seibert//

Seibert Media

Nachhaltigkeits-Bericht

2022

Powered by Code Gaia

Inhaltsverzeichnis

1. **Allgemeine Angaben**
2. **Wesentlichkeit**
3. **Governance-Indikatoren**
4. **Soziale Indikatoren**
5. **Umwelt-Indikatoren**
6. **Methodik, Datenqualität und -sicherung**

Allgemeine Angaben und Managementansatz

Primäre Aktivitäten

Die primären Aktivitäten der Seibert Media GmbH finden im Sektor “IT- und andere Informationsdienste” statt.

Hauptstandort

Wiesbaden, Deutschland

Beschäftigte gesamt

257

Gesamtumsatz (EUR)

79 001 836

Berichtszeitraum

01.01.2022 - 31.12.2022

Anzahl der Betriebe

1

Wichtige Marken und Dienstleistungen

Seibert Media bildet alle Facetten von IT-Dienstleistungen von der Strategie über die Beratung, Konzeption und Software-Entwicklung bis hin zum Betrieb ab. Das Unternehmen ist einer der weltweit größten Vertriebs- und Platinum Solution Partner des australischen Software-Herstellers Atlassian. Zudem ist Seibert Media einer der Partner von Google in Deutschland. Seibert Media hat vier Hauptgeschäftsbereiche: Atlassian-Produkte, Atlassian-Services, Google-Services und Ventures. Atlassian stellt den größten Geschäftspartner von Seibert Media dar. Dabei teilt sich der Atlassian-Bereich in den Lizenzverkauf der Atlassian-Produkte (unter anderem Jira und Confluence), den Bereich Atlassian-Services, der Dienstleistungen wie Einführungsprojekte, Betrieb oder Schulungen umfasst, und den Produktbereich mit den von Seibert auf Basis von Atlassian Jira und Confluence entwickelten Tools wie Agile Hive und Linchpin auf. Ein weiterer Geschäftsbereich ist Google mit den Teams Collaboration (Google Workspace) und Google Cloud. Unter dem vierten Bereich Ventures sind mehrere kleine Produkte zusammengefasst, die teilweise mit Externen entwickelt werden oder bei denen Kooperationen bestehen. Seibert Media betreibt keine eigenen Server, der Datenverkehr läuft über Cloud-Rechenzentren, über die auch Lizenzen und Tools für Kunden gehostet werden.

Person mit Hauptverantwortung für Nachhaltigkeit

Paul Herwarth von Bittenfeld - Gesellschafter - Business Owner Google Cloud & Collaboration

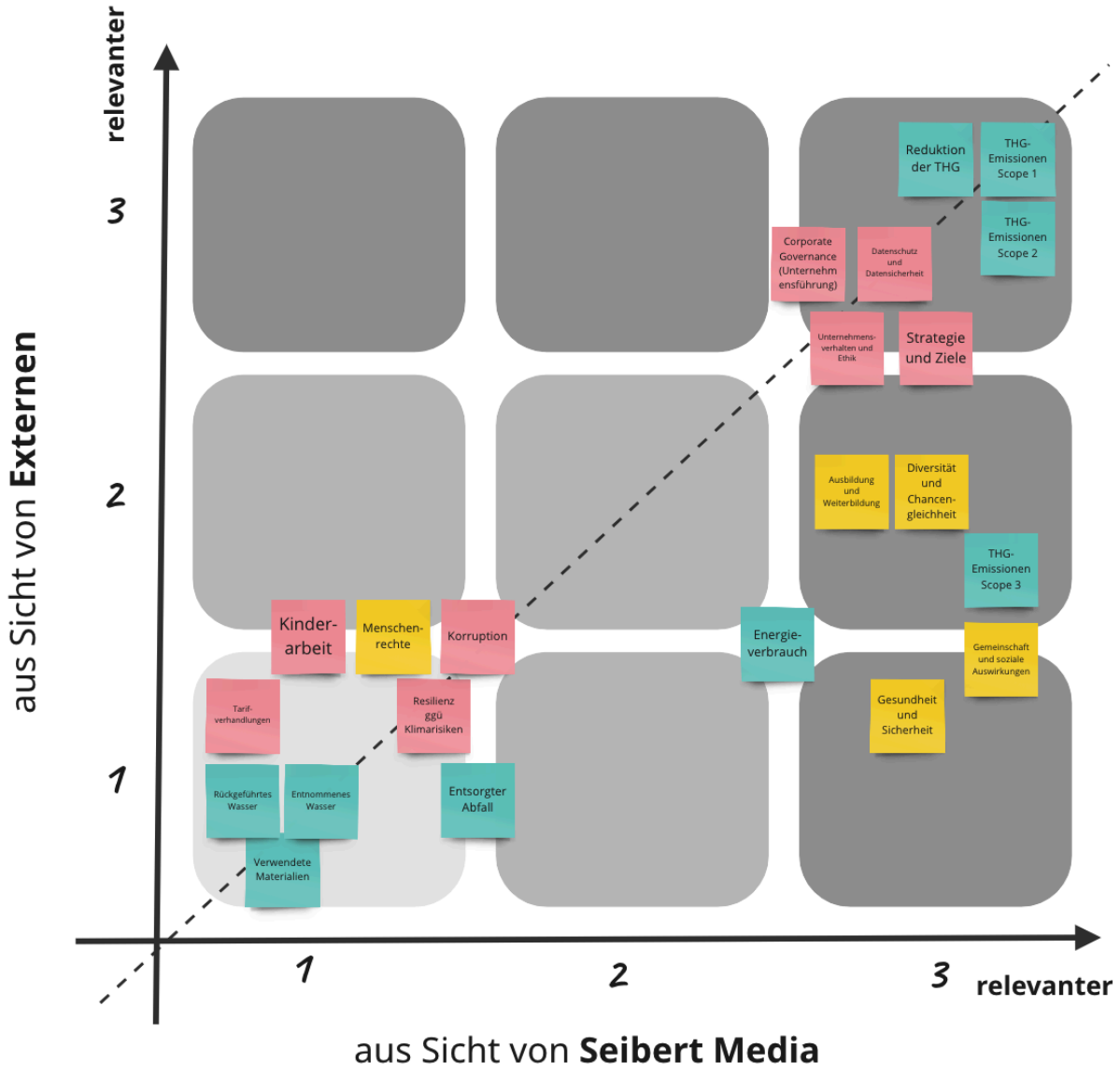
Manuel Löffler - Sustainability Manager - Nachhaltigkeit

Stellungnahme des Managements

> *Als IT-Dienstleistungsunternehmen ist Seibert Media fest davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie ist. Wir streben danach, technologischen Fortschritt mit sozialer Verantwortung und ökologischer Nachhaltigkeit zu verbinden. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf drei Säulen: Umweltschutz, soziale Verantwortung und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Wir setzen uns konsequent für Energieeffizienz, den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, die Förderung von Vielfalt und Inklusion, die Reduzierung unserer THG-Emissionen, die Förderung von digitaler Bildung sowie ethische Geschäftspraktiken ein. Durch kontinuierliches Monitoring, transparente Berichterstattung, den Dialog mit Kunden und Stakeholdern und fortlaufende Verbesserungen möchten wir einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt leisten und unsere Nachhaltigkeitsziele kontinuierlich vorantreiben.*

Nicht-wesentliche Inhalte

Einige Themenfelder wurden aus unserer Sicht als nicht wesentlich für Seibert Media eingestuft. Diese wurden bei einer Wesentlichkeitsanalyse erarbeitet und betrifft die folgenden Themenfelder:



Resilienz gegenüber Klimarisiken

Der Klimawandel stellt für Seibert Media kein wesentliches Geschäftsrisiko dar. Als IT-Dienstleistungsunternehmen, dessen Aktivitäten nicht direkt vom Klimawandel betroffen sind, erwartet Seibert Media derzeit keine Auswirkungen des Klimawandels auf seine Geschäfte, Prozesse und die Lieferkette. Auf Veränderungen durch den Klimawandel sind wir soweit möglich vorbereitet und können als agiles Unternehmen schnell reagieren. Die Aufnahme der Klimaresilienz in den CSR-Bericht ist für die Stakeholder von Seibert Media derzeit nicht relevant. Kunden, Mitarbeiter*innen, Gesellschafter und Partner von Seibert Media interessieren sich stärker für die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, die finanzielle Performance und die Arbeitsplatzkultur.

Korruption

Korruption ist keine direkte Auswirkung der Geschäftstätigkeit von Seibert Media und stellt kein wesentliches Risiko dar. Seibert Media ist ein etabliertes Unternehmen mit einem guten Ruf. Wir verfügen über einen strengen Ethikkodex und ein klares Bekenntnis zur Korruptionsbekämpfung. Die DACH-Region, in der wir hauptsächlich tätig sind, weist ein geringes Korruptionsrisiko im Corruption Perceptions Index CPI auf. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass Korruption dennoch indirekte Auswirkungen auf uns bei Seibert Media haben kann. Durch Korruption könnte die Geschäftstätigkeit von uns erschwert werden. Darüber hinaus könnte Korruption in der IT-Dienstleistungsbranche zu Qualitätseinbußen führen, die dem Ruf von Seibert Media schaden können. Aus diesen Gründen ist sich Seibert Media der Korruptionsrisiken bewusst und wir schicken Mitarbeiter*innen regelmäßig zu Anti-Korruptions- und Bestechungsschulungen zu den wichtigsten Geschäftspartnern.

Tarifverhandlungen

Tarifverhandlungen sind für Seibert Media nicht relevant, da die IT-Dienstleistungsbranche nicht tarifgebunden ist. Die Gehälter unserer Mitarbeitenden werden im Rahmen eines Gehaltsprozesses und einer Rollenbeschreibung entwickelt und orientieren sich am Marktmedian. Für die Gehaltsberechnung wird für jede*n Mitarbeiter*in ein Rollenalter über Ausbildung, Berufserfahrung, Elternzeit etc. berechnet. Bei gleichem Rollenalter verdienen alle Geschlechter gleich viel. Individuelle Gehälter der Mitarbeiter*innen werden aufgrund von Datenschutzbestimmungen nicht veröffentlicht, jedoch sind Gehaltsbereiche für jede Rolle einsehbar. Wir konzentrieren uns auf Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch wettbewerbsfähige Gehälter und vor allem Sozialleistungen, Weiterbildungsmöglichkeiten und Schaffung eines positiven Arbeitsumfeldes.

Menschenrechte

Bei Seibert Media betrachten wir die Achtung der Menschenrechte als grundlegendes Prinzip. Wir erwarten auch von unseren Stakeholdern, dieses Prinzip zu respektieren, und haben es in unserem Code of Conduct verankert. Obwohl Menschenrechtsverletzungen in unserem direkten Geschäftsfeld der IT-Dienstleistungen keine wesentlichen Risiken darstellen, erkennen wir die Bedeutung dieses Themas an. Derzeit konzentrieren wir unsere Anstrengungen auf andere CSR-Themen, bei denen dringender Handlungsbedarf besteht, wie beispielsweise Umweltschutz, Datenschutz, Mitarbeiter*innenentwicklung sowie Diversität und Chancengleichheit. In der IT-Dienstleistungsbranche sehen wir keine wesentlichen Risiken in Bezug auf Menschenrechtsverletzungen.

Kinderarbeit

In Deutschland, dem Sitz von Seibert Media, ist Kinderarbeit seit 1949 verboten. Das Land hat ein strenges Kinder- und Jugendarbeitsschutzgesetz und auch die jugendlichen Aushilfskräfte bei Seibert Media unterliegen dem Jugendarbeitsschutzgesetz. Das deutsche Jugendarbeitsschutzgesetz verbietet die Beschäftigung von Jugendlichen unter 15 Jahren und beschränkt die Arbeitszeit von Jugendlichen unter 18 Jahren. Ähnliche Vorgaben gibt es auch in den anderen Ländern des DACH-Raum. Bei Seibert Media haben wir einen Verhaltenskodex, der Kinderarbeit verbietet und der für alle Lieferanten, Kunden und Partner des Unternehmens gilt. Die Länder unserer Stakeholder haben strenge Gesetze gegen Kinderarbeit. Zude besteht ein geringes Risiko für Kinderarbeit in der Lieferkette von Seibert Media. Vermutlich gibt es Risiken der Kinderarbeit bei der Herstellung unserer elektronischen Arbeitsgeräte. Von daher betrachten wir das Thema Kinderarbeit als nicht wesentlich für Seibert Media.

Wasser

Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen und haben daher einen sehr geringen Wasserverbrauch. Da keine industrielle Produktion stattfindet, wird auch kein Wasser dafür verwendet. Wasser wird bei uns hauptsächlich in bürotypischer Nutzung zum Verzehr und zum Reinigen verwendet. Es werden umweltfreundliche Reinigungsmittel verwendet. Diese Reinigungsmittel enthalten keine schädlichen Chemikalien, die die Gewässer verunreinigen könnten. Damit zeigt sich, dass das Thema Wasser für unseren CSR-Bericht nicht wesentlich ist.

