren einzusetzen 	<ul style="list-style-type: none"> Es gelingt immer besser, die Kunden von den Vorteilen der regionalen Dienstleister, Lieferanten und Waren zu überzeugen 	<ul style="list-style-type: none"> Verstärkte Vorgaben Bessere Aufbereitung der Vorteile für den Kunden
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im 			

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	<p>Kontext von Finanzentscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ In Sachen Anti-Korruption arbeiten wir eng mit unseren Kunden an der Einhaltung ▪ Durch Rahmenverträge können wir diese Maßnahme langfristig festlegen ▪ Wir haben eine firmeninterne Compliance-Richtlinie und festgelegt Aktionen 			

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.



Das Projekt

Förderung von Green Meetings und Green Events sowie nachhaltiger Incentives

Art und Umfang der Unterstützung

Wir unterstützen das Projekt durch aktive Mitwirkung bei unseren Kundenprojekten und versuchen, auf die Entscheidungen einzuwirken, die Auswirkungen zu den Themen Nachhaltigkeit und Umwelt haben.

Umfang der Förderung: Wir investieren ca. 100 Arbeitsstunden pro Jahr

Ergebnisse und Entwicklungen

Wir konnten die Anzahl der MICE-Projekte in Green-Locations erhöhen und unsere Kunden für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren.

Ausblick

Wir werden möglichst viele Projekte durch KI-gestützte CO₂-Tracker analysieren und die Effekte durch entsprechende Maßnahmen quantifizieren.

Dull Entertainment

Events • Meetings • Incentives



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Dull Entertainment GmbH

Bettina-von-Arnim-Weg 23

71120 Grafenau

Telefon: +49 7033 460490

E-Mail: info@dull-entertainment.de

Internet: www.dull-entertainment.de

Ansprechperson

Günter Dull

Stand

15.01.2026