Abfall

Der bei Seibert Media anfallende Abfall ist größtenteils Hausmüll. Der Abfall wird nach Papier, Kunststoff und Restmüll getrennt und einer Wiederverwertung bzw. umweltgerechten Entsorgung zugeführt. Wir halten unser Abfallaufkommen so gering wie möglich, indem wir eine Mindestnutzungsdauer für unsere Arbeitsmittel festlegen und diese dann je nach Bedarf wiederverwenden oder recyceln. Wir haben den Umstieg auf ein papierloses Büro schon vor längerem vollzogen, somit fällt bei uns kaum Altpapier an. Getränke bieten wir in wiederverwendbaren Glasflaschen sowie aufbereitetes Leitungswasser und Coffee to go in wiederverwendbaren Bechern an. Durch die eigene Kantine wird der Verpackungsmüll, der beim Catering für das Mittagessen anfällt, deutlich reduziert. Auch bei der Auswahl der Caterer wird darauf geachtet, dass möglichst

keine Einwegverpackungen verwendet werden. Sonderabfälle aus der Küche werden getrennt durch einen externen Dienstleister entsorgt.

Der Elektroschrott unserer alten Geräte und IT-Ausstattung ist ein Punkt, der für uns als IT-Dienstleister relevant ist, aber aktuell von einem externen Dienstleister betreut wird. Für die kommende Berichtsperiode wollen wir genaue Daten über unsere Recyclingquote und die Lebensdauer unserer Geräte bekommen, um ein verantwortungsvolles Umgehen mit unseren alten Geräten und unserer IT-Infrastruktur zu implementieren.

Seibert Media verzeichnet ein vergleichsweise geringes Abfallaufkommen, welches ordnungsgemäß recycelt oder umweltgerecht entsorgt wird. Damit stellt Abfall kein wesentliches Themenfeld des CSR-Berichts dar.

Materialien

Seibert Media ist ein Software-Entwickler und IT-Dienstleistungsunternehmen für Atlassian- bzw. Google-Lizenzen. Als solches stellen wir keine physischen Produkte her, weshalb das Thema Materialien für unseren CSR-Bericht nicht wesentlich ist. In unserem Geschäftsfeld als IT-Dienstleister werden keine Materialien in der Produktion eingesetzt. Unsere Produkte sind digital und es besteht keine Notwendigkeit, Materialien für die Herstellung oder Lieferung dieser Produkte zu verwenden. Unsere Gebäude bestehen bereits und sind angemietet, Neubauten sind nicht geplant. Nur für die gängige Büroeinrichtung werden neue Materialien eingekauft, dabei handelt es sich um Büroausstattung (Laptops, Bildschirme und Zubehör sowie Büromöbel). Insbesondere in unserem Bürobetrieb sind wir bestrebt, nachhaltige Büromaterialien zu verwenden, den Energieverbrauch durch den Einsatz energieeffizienter Geräte und Beleuchtung zu reduzieren, den Papierverbrauch so gering wie möglich zu halten und die eingesetzte Hardware möglichst lange zu nutzen. Dies ist auch in unserem Verhaltenskodex festgelegt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Thema Materialien für den CSR-Bericht von Seibert Media nicht wesentlich ist, da das Unternehmen keine physischen Produkte herstellt, über eine begrenzte Lieferkette für seine Arbeitsmittel verfügt und keine Materialien in der Produktion verwendet. Außerdem handelt es sich bei den Gebäuden des Unternehmens um bestehende und gemietete Gebäude, so dass die Verwendung von Baumaterialien keine Auswirkungen auf die Umwelt hat.

Wesentliche Inhalte

Die Themen, die in diesem Bericht enthalten sind, sind wesentliche Themen, welche sich in die Kriterien Governance, Soziales und Umwelt einordnen lassen.

Governance

- Corporate Governance
- Strategie und Ziele
- Datenschutz und Datensicherheit
- Unternehmensverhalten und Ethik

Soziales

- Gesundheit und Sicherheit
- Diversität und Chancengleichheit
- Gemeinschaft und soziale Auswirkungen
- Aus- und Weiterbildung

Umwelt

- THG-Emissionen
- Energie

Die einzelnen Ansätze für das Themen-Management werden in den Abschnitten dieses Berichts näher beschrieben. Gegebenenfalls werden in diesen Abschnitten auch die Grenzen des Themas und alle wesentlichen Einschränkungen beschrieben.

Governance-Indikatoren.

Corporate Governance

Managementansatz Corporate Governance

Bei Seibert Media basieren unsere Grundsätze der Unternehmensführung auf den grundlegenden Prinzipien von Transparenz, Verantwortung und Integrität. Wir legen großen Wert darauf, dass unsere Geschäftstätigkeiten ethisch verantwortungsbewusst und im Einklang mit geltenden Gesetzen und Vorschriften erfolgen. Unsere Unternehmensstruktur basiert auf den Prinzipien der kollegialen Führung und wird in Form von einer Netzwerkorganisation mit Verantwortungs- und Koordinationskreisen umgesetzt. Der Gesellschafterkreis bestimmt den Gesellschaftszweck und die Geschäftsführung. Er konstituiert den Topkreis, welcher durch die Geschäftsführer besetzt ist und deren Aufgaben in Koordinationskreise delegiert und das Funktionieren der Selbstorganisation bei Seibert Media überwacht. Der Strategiekreis ist für die strategische Ausrichtung des Unternehmens und die Bereitstellung eines Rahmens verantwortlich, in dem die Einheiten ihre strategischen Beiträge erkennen, transparent machen und miteinander abstimmen können. Unsere Koordinationskreise leisten übergreifende und unternehmensweite Führungs-, Entscheidungs- und Koordinationsarbeit, während Dienstleistungs- und Geschäftskreise auf die direkte Wertschöpfung einzahlen.

Bei Seibert Media legen wir großen Wert auf die Einbindung unserer Mitarbeitenden. Wir fördern eine offene Kommunikationskultur, in der unsere Mitarbeitenden ihre Ideen und Bedenken äußern können. Regelmäßige Mitarbeitendenbefragungen und Feedback-Prozesse helfen uns dabei, die Arbeitsbedingungen zu verbessern und ein positives Arbeitsumfeld zu schaffen. Wir legen besonderen Fokus auf ethisches Verhalten und Integrität. Unsere Werte und unser Code of Conduct stellen sicher, dass alle Mitarbeitenden sich an unsere ethischen Standards halten. Darüber hinaus setzen wir uns für den Schutz von Informationen und Daten ein, um die Vertraulichkeit und den Datenschutz zu gewährleisten. Unsere Finanzberichterstattung erfolgt gemäß den geltenden Rechnungslegungsstandards und ist transparent. Wir stellen sicher, dass unsere finanziellen Informationen genau und zeitnah kommuniziert werden, um das Vertrauen unserer Stakeholder zu gewinnen und aufrechtzuerhalten. Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften ist für uns von größter Bedeutung. Wir achten darauf, dass unsere Geschäftsaktivitäten in Übereinstimmung mit den geltenden Compliance-Richtlinien und rechtlichen Bestimmungen durchgeführt werden. In Bezug auf die Vergütung unserer Mitarbeitenden verfolgen wir einen transparenten Ansatz. Unser Gehaltsprozess ist fair und orientiert sich am Mediangehalt in Deutschland. Wir stellen sicher, dass die Vergütung in einem angemessenen Verhältnis zur Berufserfahrung und zum Erfolg des Unternehmens steht. Unsere Unternehmensführung bei Seibert Media zielt darauf ab, langfristige Wertschöpfung für unsere Stakeholder zu gewährleisten. Durch die Implementierung solcher Governance-Prinzipien streben wir an, unser Ansehen in der Branche zu stärken und unsere Position als vertrauenswürdiger Partner und Arbeitgeber weiter auszubauen.

Indikator: Details zum höchsten Kontrollorgan

Name	Gesellschafterkreis
Anzahl Mitglieder	6
Davon Führungskräfte	6

Indikator: Amtsperioden der Mitglieder des höchsten Kontrollorgans

Männliche Mitglieder	6
Weibliche Mitglieder	0

Indikator: Amtsperioden der Mitglieder des höchsten Kontrollorgans

Mitglieder mit <2 Jahren Amtszeit	0
Mitglieder mit 2-5 Jahren Amtszeit	0
Mitglieder mit 5-10 Jahren Amtszeit	0
Mitglieder mit >10 Jahren Amtszeit	6

Indikator: Angaben zur Vertretung im höchsten Kontrollorgan

Vertretung	Anzahl der Mitglieder
Repräsentation benachteiligter Gruppen	0
Kompetenzen bez. ökologischer und sozialer Themen	3
Stakeholder-Repräsentation	3

Indikator: Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und für Führungskräfte

Nein Unsere Vergütungspolitik ist nicht an ökologische oder soziale Performance-Kriterien gekoppelt

Unsere Vergütungspolitik wird veröffentlicht

Die Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan (Gesellschafterkreis) ist die gleiche wie für jede*n unserer Mitarbeiter*innen. Die Gehälter werden im Rahmen eines Gehaltsprozesses und einer Rollenbeschreibung entwickelt und orientieren sich am Marktmedian. Für die Gehaltsberechnung wird für jede*n Mitarbeiter*in ein Rollenalter über Ausbildung, Berufserfahrung, Elternzeit etc.

berechnet. Bei gleichem Rollenalter und gleicher Rolle verdienen alle Geschlechter gleich viel. Individuelle Gehälter der Mitarbeitenden werden aufgrund von Datenschutzbestimmungen nicht veröffentlicht, jedoch sind Gehaltsbereiche für jede Rolle einsehbar. Führungsaufgaben werden von Mitarbeitenden (kollegiale Führung) und Kreisen (Führungs- und Koordinationskreise) übernommen und nicht extra vergütet.

Strategie und Ziele

Strategie für Nachhaltigkeit im Überblick

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie bei Seibert Media befindet sich derzeit in der Entwicklung (Stand: August 2023) und wird die Grundlage für unser zukünftiges Handeln und unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft und unseren Stakeholdern bilden. Wir werden einen starken Fokus auf Klimaschutz, Energieeffizienz, Kreislaufwirtschaft und die Förderung einer positiven Gesellschaftsentwicklung legen. Wir streben danach, langfristig als attraktiver Arbeitgeber aufzutreten und die Integration von Nachhaltigkeitsthemen in unsere Unternehmensstrategie voranzutreiben. Bis jetzt haben wir folgende Fokusthemen identifiziert:

1. Klimaschutz: Wir erkennen die Dringlichkeit des Klimawandels an und verpflichten uns, unsere THG-Emissionen zu reduzieren. Dies umfasst die Vermeidung und Reduktion unserer direkten und indirekten Treibhausgase. Genaue Ziele werden im Moment (Stand: August 2023) in unserer Klimastrategie erarbeitet.
2. Erneuerbare Energie und Energieeffizienz: Wir legen besonderen Wert auf den verantwortungsvollen Umgang mit Energie. Unsere Strategien zielen darauf ab, den Energieverbrauch zu minimieren, Energieeffizienzmaßnahmen umzusetzen und den Einsatz erneuerbarer Energien zu erhöhen.
3. Kreislaufwirtschaft unserer Arbeitsgeräte: Wir streben an, die Lebensdauer unserer Arbeitsgeräte zu verlängern, Ressourcen zu schonen und den Abfall zu minimieren. Dies erfolgt durch Reparatur, Wiederverwendung und Recycling, um einen nachhaltigen Umgang mit Elektronikabfällen sicherzustellen.
4. Gesellschaft: Unser Engagement für eine positive Gesellschaftsentwicklung spiegelt sich in Initiativen wider, die Vielfalt, Chancengleichheit und soziale Verantwortung fördern. Wir werden unsere Ressourcen und Fachkenntnisse einsetzen, um Projekte und Programme zu unterstützen, die das Wohlergehen der Gemeinschaften verbessern, in denen wir tätig sind.
5. Mitarbeiter*innenzufriedenheit und Attraktivität als Arbeitgeber: Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen ist für uns von zentraler Bedeutung. Wir schaffen ein Arbeitsumfeld, das Entwicklungsmöglichkeiten, Flexibilität und Wohlbefinden fördert. Als attraktiver Arbeitgeber streben wir danach, Talente anzuziehen und zu halten.
6. Langfristige Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie: Unser langfristiges Ziel ist es, Nachhaltigkeitsthemen fest in unsere Unternehmensstrategie zu integrieren. Wir werden Nachhaltigkeitsziele in unsere Geschäftspläne und Entscheidungsprozesse einbeziehen, um sicherzustellen, dass unser Handeln im Einklang mit unseren nachhaltigen Werten steht.

Unsere Herangehensweise an die Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt sich in unseren Unternehmenswerten bei Seibert Media wider. Diese werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf überarbeitet. Die letzte Änderung wurde 2019 auf Initiative der Mitarbeitenden vorgenommen und der Wert “Nachhaltigkeit”

hinzugefügt.

Beschreibung der Strategie für Nachhaltigkeit: Anwendungsbereich

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie soll den Rahmen für unsere nachhaltigen Bestrebungen definieren und legt fest, wie wir unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft und unseren Stakeholdern wahrnehmen. Sie erstreckt sich über das ganze Unternehmen, um sicherzustellen, dass unsere nachhaltigen Bestrebungen in unserer gesamten Organisationsstruktur verankert sind. Um sicherzustellen, dass unsere Maßnahmen präzise und wirkungsvoll sind, setzen wir Schwerpunkte in bestimmten Bereichen unseres Unternehmens. Im Fokus stehen alle operativen Einheiten und Bereiche, die direkt mit den Geschäftsprozessen, der Ressourcenverwaltung und der Mitarbeiter*innenförderung verbunden sind. Die Teile des Unternehmens, die weniger direkten Einfluss auf Ressourcenverbrauch, Umweltauswirkungen oder soziale Verantwortung haben, sind von der direkten Anwendung der Nachhaltigkeitsstrategie möglicherweise weniger betroffen. Dennoch ermutigen wir bei Seibert Media alle Abteilungen und Mitarbeitenden, im Rahmen ihrer Möglichkeiten zur Nachhaltigkeit beizutragen. Die Nachhaltigkeitsstrategie umfasst einen mehrjährigen Zeithorizont, in dem stufenweise Ziele und Meilensteine definiert sind. Wir orientieren uns dabei an kurz-, mittel- und langfristigen Zielen, um kontinuierliche Verbesserungen zu gewährleisten und gleichzeitig langfristige Wirkungen zu erzielen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie erstreckt sich bis zu einem gewissen Grad auch auf unsere Lieferkette. Wir sind bestrebt, nachhaltige Praktiken und Standards bei unseren Lieferanten zu fördern und zu etablieren. Durch Zusammenarbeit und offene Kommunikation werden wir unsere externen Stakeholder ermutigen, sich unseren Nachhaltigkeitszielen anzuschließen und so die gesamte Wertschöpfungskette positiv zu beeinflussen.

Beschreibung der Strategie für Nachhaltigkeit: Grundlage

Die Strategie befindet sich noch in der Entwicklung (Stand: August 2023) und wurde bis jetzt mit internen Ressourcen entwickelt, wobei sie sich noch an keinem Zielrahmen orientiert. Anfang 2023 wurde bereits eine Nachhaltigkeitsvision erarbeitet, wohin wir mit unseren Schritten kommen wollen. Diese lautet: "Durch konsequentes und ganzheitliches Nachhaltigkeits-Management übertreffen wir die gängigen Nachhaltigkeits-Benchmarks und sind als Pioniere ein Leuchtturm für andere Unternehmen." Hierauf wird sich die Strategie von Seibert Media beziehen.

Beschreibung der Strategie für Nachhaltigkeit: Mittel- und langfristige Ziele

Aktuell sind noch keine kurz-, mittel- und langfristigen Ziele oder andere Ziele mit Zeithorizont für die Strategie festgelegt. Diese sind in Erarbeitung und werden sich an den wesentlichen Themen für Seibert Media orientieren. Wir stehen hier in engem Kontakt mit unserem Strategiekreis.

Beschreibung der vorrangigen Ziele

Unsere vorrangigen Ziele werden sich auf Klimaschutz, Erneuerbare Energien und Energieeffizienz sowie die Gesellschaft mit unseren Mitarbeiter*innen und externen Stakeholdern konzentrieren.

Beschreibung der Methoden zur Priorisierung

Für die Priorisierung unserer Nachhaltigkeitsziele verwenden wir verschiedene Methoden, abhängig von dem Bereich und dem Ziel, auf das sie wirken. Die Wesentlichkeitsanalyse zielt darauf ab, die Nachhaltigkeitsaspekte zu identifizieren, die sowohl für Seibert Media als auch für unsere Stakeholder am relevantesten sind. Dabei bewerten wir bei einer Wesentlichkeitsanalyse interne und externe Faktoren, um die Ziele zu priorisieren, die den größten Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit und die Interessen der Stakeholder haben. Eine weitere entscheidende Methode ist eine datenbasierte Analyse. Dafür nutzen wir quantitativ messbare Indikatoren, um die Fortschritte und Auswirkungen von unseren Nachhaltigkeitszielen zu bewerten. Die Analyse der verfügbaren Daten kann helfen, die Ziele zu priorisieren, bei denen der größte Handlungsbedarf besteht. Aktuell streben wir zusätzlich eine strategische Ausrichtung an, wobei wir unsere Nachhaltigkeitsziele mit den langfristigen Geschäftszielen des Unternehmens abgleichen wollen und Ziele, die am besten zur Unternehmensstrategie passen, höher priorisieren wollen.

Beschreibung der Methoden zur Zielüberwachung

Die Überwachung der Fortschritte bei unseren Nachhaltigkeitszielen erfolgt über den Koordinationskreis Nachhaltigkeit, der sicherstellt, dass wir kontinuierlich auf dem richtigen Weg sind, um unsere Ziele zu erreichen. Der Koordinationskreis und Team Nachhaltigkeit spielen eine entscheidende Rolle bei der Erfassung, Analyse und Berichterstattung über unsere Fortschritte in Bezug auf Nachhaltigkeit. In regelmäßigen Abständen werden alle relevanten Daten und Kennzahlen gesammelt, um den aktuellen Stand unserer Bemühungen zu quantifizieren und zu bewerten. Dies ermöglicht es uns, sowohl Stärken als auch Bereiche mit Verbesserungsbedarf zu identifizieren. Durch transparente Kommunikation und Partizipation werden alle Mitarbeitenden und relevante Schnittstellen in die Transformation zu einem nachhaltigen Unternehmen einbezogen. Dies ermöglicht nicht nur eine breitere Datenerfassung, sondern fördert auch ein Gefühl der Verantwortung und des Engagements für unsere gemeinsamen Ziele. Um unsere Nachhaltigkeitsziele für andere transparent darzustellen, entwickeln wir gerade Key-Performance-Indikatoren (KPI), die spezifische Aspekte unserer Nachhaltigkeitsbemühungen messbar machen. Diese KPIs sollen in Zukunft kontinuierlich verfolgt und mit den festgelegten Zielen abgeglichen werden, um sicherzustellen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Insgesamt verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der auf regelmäßigen Überprüfungen, quantitativen Daten, transparenter Kommunikation und der aktiven Beteiligung unserer Mitarbeitenden basiert. Dies stellt sicher, dass wir unsere Nachhaltigkeitsziele kontinuierlich überwachen, bewerten und anpassen können, um langfristig positive Auswirkungen zu erzielen.

Abstimmung mit UNSDGs

Die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsziele auf die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung (UNSDGs) ist ein wichtiger Aspekt unserer strategischen Bemühungen. Aktuell sind die Ziele noch nicht auf die UNSDGs abgestimmt, jedoch arbeiten wir aktiv daran, diese Verbindung herzustellen und unsere Bemühungen in Einklang mit den globalen Nachhaltigkeitszielen zu bringen. Bei einem Nachhaltigkeitscheck eines externen Dienstleisters wurde der SDGs-Erfüllungsgrad von Seibert Media überprüft. Dabei wurde über ein Tool

festgestellt, dass unsere Aktivitäten bereits einen positiven Beitrag zu den globalen Zielen leisten. Die Bereiche, in welchen wir noch Potenzial haben, unsere Auswirkungen zu erhöhen, wurden dabei auch identifiziert. Die Anpassung unserer Nachhaltigkeitsziele an die UNSDGs erfordert eine sorgfältige Analyse und Bewertung der bestehenden Ziele im Kontext der 17 UN-Ziele. Hierbei berücksichtigen wir, inwieweit unsere Ziele bereits mit den Kernprinzipien und Prioritäten der UNSDGs übereinstimmen und wo möglicherweise Anpassungen notwendig sind. Insgesamt streben wir danach, unsere Nachhaltigkeitsziele im Einklang mit den UNSDGs zu gestalten, um einen maximalen positiven Beitrag zur globalen Nachhaltigkeitsagenda zu leisten. Wir setzen uns aktiv dafür ein, diese Abstimmung zu erreichen und unsere Bemühungen kontinuierlich anzupassen, um die größtmögliche Wirkung zu erzielen.

Beschreibung der Verknüpfung von Leistungen des höchsten Kontrollorgans mit Nachhaltigkeitszielen

Bisher ist die Leistung des höchsten Leitungsorgans nicht direkt mit den Nachhaltigkeitszielen verknüpft. Dies ist jedoch ein Bereich, den wir aktiv überdenken und in den kommenden Schritten weiterentwickeln möchten. Ein interessanter Aspekt ist dabei, dass bereits ein enger Austausch mit dem höchsten Führungskreis besteht, da einer unserer Gesellschafter im Koordinationskreis Nachhaltigkeit vertreten ist. Wir wollen die oberste Führungsebenen (Gesellschafterkreis und Topkreis) und unseren Strategiekreis aktiv in die Definition, Überwachung und Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele einbinden und die Priorität für das Thema Nachhaltigkeit so erhöhen. Insgesamt streben wir danach, die Verknüpfung der Leistung des Gesellschafterkreises mit unseren Nachhaltigkeitszielen zu stärken, um sicherzustellen, dass unsere strategischen Entscheidungen und Aktivitäten im Einklang mit unseren langfristigen Nachhaltigkeitsbemühungen stehen.

Beschreibung der ökologischen und sozialen Auswirkungen auf höchster Ebene

Als IT-Dienstleistungsunternehmen haben wir sowohl positive als auch negative soziale und Umweltfolgen. Wir tragen zur Schaffung von Arbeitsplätzen, sowohl für IT-Expert*innen als auch für andere Fachkräfte, bei. Zudem fördern wir unsere Mitarbeitenden in ihrer beruflichen Entwicklung und Weiterbildung, was langfristig ihre Karrieremöglichkeiten verbessert. Als Unternehmen, das Vielfalt und Inklusion fördert, haben wir eine positive soziale Wirkung, indem wir eine vielfältige Belegschaft unterstützen und Chancengleichheit fördern. Bei Seibert Media tragen wir durch soziale Initiativen, Spenden und Freiwilligenarbeit zur Stärkung der Gemeinschaft und zur Lösung lokaler Herausforderungen bei. Als IT-Dienstleistungsunternehmen benötigen wir viel Energie für unsere Server und IT-Infrastruktur, was zu einem signifikanten Energieverbrauch führt. Unser Energieverbrauch erzeugt THG-Emissionen, die zur Klimaerwärmung beitragen. Wir fördern den Einsatz nachhaltiger Beschaffungspraktiken für Hardware und Software, um unsere Umweltauswirkungen zu verringern. Ein verantwortungsbewusstes E-Waste-Management ist uns wichtig, um unseren Elektronikabfall zu minimieren und gefährliche Materialien ordnungsgemäß zu entsorgen. Veraltete Geräte versuchen wir über einen externen Dienstleister recyceln zu lassen.

Beschreibung der ökologischen und sozialen Risiken auf höchster Ebene

Für Seibert Media lassen sich verschiedene soziale und die Umwelt betreffende Risiken identifizieren. Als IT-Dienstleistungsunternehmen arbeiten wir mit sensiblen Daten unserer Kunden. Datenschutzverletzungen oder Sicherheitslücken können zu schwerwiegenden finanziellen und rechtlichen Folgen für uns führen und das Vertrauen unserer Kunden beeinträchtigen. Bei Seibert Media sind wir, wie andere IT-Unternehmen, direkt vom Fachkräftemangel betroffen und haben Schwierigkeiten, talentierte Mitarbeiter*innen zu finden. Unsere Software-Produkte sind größtenteils abhängig von unseren externen Partnern Atlassian und Google. Probleme bei diesen können unsere Geschäftskontinuität gefährden. Als IT-Dienstleister benötigen wir eine große Menge an IT-Infrastruktur und damit beträchtliche Mengen an Energie, um diese zu betreiben. Die Nutzung von nicht erneuerbaren Energiequellen könnte zu hohen THG-Emissionen und damit verbundenen Klima- und Umweltauswirkungen führen. Die schnellen technologischen Entwicklungen führen zum regelmäßigen Ersatz von unseren Geräten (Lebensdauer ca. 3-6 Jahre).

Datenschutz und Datensicherheit

Management-Ansatz Datenschutz und Datensicherheit

Wir bei Seibert Media verpflichten uns, alle geltenden Datenschutzgesetze und -vorschriften einzuhalten. Um dies zu erreichen, implementieren wir ein Datenschutz-Management-System und schützen die personenbezogenen Daten unserer Kunden vor unberechtigtem Zugriff, Verwendung, Weitergabe, Veränderung oder Zerstörung. Dazu gehören technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz personenbezogener Daten, die Beschränkung des Zugriffs auf personenbezogene Daten auf autorisiertes Personal, die Sicherstellung, dass personenbezogene Daten nur für den Zweck verwendet werden, für den sie erhoben wurden, und die Löschung personenbezogener Daten, wenn sie nicht mehr benötigt werden.

Seibert Media schützt seine IT-Systeme und Netzwerke vor unberechtigtem Zugriff, Verwendung, Offenlegung, Veränderung oder Zerstörung. Dies geschieht durch eine Vielzahl von Maßnahmen, wie z. B. den Einsatz von Firewalls, Intrusion-Detection-Systemen und Datenverschlüsselung zum Schutz der IT-Systeme und Netzwerke, die Durchführung regelmäßiger Sicherheitsaudits zur Identifizierung und Behebung von Sicherheitslücken und die Schulung der Mitarbeiter*innen in Bezug auf den Datenschutz und die besten Sicherheitsverfahren.

Wir sind in Bezug auf unsere Datenschutz- und Sicherheitspraktiken transparent und veröffentlichen eine Datenschutzrichtlinie, in der dargelegt wird, wie das Unternehmen personenbezogene Daten sammelt, verwendet und weitergibt. Aktuell ist Seibert Media in der Vorbereitung zur Zertifizierung nach ISO 27001.

Indikator: Vorfälle im Zusammenhang mit Daten und Datenschutz

0

Begründete Beschwerden über Verstöße gegen die Kundensicherheit

0

Begründete Beschwerden von externen oder dritten Parteien

0

Begründete Beschwerden von Aufsichtsbehörden

0

Lecks, Diebstähle oder andere Verluste von Kundendaten

Unternehmensverhalten und Ethik

Management-Ansatz Unternehmensverhalten und Ethik

Bei Seibert Media setzen wir uns für Integrität und ethisches Verhalten im Geschäftsbetrieb ein. Wir glauben, dass diese Werte für unsere gesellschaftliche Rolle von entscheidender Bedeutung sind. Wir verpflichten uns daher, unsere Geschäfte nach den Grundsätzen Transparenz, Integrität und Ehrlichkeit zu führen und nach ethischen Standards zu handeln, um die Einhaltung der einschlägigen Gesetze und Vorschriften zu gewährleisten. Dies dient auch dazu, das Vertrauen unserer Kunden und anderer Interessengruppen zu stärken. Wir verstehen, dass es eine Herausforderung sein kann, alle relevanten Interessengruppen in den Entscheidungsfindungsprozess einzubeziehen. Deshalb unterstützen wir den internen Umgang mit Diskussionen und einen kontinuierlichen Dialog über die Gegebenheiten am Arbeitsplatz. Ethische Reflexion ist ein wichtiger Bestandteil unseres Wertschöpfungsmodells und daher ein wichtiger Punkt in unserem Unternehmen. Wir glauben, dass Integrität und ethisches Verhalten für unsere langfristigen Geschäftserfolge von entscheidender Bedeutung sind. Wir sind daher bestrebt, diese Werte in alles einzubinden, was wir tun.

Unser ethisches Leitbild ist wie folgt definiert:

- Wir tun nichts, von dem wir wissen oder annehmen, dass es ungesetzlich oder unethisch ist.
- Das Eigentum des Unternehmens wird von Mitarbeiter*innen nicht zum eigenen Vorteil genutzt.
- Wir beteiligen uns nicht an Vorgängen, die keinen eindeutigen rechtmäßigen Geschäftszweck verfolgen.
- Wir unterstützen und beteiligen uns nur an Vorgängen, die einer Bloßlegung in der Öffentlichkeit standhalten würden, wenn es dazu käme.
- Wir tun nichts, was Unaufrichtigkeit von uns verlangen würde.
- Wir arbeiten nicht, um Gewinn zu machen. Wir arbeiten für den Erfolg.
- Wir beuten keine Mitarbeiter*innen aus und bereichern uns nicht an ihrer Not.

Werte

Bei Seibert Media haben wir eine offene Haltung gegenüber Veränderungen und einer kontinuierlichen Fortentwicklung. Trotz unserer dynamischen Natur und stetigen Entwicklung sind bestimmte Grundsätze bei uns unerschütterlich. Unsere Vision besteht darin, Unternehmen als wandlungsfähige Organismen zu betrachten, in denen Menschen sich selbst organisieren, Verantwortung teilen und gemeinsam Erfolg erzielen. Die Mission von Seibert Media ist es, durch die Entwicklung von herausragender Software die Kommunikation und Zusammenarbeit als entscheidende Faktoren für die Wertschöpfung zu stärken. Wir setzen auf innovative und leistungsstarke Softwarelösungen, um Teams zu unterstützen und den Arbeitsprozess zu optimieren. Dabei folgen wir dem Motto "Kickass Software, Rock'n'Roll Teams". Die Werte an denen wir uns orientieren sind:

1. Fair Play - Wir behandeln andere fair und betrügen nicht.
2. Teamwork - Wir gewinnen zusammen und wir verlieren zusammen.
3. Eigenverantwortung - Wir setzen uns gerne den Hut auf.
4. Offenheit - Wir lassen andere an unserem Wissen teilhaben.
5. Veränderung - Wir lieben Veränderung.
6. Charakterstärke - Wir gehen nicht den Weg des geringsten Widerstandes.
7. Pragmatismus - Wir suchen immer die sinnvollste Lösung.
8. Nachhaltigkeit - Wir gehen verantwortungsvoll mit unseren Kunden, Kolleg*innen und der Umwelt um.

Berichterstattung

Stand 2022 gibt es noch keinen Prozess zur Einholung von Ratschlägen zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten, die Meldung von Bedenken über unethisches oder ungesetzliches Verhalten und die organisatorische Integrität. Für 2023 ist geplant, ein Hinweisgebersystem einzuführen.

Indikator: Geldbußen und nicht-monetäre Sanktionen

0

nicht-monetäre Sanktionen

Indikator: Wettbewerbswidriges Verhalten

0

ausstehende Rechtsstreitigkeiten

0

erledigte Rechtsstreitigkeiten

Soziale Indikatoren.

Gesundheit und Sicherheit

Management-Ansatz Gesundheit und Sicherheit

Seibert Media verpflichtet sich, seinen Mitarbeiter*innen ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld zu bieten. Zu diesem Zweck wurde ein umfassendes Arbeitsschutzprogramm entwickelt und eingeführt, das Gefährdungsbeurteilungen, Ausstattung, Meldung von Vorfällen, Untersuchungen und kontinuierliche Verbesserungen umfasst. Die Umsetzung wird durch 14-tägige Coworking-Termine und vierteljährliche ASA-Sitzungen sichergestellt. Um die gesetzlichen Anforderungen optimal umsetzen zu können, werden wir von der BAD GmbH mit einer Fachkraft für Arbeitssicherheit und einem Betriebsarzt unterstützt.

Indikator: Vorfälle im Bereich Gesundheit und Sicherheit



7,81 Vorfallrate (Anzahl der gemeldeten Vorfälle pro Millionen Arbeitsstunden)

225 Arbeitstage werden pro Vollzeitäquivalent angenommen.

10,42 Verletzungsrate (Anzahl der gemeldeten Verletzungen pro Millionen Arbeitsstunden)

225 Arbeitstage werden pro Vollzeitäquivalent angenommen.

Indikator: Management-System für Gesundheit und Sicherheit



Ein Gesundheits- und Sicherheitssystem am Arbeitsplatz ist vorhanden.



Ein Gesundheits- und Sicherheitssystem am Arbeitsplatz ist gesetzlich vorgeschrieben.

Beschreibung des Gesundheits- und Sicherheitssystems

Seibert Media ist sich seiner Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit seiner Mitarbeitenden bewusst. Das Unternehmen hat ein umfassendes Gesundheits- und Sicherheitssystem implementiert, das die folgenden Elemente umfasst:

- Vorsorgeuntersuchungen: Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden Vorsorgeuntersuchungen an, um gesundheitliche Probleme frühzeitig zu erkennen und zu behandeln.
- Bildschirmarbeitsplatz: Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden ergonomische Bildschirmarbeitsplätze an, um Rückenschmerzen und andere Gesundheitsprobleme zu vermeiden.
- Gefährdungsbeurteilungen: Seibert Media führt regelmäßig Gefährdungsbeurteilungen durch, um potenzielle Gefahren am Arbeitsplatz zu identifizieren und zu beseitigen.
- Betriebsstättenbegehung: Seibert Media führt regelmäßig Betriebsstättenbegehungen durch, um die Einhaltung der Sicherheitsvorschriften zu überprüfen.
- Elektroprüfung der betrieblichen Anlagen: Seibert Media lässt seine betrieblichen Anlagen regelmäßig von einem Elektroprüfer überprüfen, um die Sicherheit der Mitarbeitenden zu gewährleisten.
- Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM): Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden ein betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM) an, um Mitarbeitenden mit gesundheitlichen Problemen bei der Rückkehr ins Berufsleben zu unterstützen.
- EAP - Employee Assistance Program: Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden ein EAP - Employee Assistance Program an, das bei persönlichen und beruflichen Problemen Unterstützung bietet.
- Mutterschutz: Seibert Media bietet seinen Mitarbeiterinnen einen umfassenden Mutterschutz an, um sie während der Schwangerschaft und nach der Geburt zu unterstützen.
- Hygiene-Schulungen: Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden Hygieneschulungen an, um sie über die wichtigsten Hygienevorschriften zu informieren.
- Sicherheitseinweisung bei Gefahrstoffen: Seibert Media bietet seinen Mitarbeitenden Sicherheitseinweisungen bei Gefahrstoffen an, um sie über die Risiken und die sichere Verwendung von Gefahrstoffen zu informieren.
- Ersthelfer*innen: Seibert Media hat eine ausreichende Anzahl von Ersthelfer*innen, die im Notfall Erste Hilfe leisten können.
- Brandschutzhelfer*innen: Seibert Media hat eine ausreichende Anzahl von Brandschutzhelfer*innen, die im Brandfall die Sicherheit der Mitarbeitenden gewährleisten können.

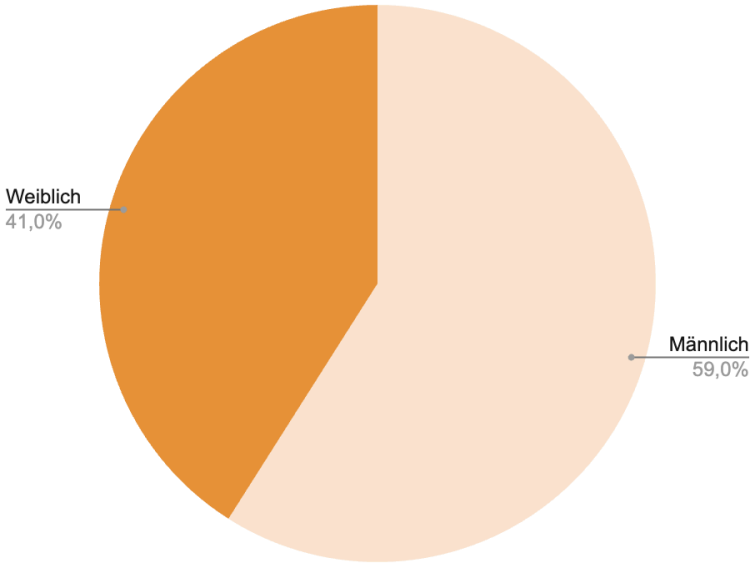
Seibert Media ist sich bewusst, dass die Gesundheit und Sicherheit seiner Mitarbeitenden von entscheidender Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens ist. Das Unternehmen ist daher bestrebt, sein Gesundheits- und Sicherheitssystem kontinuierlich zu verbessern.

Vielfalt und Chancengleichheit

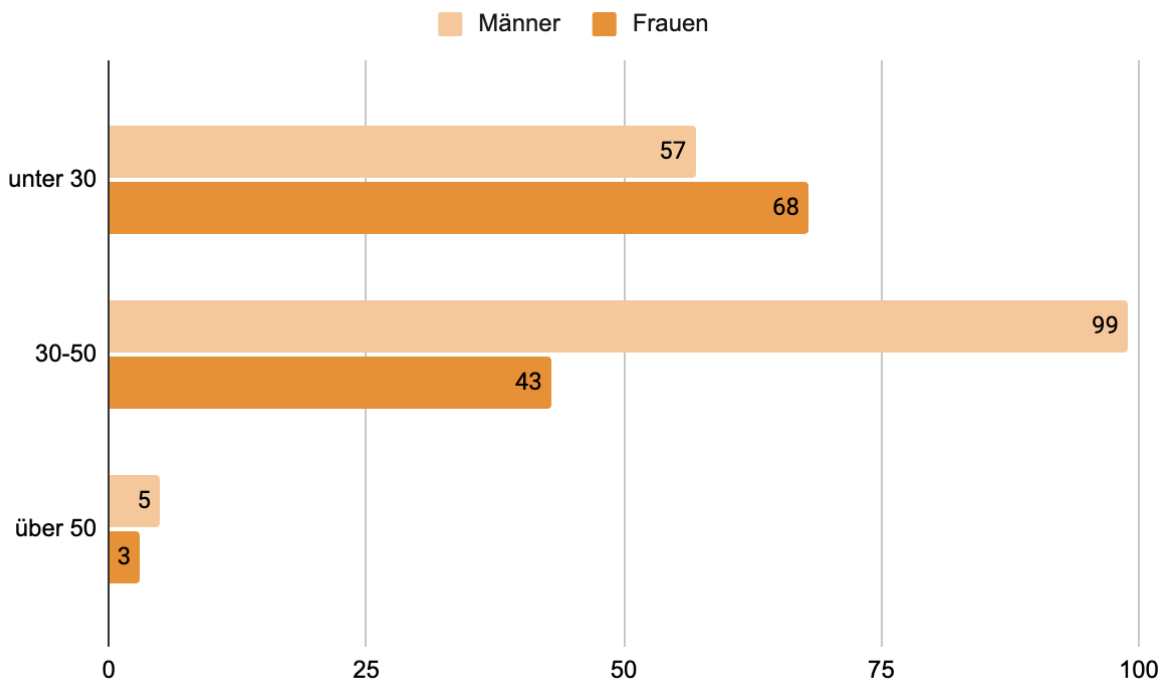
Managementansatz Vielfalt und Chancengleichheit

Bei Seibert Media verankern wir Vielfalt und Chancengleichheit fest in unserer Unternehmenskultur. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine vielfältige Belegschaft maßgeblich zu unserem Erfolg als Unternehmen beiträgt. Wir haben eine Kultur der Offenheit, Toleranz und gegenseitigen Wertschätzung etabliert, in der wir den offenen Austausch von Ideen und Meinungen fördern. Wir respektieren die Individualität eines jeden Menschen, unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, ethnisch-kultureller Herkunft, Religion, Weltanschauung oder sexueller Identität. Diskriminierung und Vorurteile haben keinen Platz. Wir setzen uns aktiv dafür ein, eine vielfältige Belegschaft aufzubauen, die die unterschiedlichen Perspektiven, Hintergründe und Erfahrungen unserer Mitarbeitenden widerspiegelt. Dabei ist uns besonders wichtig, dass alle Mitarbeitenden gleiche Chancen auf berufliche Entwicklung und Fortschritt haben. Unser Auswahlverfahren und unsere Gehaltsstrukturen sind transparent und auf Fairness ausgerichtet. Wir bieten Austausch- und Sensibilisierungsmaßnahmen zu Themen der Vielfalt und Chancengleichheit an. Dies umfasst auch Sensibilisierung für unbewusste Vorurteile, um das Bewusstsein für die Bedeutung von Vielfalt in unserer Unternehmenskultur zu stärken. Um uns stetig zu verbessern, hinterfragen wir unsere Prozesse regelmäßig, nehmen Feedback ernst und setzen uns kontinuierlich das Ziel, unsere Strategien und Maßnahmen weiterzuentwickeln.

Indikator: Geschlechterverteilung der Mitarbeitenden

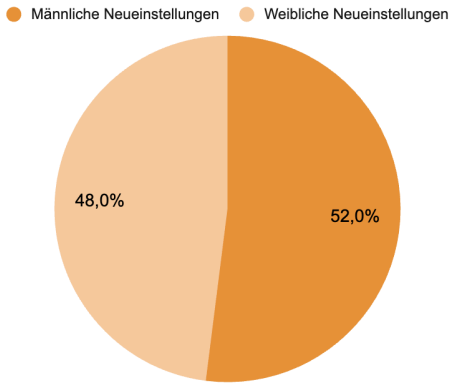


Indikator: Mitarbeitende-Statistik nach Geschlecht und Alter

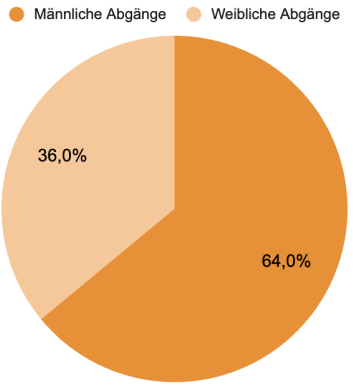


In der Berichtsperiode 2022 waren keine diversen Mitarbeitenden angestellt.

Indikator: Neueinstellungen nach Geschlecht



Indikator: Abgänge von Mitarbeitenden nach Geschlecht



Indikator: Statistik zum Elternurlaub

Beschäftigte, die ihren Elternurlaub während des Berichtszeitraums beendet haben	4
Beschäftigte, die nach dem Elternurlaub an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind	4

100%

Rückkehrrate bei Elternzeit

Der Anteil der Beurlaubten, die beschlossen haben und in der Lage sind, an ihren Arbeitsplatz zurückzukehren, kann ein Indikator dafür sein, wie gut die Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Flexibilität am Arbeitsplatz umgesetzt werden.

Indikator: Vorfälle von Diskriminierung

0

Vorfälle von Diskriminierung

Gemeinschaft und soziale Auswirkungen

Managementansatz Gemeinschaft

Bei Seibert Media ist es uns wichtig, dass wir uns um unsere Nachbarschaft kümmern und einen positiven Beitrag für die Gemeinschaft in Wiesbaden und Umgebung leisten. Dies tun wir auf verschiedenste Weise: Wir sind aktiv an Spendenaktionen von Vereinen und Initiativen beteiligt, die sowohl für die Umwelt als auch für die Menschen einen großen Unterschied machen, engagieren uns für lokale Beschaffungspartnerschaften und zeigen ehrenamtliches Engagement. Über die Seibert Stiftung und Programmieren.de bringen Mitarbeitende mit ihrer Expertise Schüler*innen in Wiesbaden Programmieren näher. Wir legen viel Wert darauf, mit unseren relevanten Stakeholdern – Mitarbeitende, Partner, Kunden und lokale Gemeinschaften – in engem Kontakt zu stehen. Es gibt keine festgelegte Struktur oder ein festes Zeitintervall für die Interaktion zwischen uns als Firma und Stakeholdern, denn in der Praxis werden die Anliegen durch unseren agilen Ansatz schnell und gründlich bearbeitet, sobald ein Anliegen der relevanten Stakeholder aufkommt. Je nach Bedeutsamkeit des Anliegens werden unsere verschiedenen Koordinationskreise, direkt oder indirekt, involviert. Über unsere Kommunikationskanäle informieren wir die relevanten Interessengruppen regelmäßig über die Strategie, Zukunftspläne und Position des Unternehmens. Wir arbeiten eng mit unseren Partnern und Kunden zusammen, um die ESG-Initiativen umzusetzen und um die Bewertung und Überprüfung von ESG-Themen nahtlos zu gestalten und die Einhaltung unserer Zusammenarbeit sicherzustellen. Bisher haben wir keine eigenen Überprüfungen von Stakeholdern (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) durchgeführt, wurden aber mehrfach von Stakeholdern überprüft. Ein Tool zur Einführung einer ESG-Bewertung des Lieferkettenmanagements ist aktuell in der Planung für das Jahr 2023.

Indikator: Gemeinschaftliches und soziales Engagement in eigenen Betrieben

Beschreibung der formellen Verfahren zu Einbeziehung der Gemeinschaft

Bei Seibert Media haben Mitarbeitende die Möglichkeit, sich im Rahmen ihrer Slacktime in anderen Bereichen des Unternehmens zu engagieren. Slacktime bedeutet, dass jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin einen bestimmten Teil der Arbeitszeit ohne Vorgaben mit den Dingen verbringen kann, die ihn*sie interessieren, solange sie im Interesse des Unternehmens sind. Das Stichwort im Zusammenhang mit Slacktime lautet “Freiraum und Selbstverantwortung”. Mitarbeitende dürfen bis zu einem Fünftel ihrer Arbeitszeit frei verfügen: Demnach verbringen Mitarbeitende 80 % der Arbeitszeit mit Arbeit in Kundenprojekten oder internen Pflichten, 20 % der Arbeitszeit stehen zur freien Verfügung. In diesen 20 % müssen zwar auch organisatorische Aufgaben wie E-Mail-Bearbeitung und Zeitbuchung erledigt werden, das restliche Kontingent kann jedoch für die Arbeit an eigenen Ideen und Interessen im Sinne des Unternehmens genutzt werden. Hier sind unsere Mitarbeitenden völlig selbstbestimmt.

0	in Betrieben festgestellte tatsächliche oder potenzielle negative Auswirkungen auf die Gemeinschaft
0	Betriebe mit signifikanten tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften

Indikator: Gemeinschaftliches und soziales Engagement bei Lieferanten

0	Lieferanten wurden auf negative soziale Auswirkungen überprüft
0 %	der Lieferanten wurden auf negative soziale Auswirkungen überprüft
0	Lieferanten, bei denen signifikante potenzielle oder tatsächliche negative Auswirkungen festgestellt wurden
0	Lieferanten, mit denen Verbesserungen vereinbart wurden
0	Lieferanten, mit denen Geschäftsbeziehungen beendet wurden

Aus- und Weiterbildung

Managementansatz Weiterbildung

Wissen ist der entscheidende Produktionsfaktor im Geschäft von Seibert Media. Die Erfahrung und das Fachwissen unserer Mitarbeiter*innen unterscheidet uns von anderen Unternehmen. Da sich unser Geschäft und damit auch die Anforderungen an jede*n von uns schnell verändern, sollen alle unsere Mitarbeiter*innen ein großes Interesse an Lernen und Weiterbildung haben. Verantwortlich für den Bereich ist das Team People Development, das dabei hilft, die passende Weiterbildung zu finden oder Fragen rund um dieses Thema zu klären. Für Seibert Media ist es wichtig, dass sich unsere Mitarbeitenden regelmäßig weiterbilden, weil wir an die innovativen Denkansätze glauben, die daran gekoppelt sein können. Qualifizierte und damit zufriedenere Mitarbeitende tragen zu einem erfolgreichen Unternehmen bei. Wir legen großen Wert auf berufliche und gesellschaftliche Weiterbildung, denn Wissen und Weiterentwicklung sind wesentliche Bausteine für unseren nachhaltigen Erfolg.

Indikator: Ausbildungsstunden

4082

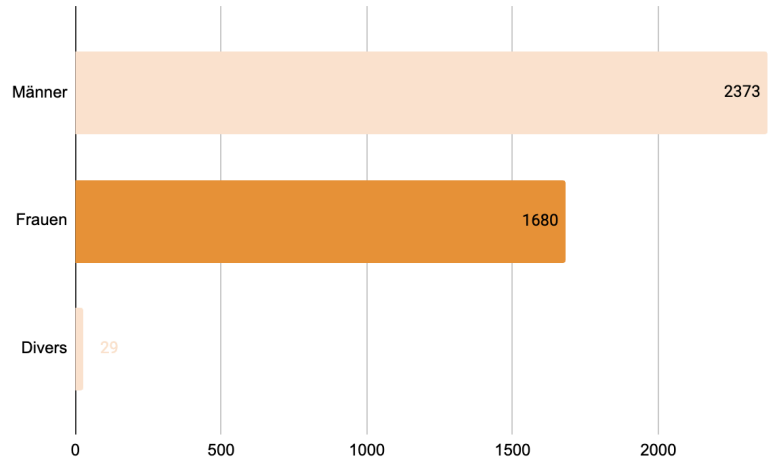
Gesamte Ausbildungsstunden

Indikator: Leistungsbeurteilungen

12%

der Angestellten erhalten eine regelmäßige Leistungsbeurteilung

Indikator: Anteil an Ausbildungsstunden nach Geschlecht



1:1

Verhältnis der Ausbildungsstunden

Ein Wert nahe 1 bedeutet, dass männliche und weibliche Beschäftigte im Durchschnitt gleich viele Weiterbildungsstunden erhalten. >1 = Männliche Beschäftigte erhalten im Durchschnitt mehr Weiterbildungsstunden. < 1 = Weibliche Beschäftigte erhalten im Durchschnitt mehr Weiterbildungsstunden.

Aus- und Weiterbildungsprogramme

Wir geben regelmäßig Schulungen, organisieren Seminare und Workshops oder größere Veranstaltungen für unsere Mitarbeiter*innen, um über relevante

Themen und betroffene Bereiche und Prozesse von Seibert Media aufzuklären. Wir haben eine digitale Academy-Plattform zu der von uns angebotenen Softwarelösungen und Dienstleistungen entwickelt, die sowohl Externe als auch unsere Mitarbeitende nutzen können, um sich in den Produkten fortzubilden. Um uns regelmäßig auszutauschen und voneinander zu lernen, organisieren die Mitarbeitenden, Teams, Fachbereiche und Kreise gemeinsame Lernstunden, in denen man sich zum Beispiel auf Prüfungen und Zertifikate vorbereiten kann. Mitarbeitende bilden sich auch in eigener Verantwortung über arbeitsrelevante Blogs, Podcasts oder Bücher weiter. Für individuelle Weiterentwicklung von Mitarbeitenden arbeiten wir auch mit externen Coaches und Expert*innen zusammen.

Programme zur Erhaltung der Beschäftigungsfähigkeit

In Bezug auf die Maßnahmen zur Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit werden bei Seibert Media verschiedene Programme umgesetzt, die darauf abzielen, die vielfältigen Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden zu berücksichtigen. Besonders hervorzuheben ist der junge Altersdurchschnitt von etwa 32 Jahren (Stand Dezember 2022), der uns dazu veranlasst, frühzeitig in die Beschäftigungsfähigkeit unserer Belegschaft zu investieren. Unsere Mitarbeitenden können je nach Bedarf ihre Rolle im Unternehmen wechseln und werden dabei von unserem Team People Development unterstützt. Zudem haben sie die Möglichkeit zur Teilzeit- und Telearbeit, um flexiblere Arbeitszeiten zu wählen und somit eine bessere Balance zwischen Beruf und Privatleben zu finden. Neben klassischen Maßnahmen setzen wir dabei auch auf innovative Ansätze: Ein Beispiel hierfür ist die Auseinandersetzung mit dem Thema ‘Alt werden bei Seibert Media’, mit dem wir uns im Rahmen einer AgileOrg-Story (Unternehmensweite Veränderungsprozesse) beschäftigen. Hierbei geht es nicht nur um die individuellen Herausforderungen im beruflichen Kontext, sondern auch um die Schaffung einer Arbeitsumgebung, die auf die sich verändernden Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden im Laufe der Zeit eingeht. Zusätzlich zu diesen Programmen gehören unter anderem Weiterbildungsinitiativen, die den ständigen Wandel in der Arbeitswelt reflektieren und unsere Mitarbeitenden dabei unterstützen, ihre Fähigkeiten auf dem neuesten Stand zu halten. Wir sind stets bestrebt, innovative Wege zu finden, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeitenden langfristig erfolgreich und zufrieden in ihrem Arbeitsleben sind.

Umwelt Indikatoren.

Treibhausgas(THG)-Emissionen

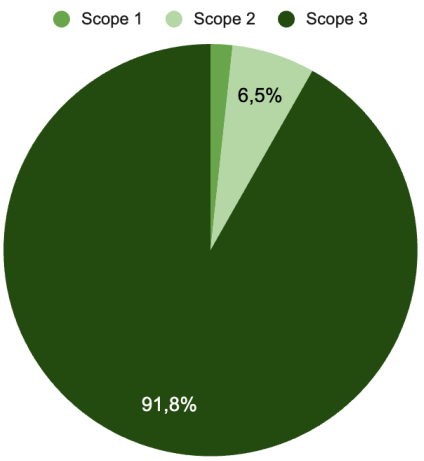
Managementansatz Aus- und Weiterbildung

Bei Seibert Media verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz im Klimamanagement. Seibert Media misst seine Treibhausgasemissionen nach dem Standard des Greenhouse Gas Protocol in den Scopes 1, 2 und 3. Bei der Ermittlung werden alle direkten und indirekten Treibhausgasemissionen berücksichtigt, alle Emissionen von uns wurden als wesentlich eingestuft. Auf diese Weise können wir nachvollziehen, woher unsere Emissionen stammen und in welchen Bereichen wir vorrangig Treibhausgase vermeiden und reduzieren müssen. Die Verantwortung für die THG-Bilanz liegt beim Koordinationskreis Nachhaltigkeit. Eine Klimastrategie zur Reduktion und Vermeidung wird derzeit erarbeitet. Aussagen zu Klimazielen wurden noch nicht getroffen, diese werden sich jedoch an den Zielen des Pariser Klimaabkommens zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius orientieren. Eine Roadmap mit Maßnahmen zur Erreichung dieses Ziels wird derzeit im Rahmen einer Masterthesis erarbeitet. Die Maßnahmen werden sich an den Vorgaben einer wissenschaftlichen Klimastrategie nach der Science Based Targets Initiative orientieren.

Treibhausgase, die in direktem Zusammenhang mit den Aktivitäten von Seibert Media stehen und nicht reduziert oder vermieden werden können, werden zukünftig kompensiert. Hier befinden wir uns gerade in der Evaluation eines geeigneten Kompensationspartners. Als IT-Dienstleister haben wir einen vergleichbar hohen Energiebedarf an Strom und damit einen hohen Anteil an Emissionen in diesem Bereich. Unseren Stromverbrauch decken wir seit mehreren Jahren mit Ökostrom. Leider wurden uns Mitte 2022, aufgrund der Energiekrise, in allen Gebäuden die Ökostromverträge gekündigt. In drei von vier Gebäuden konnten wir jedoch wieder einen Ökostromvertrag mit einem anderen regionalen Anbieter abschließen. Für das vierte Gebäude sind wir aktiv auf der Suche nach einem Ökostromanbieter.

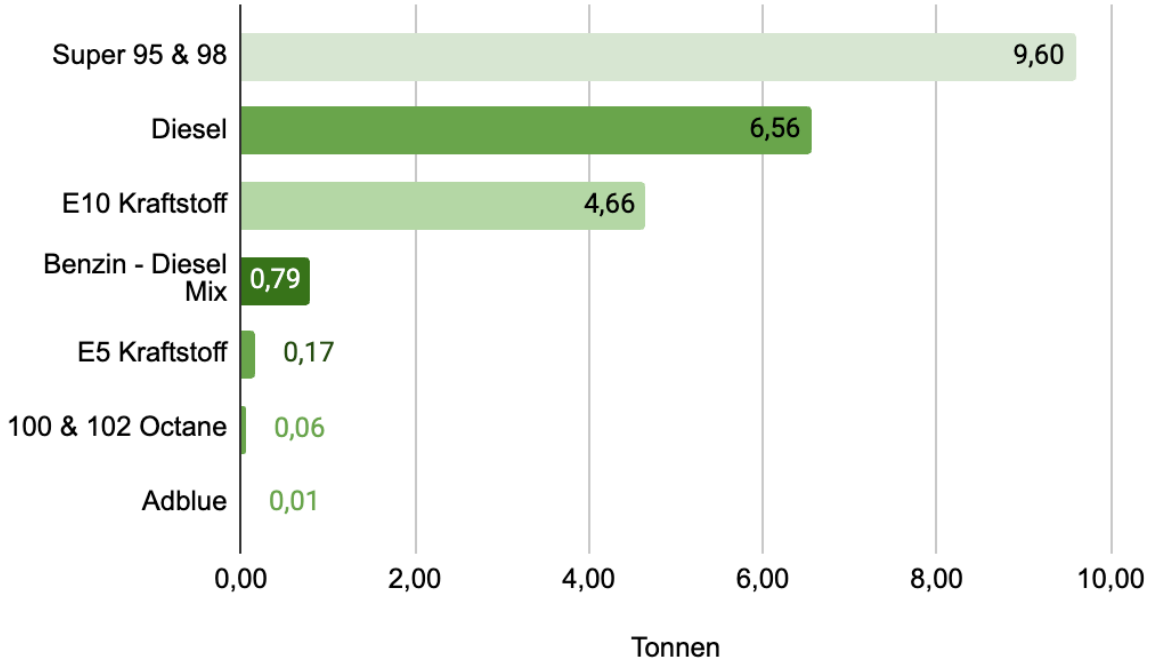
Indikator: THG-Emissionen 2022, Tonnen CO2-Äquivalente

Scope	**2022**
Scope 1	21,85
Scope 2 (marktbasiert)	83,16
Scope 3	1168,47
Gesamtemissionen	**1273,48**



Scope-1-Emissionen nach Quelle (in Tonnen)

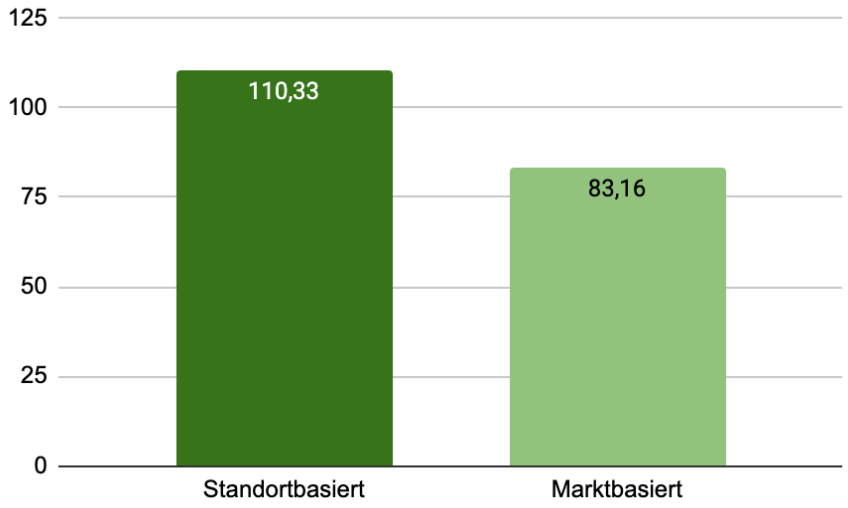
Scope-1-Emissionen sind direkte Emissionen aus der Verbrennung von Brenn- und Treibstoffen. Sie ergeben sich aus der Geschäftstätigkeit des Unternehmens, daher haben sie auf diese einen direkten Einfluss.



Scope-2-Emissionen nach Berechnungsmethode

Scope-2-Emissionen sind indirekte Emissionen, die sich aus der eingekauften Energie ergeben. Dies kann den Kauf von Strom, Wärme und Kühlung beinhalten. Dabei gibt es laut GHG Protocol zwei verschiedene Berechnungsmethoden:

- Marktbasierte Berechnungen: Bei dieser Methode werden Emissionsfaktoren verwendet, die direkt von den Energieversorgern bereitgestellt werden, oder die auf den Angaben des Energiemixes basieren, die spezifische Lieferanten zur Verfügung stellen.
- Standortbasierte Berechnungen: Diese Methode schätzt die Scope-2-Treibhausgasemissionen basierend auf dem typischen Energiemix in der jeweiligen Region, angepasst an den bekannten Verbrauch.

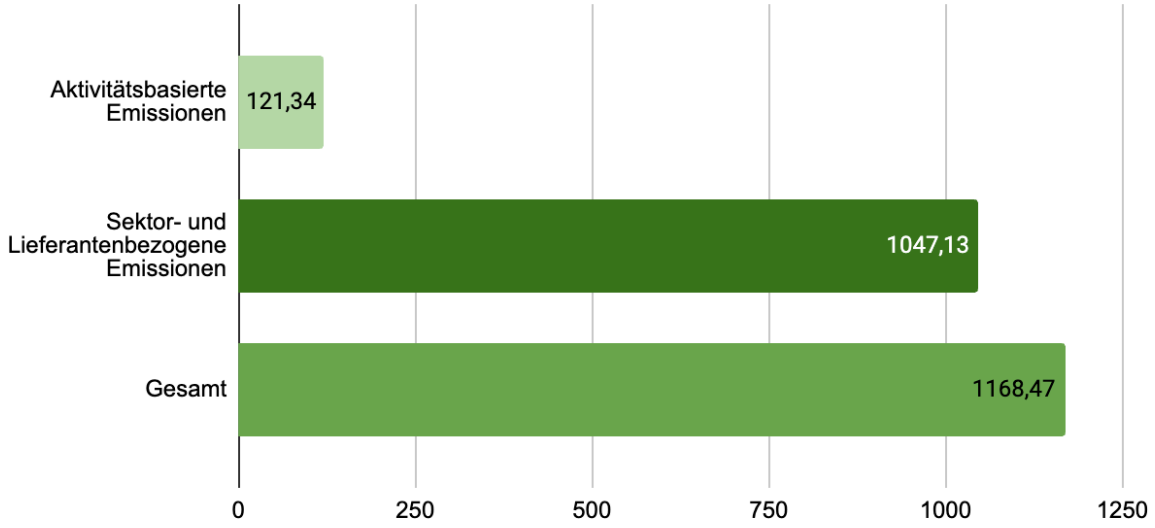


Scope-3-Emissionen nach Quelle

Es werden zwei Methoden zur Berechnung der Scope-3-Emissionen kombiniert, um die endgültige Emissionsmenge zu ermitteln. Diese beiden Methoden sind:

1. Aktivitätsbasierte LCA (Life-Cycle-Analysis) Emissionen
2. Sektor- und lieferantenbezogene (ausgabenbasierte/spend-based) Emissionen

Beide Methoden werden vom GHG Protocol über die “Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions” extrahiert. Ausführlichere Informationen dazu finden Sie im Abschnitt "Methodik, Datenqualität und -sicherung" dieses Berichts. Die Zuordnung der Emissionen zu diesen beiden Modellierungsarten ist in der folgenden Grafik dargestellt.



Energie

Managementansatz Energie

Seibert Media verfügt über ein umfassendes Energiemanagement und ist ständig auf der Suche nach Möglichkeiten, um die Energieeffizienz zu verbessern und in den Bürostandorten und Arbeitsprozessen Energie zu sparen. Wir sind davon überzeugt, dass wir als Unternehmen die Verantwortung haben, die Auswirkungen unseres Energieverbrauchs und damit unsere Umweltwirkung zu reduzieren. Energie wird bei uns hauptsächlich in Form von Strom, Wärme und Brennstoffen verbraucht, ein kleiner Teil entfällt auf Kälte.

Strom beziehen wir größtenteils als Ökostrom von einem regionalen Anbieter. Brennstoffe werden für den Gebäudebetrieb und die Mobilität eingesetzt. Als Mieter in allen unseren Gebäuden haben wir wenig Einfluss auf die Veränderung der Energieträger für Wärme. Für die Erzeugung und anschließende Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien haben wir noch keine Möglichkeiten. Ein großer Teil unserer Pool- und Geschäftsfahrzeuge sind Elektro- oder Hybridmodelle. Wir fördern die Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel durch unsere Mitarbeitenden. Die zentrale Lage in der Wiesbadener Innenstadt begünstigt dies. Wir stellen jedem Mitarbeiter und jeder Mitarbeiterin ein Jobticket für den öffentlichen Nahverkehr im Rhein-Main-Gebiet zur Verfügung und bieten die Möglichkeit, Jobfahrräder und Elektroroller über ein Leasingmodell zu beziehen. Poolfahrzeuge dürfen auch für Privatfahrten genutzt werden, sodass sich Mitarbeitende kein eigenes Auto anschaffen müssen. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit des mobilen Arbeitens, die von einem großen Teil der Belegschaft genutzt wird.

Seibert Media ist bestrebt, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Energie und Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Wir bieten Informationsveranstaltungen und Workshops zu diesen Themen an und stellen den Mitarbeitenden Ressourcen zur Verfügung, die ihnen helfen, auch im Privatleben nachhaltigere Entscheidungen zu treffen.

Indikator: Energieverbrauch nach Quellen

Gesamter Energieverbrauch

1523356,06

Megajoule

Brennstoffe:

301717,06

Megajoule

Strom, Wärme, Kälte:

339344

kWh

Methodik, Datenqualität und -sicherung.

THG Methodik und Datenerfassung

Systemgrenze

Die in diesem Bericht enthaltenen CO_2e-Emissionen beziehen sich auf die Operationen und ökonomischen Aktivitäten der Seibert Media GmbH. Der in diesem Bericht betrachtete Zeitraum ist: 01.01.2022 - 31.12.2022.

Wesentlichkeitserwägungen und Verwendung von Proxydaten

Die nachstehende Tabelle enthält die vollständige Liste der Scope-3-Kategorien und gibt an, ob sie explizit in diesem Fußabdruck enthalten sind oder nicht.

Tabelle: Scope 3 Aktivitätsbasierte Emissionen nach Sektoren bzw. Branchen und GHG Protocol Kategorie

	Emissionsquellen	Präsenz im Fußabdruck
1	Gekaufte Waren und Dienstleistungen	Eingeschlossen in den Lieferketten-Emissionen
2	Investitionsgüter	Keine wesentliche Aktivität
3	Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
4	Vorgelagerter Transport und Vertrieb	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
5	Im Betrieb anfallender Abfall	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
6	Geschäftsreisen	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
7	Pendeln der Mitarbeitenden	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
8	Vorgelagerte geleaste Anlagen	Keine wesentliche Aktivität
9	Nachgelagerter Transport und Vertrieb	Eingeschlossen in den aktivitätsbasierten Emissionen
10	Verarbeitung der verkauften Produkte	Keine wesentliche Aktivität
11	Verwendung der verkauften Produkte	Keine wesentliche Aktivität
12	End-of-Life-Behandlung von verkauften Produkten	Keine wesentliche Aktivität
13	Nachgelagerte geleaste Vermögenswerte	Keine wesentliche Aktivität

14	Konzessionen	Keine wesentliche Aktivität
15	Investitionen	Keine wesentliche Aktivität

Herkunft der Emissionsfaktoren

Code Gaia verwendet eine firmeneigene Bibliothek bzw. Datenbank für Emissionsfaktoren, um die endgültigen Schätzungen der Emissionen für eine bestimmte Tätigkeit zu berechnen. Diese Datenbank wird "Atomic Engine" genannt. Sie besteht aus einer Reihe von mit Zeitstempeln versehenen Emissionsfaktoren für eine unbegrenzte Anzahl möglicher Geschäftstätigkeiten (jeweils als "System" bezeichnet). Bei der Verarbeitung der Daten findet Atomic Engine den Emissionsfaktor, der am besten zu den verarbeiteten Daten passt, sowohl in Bezug auf die Tätigkeitsbeschreibung als auch auf den Zeitstempel. Daher ist es möglich, dass ein und derselben Tätigkeit innerhalb eines Berichtszeitraums unterschiedliche Emissionsfaktoren zugewiesen werden. Ein Beispiel hierfür wäre eine ausgabenbasierte Schätzung der Treibstoffemissionen, die in Abhängigkeit von den Treibstoffpreisen erheblich schwanken können. Atomic Engine enthält auch Umrechnungsfaktoren (z. B. für die Umrechnung von Volumen in Masse oder von Outputs in Zeit- oder Entfernungseinheiten), die ebenfalls dynamisch sind. Wenn z. B. neue Forschungsergebnisse oder Leitlinien veröffentlicht werden, kann Atomic Engine aktualisiert werden, um Änderungen der Umrechnungsfaktoren zu berücksichtigen. Diese Änderungen werden auch mit einem Zeitstempel versehen, sodass Atomic Engine den passenden Faktor für eine bestimmte Aktivität auswählen kann.

Wenn die Umweltrohdaten an Atomic Engine gesendet werden, muss es die richtigen Referenzdatenmodelle (die richtigen Systeme) und den entsprechenden Emissionsfaktor für dieses System auswählen. Im Falle der Kohlenstoffbilanzierung sind diese Modelle lineare Emissionsfaktoren.
Der Auswahlalgorithmus funktioniert wie folgt: Der Algorithmus durchsucht die Systeme eines bestimmten Typs einer Kategorie, z. B. Benzin als Kraftstoffart.

1. Er filtert nach Systemen mit der gleichen Dimension wie die eingegebene Menge der Aktivität.
2. Er sucht das aktuellste System mit der geringsten Zeitdifferenz zum Transaktionsdatum der Aktivität.
3. Wenn die Zeitdifferenz zu zwei Systemen gleich ist, wählt der Algorithmus das ältere System aus (pessimistische Annahme).

Trotz des dynamischen Charakters der Emissionsfaktoren wird die Mehrzahl der Emissionsfaktoren aus den folgenden Quellen abgeleitet:

- Emissionsdaten, die direkt von den Dienstleistern auf ihren Rechnungen angegeben werden
- CO2-Emissionsfaktoren für fossile Brennstoffe, Umweltbundesamt
- Umweltbundesamt, verschiedene Veröffentlichungen
- Individuelle Produktsicherheits-, und von den Herstellern veröffentlichte Datenblätter
- Von Fachleuten geprüfte, in Fachzeitschriften veröffentlichte Ökobilanzen (Life Cycle Assessments)

- Nachhaltigkeitsberichte und öffentliche Bekanntmachungen von Unternehmen, die zur Schätzung der ausgabenbasierten Emissionen auf Branchen- oder individueller Unternehmensebene verwendet werden können

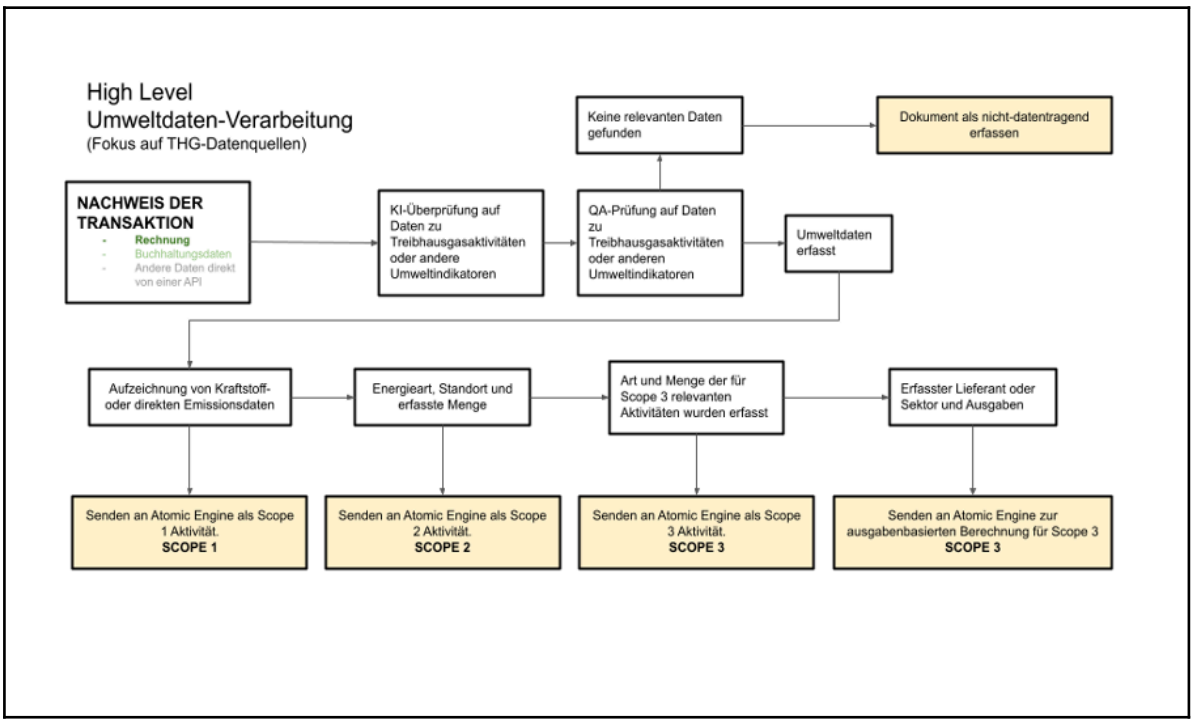
Zu den spezifischen Datenbanken bzw. Quellen für Emissionsfaktoren, die bei der Berechnung von Treibhausgasemissionen verwendet werden, gehören EXIOBASE, GEMIS, BEIS, US EPA, Ecoinvent und das GHG Protocol.

THG Datenerfassung und Hierarchie

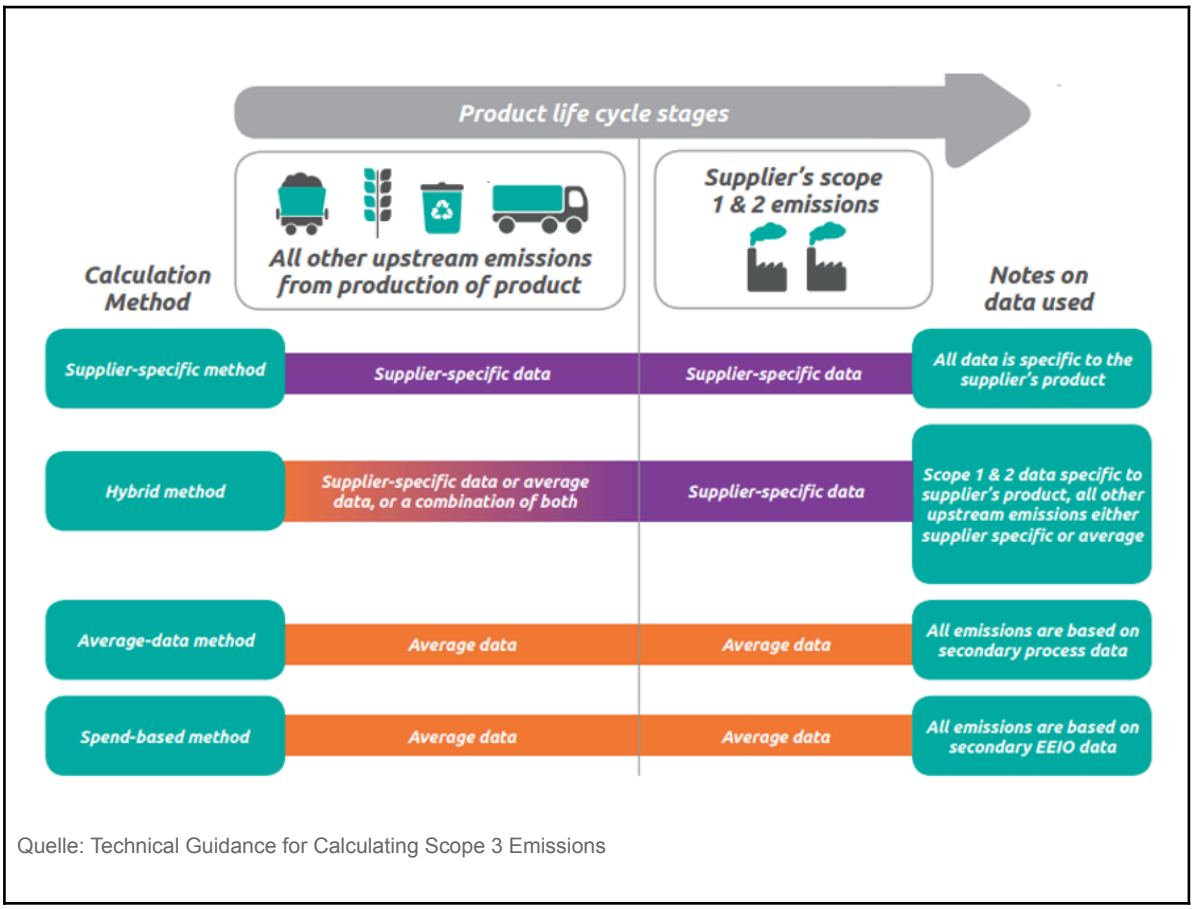
Transaktionsbasierte Datenerfassung

Im Prinzip haben alle Transaktionen eine potenzielle Auswirkung auf die Treibhausgasemissionen, und der Kauf einer Ware oder Dienstleistung (oder deren Verkauf) kann zur Erfassung der Treibhausgasemissionen verwendet werden. Die aus den Transaktionen bzw. Rechnungsunterlagen gesammelten Daten liefern nicht immer präzise Informationen über die genaue Menge oder Art der Geschäftstätigkeit. In einigen Fällen ist nur der Transaktionswert verfügbar. Aus diesem Grund werden ausgabenbasierte Daten als Mindestmaß oder als letzter Ausweg (da sie die Daten von niedrigster Qualität darstellen) extrahiert, die in THG-Emissionen der Scopes 1, 2 oder 3 umgerechnet werden können. In solchen Fällen wird auch die Art der Aktivität, die der Transaktion zugrunde liegt, extrahiert. Die Art der Aktivität kann entweder aus den Informationen über die andere Partei der Transaktion oder aus den Informationen über die Aktivität, die in dem Dokument beschrieben wird, gewonnen werden. In allen Fällen ist die beschriebene Aktivität gegenüber den Informationen der anderen Partei zu bevorzugen.

Der Prozess der Datenextraktion ist in folgendem Flussdiagramm abgebildet:



Der Prozess der Datenextraktion basiert auf den vom GHG Protocol empfohlenen Verfahren. Ein Beispiel der Scope-3-Berechnung für diese Art von Hierarchie wird in der untenstehenden Darstellung gezeigt.



Quelle: Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions

Nicht-transaktionsbasierte Datenerfassung

Eine Reihe von Geschäftsaktivitäten sind nicht zwangsläufig in typischen Transaktionsunterlagen oder Rechnungen enthalten. Zusätzlich können viele dieser Aktivitäten nicht mit der ausgabenbasierten Methoden geschätzt werden. Beispiele hierfür beinhalten das Pendeln der Mitarbeitenden und Arbeiten im Homeoffice, wofür herkömmliche Tabellen und Rohdaten verwendet werden.

Diese Rohdaten werden an Atomic Engine weitergeleitet, das die entsprechenden Treibhausgasemissionsfaktoren für diese spezifischen Aktivitäten anwendet.

Der Kauf von Investitionsgütern wird auf ähnliche Weise gehandhabt. Atomic Engine ermöglicht es, unternehmensspezifische Emissionsfaktoren zu entwickeln und diese für einzelne wirtschaftliche Aktivitäten zu nutzen – seien es Waren, Dienstleistungen oder der Erwerb von Kapital. Dabei wird darauf geachtet, dass eine Doppelerfassung von Emissionen aus Betriebskostenaufzeichnungen vermieden wird, soweit eine praktikable Umsetzung möglich ist.

THG-Scopes: Spezifische Daten und Emissionen

Scope-1-Details

Bei der Erfassung von Scope-1-Daten wird in erster Linie die tatsächliche Menge an Brennstoffen und anderen direkt emittierenden Stoffen extrahiert, die erworben bzw. gekauft wurden. In den meisten Fällen wird es sich dabei um Brennstoffe handeln, die für Transport und Heizung verwendet werden.

Die spezifischen Arten der gekauften Brennstoffe und die jeweilige physische Menge (Liter, kg) bzw. der Energiegehalt (MJ, kWh), werden priorisiert. Falls spezifische Mengendaten nicht verfügbar sind, werden Informationen über die Ausgaben verwendet, um die ungefähre Menge der Brennstoffe basierend auf historischen Marktpreisen zu bestimmen.

Nachdem die Brennstoffarten und -mengen geschätzt wurden, werden die Daten an Atomic Engine weitergeleitet, wo die entsprechenden Emissionsfaktoren für die jeweilige Brennstoffart und das jeweilige Datum zugewiesen werden.

In den Fällen, in denen Brennstoffe nicht nur verbraucht, sondern auch gelagert oder verkauft werden, ist es notwendig, ein Inventarmodell zu verwenden (das die Tatsache berücksichtigt, dass nicht alle gekauften Brennstoffe verbraucht werden), um aus den gekauften, gelagerten und verkauften Mengen korrekt zu berechnen, welche Menge an Brennstoffen verbraucht (verbrannt) wurde. Für solche Fälle ist ein Brennstoff-Inventarmodell (mit Bilanzgleichungen) in Atomic Engine integriert.

Scope-2-Details

Genau wie bei der Datenerfassung für Scope 1 ist es auch für Scope 2 in erster Linie wichtig den Gesamtgehalt (MJ, kWh) und die Art der Energie (gemäß den im GHG Protocol festgelegten Scope-2-Arten), die eingekauft wurde, zu erfassen. In den meisten Fällen wird es sich dabei um Strom oder Wärmeenergie handeln.

Bei Einkäufen von Energie, bei denen der Gehalt nicht bekannt ist, werden die Ausgaben als Proxydaten für die eingekaufte Energie verwendet, basierend auf den relevanten lokalen Marktpreisen für den Energietyp am Standort des Lieferanten (unter Verwendung von Atomic Engine zur Auswahl der relevanten Umrechnung von Ausgaben in Verbrauch).

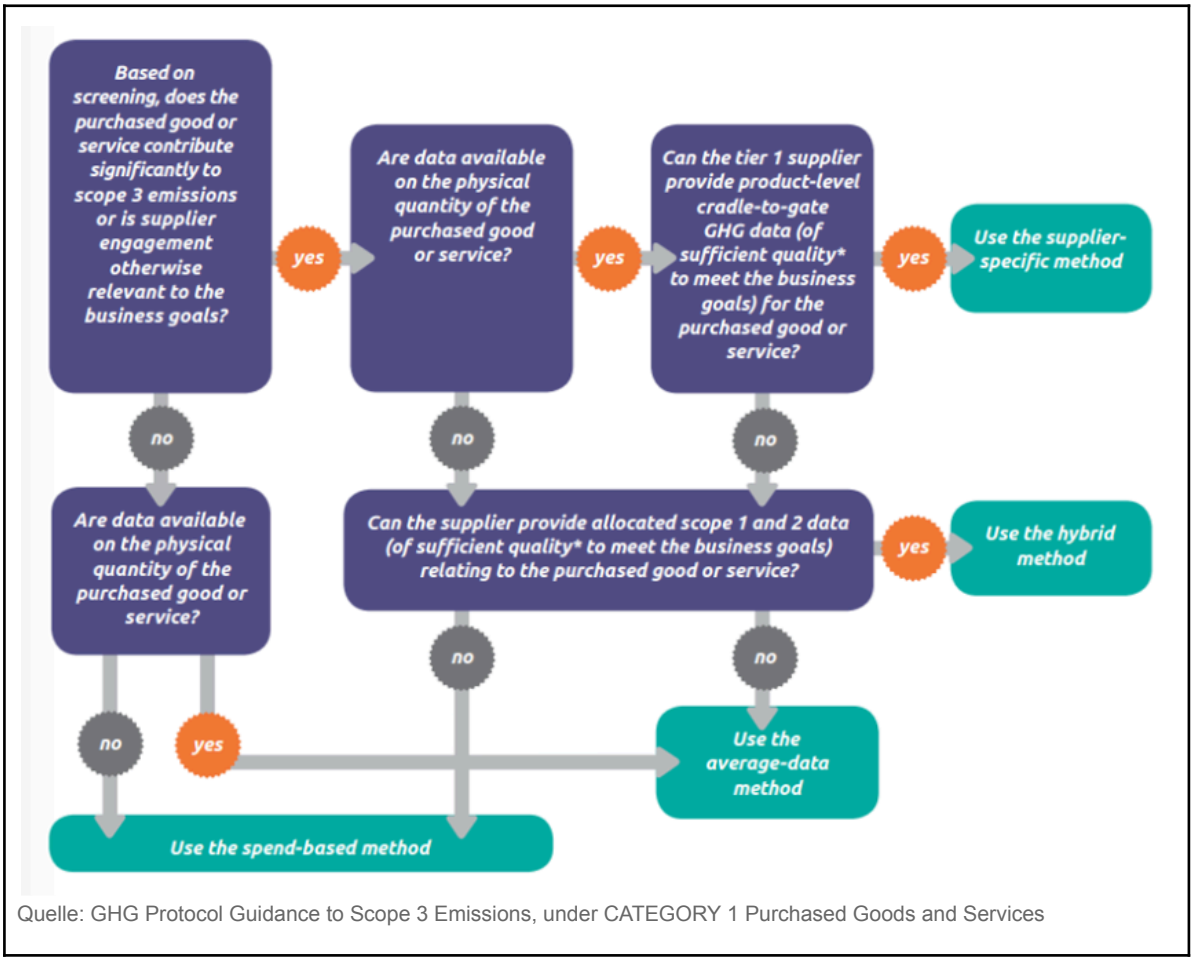
Dabei kann jeder einzelnen Transaktion ein marktbasierter und/oder standortbasierter Emissionsfaktor direkt aus den Transaktionsdokumenten (der spezifische Emissionsfaktor, der für den Lieferanten oder Tarif gilt, ist oft explizit in den Transaktionsunterlagen des Stromversorgers angegeben) und/oder von Atomic Engine zugewiesen werden. Standortbezogene Emissionsfaktoren werden in Atomic Engine gespeichert, wo der am besten passende Emissionsfaktor für diese Transaktion auf der Grundlage von Datum und Standort ausgewählt wird. Allen Scope-2-Emissionen wird mindestens ein standortbezogener EF zugewiesen. Denjenigen Transaktionen, die nachweislich marktbasierte EFs ausgewiesen haben, werden diese auch zugewiesen.

Scope-3-Details

Es werden zwei Typen von Daten aus Dokumenten extrahiert, die Informationen für die Schätzung der Scope-3-THG-Emissionen liefern. Diese sind:

1. Scope 3 "Aktivitätsbasierte Emissionen"
2. Scope 3 "Lieferkettenemissionen" (ausgabenbasiert/spend-based)

Jeder Typ hat seine eigenen Erfassungs- und Anwendungsfälle, die im Folgenden erörtert werden. Die Kombination dieser beiden Datentypen ermöglicht es dem Code-Gaia-Prozess, die in der nachstehenden Abbildung des GHG Protocol dargelegten Leitlinien zu befolgen:



Quelle: GHG Protocol Guidance to Scope 3 Emissions, under CATEGORY 1 Purchased Goods and Services

Scope 3 “Aktivitätsbasierte” Emissionen

Daten einer bestimmten Gruppe von Scope-3-Aktivitäten können aus Transaktionsunterlagen extrahiert werden. Scope-3-Emissionen, die aus spezifischen Aktivitätsdaten berechnet wurden, sind zuvor in diesem Bericht in der Tabelle "Scope 3 Aktivitätsbasierte Emissionen nach Sektoren bzw. Branchen und GHG Protocol Kategorie" dargestellt.
In jedem Fall wurden die Aktivitäten, die durch diese Berechnungsmethode dargestellt werden, auf der Grundlage ausgewählt, dass geeignete Daten verfügbar waren, um das Volumen oder die Menge der Aktivität zu schätzen, und dass die Einbeziehung der Aktivitäten in den Fußabdruck nicht unwahrscheinlich war, um das Ergebnis zu beeinflussen.

Genau wie bei der Datenerfassung für Scope 1 und 2 ist es in erster Linie wichtig, die Mengen, Entfernungen, Beförderungsarten oder Prozessarten der anfallenden Aktivitäten zu erfassen. Liegen solche Daten nicht vor, werden Informationen über die Ausgaben extrahiert, die als Proxydaten für die oben genannten Daten dienen und auf den Marktpreisen für solche Dienstleistungen basieren. In beiden Fällen werden die extrahierten Daten an Atomic Engine zur Berechnung der Treibhausgasemissionen weitergeleitet.

Scope-3-“Lieferketten”-Emissionen

Für alle anderen Transaktionen wird eine ausgabenbasierte Methode zur Berechnung der wahrscheinlichen Treibhausgasemissionen verwendet. Für diese Berechnung werden sowohl der Wert der Transaktion (in EUR oder der entsprechenden Währung) als auch Informationen über die Art der Geschäftstätigkeit, also die Art der gekauften oder verkauften Dienstleistungen oder Waren, die in ihrer Grundform dem jeweiligen OECD-Sektor des Lieferanten entspricht, verwendet.

Die Emissionen werden anhand von ausgabenbasierten Emissionsfaktoren für die spezifischen Dienstleistungen oder Waren, die gekauft wurden, berechnet. In der Regel werden Datenbanken mit ausgabenbasierten Emissionsfaktoren verwendet, darunter EXIOBASE, BEIS, Faktoren des GHG Protocols und einige des US-EPA.

Darüber hinaus werden in einigen Fällen auch lieferantenbasierte Emissionsfaktoren verwendet. Diese Emissionsfaktoren basieren auf den Pro-Umsatz-Emissionen eines bestimmten Unternehmens, die alle gemeldeten Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen berücksichtigen, abzüglich der nachgelagerten Scope-3-Emissionskomponente, um Doppelzählungen zu vermeiden. In den meisten Fällen sind solche Informationen nicht ohne weiteres verfügbar, weshalb diese Art der ausgabenbasierten Emissionsberechnung in der Minderheit ist.

Weitere Einzelheiten dazu, wie solche Modelle bei der Berechnung von Scope-3-Emissionen helfen, finden Sie auch im GHG-Protocol in der "Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions". Emissionen im Zusammenhang mit nicht-operativen Investitionsausgaben zur Gewinnoptimierung werden auf die gleiche Weise berechnet.

Berücksichtigung von Treibhausgasemissionen

In Übereinstimmung mit dem GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard umfasst dieser Bericht die Bilanzierung und Berichterstattung von sieben Treibhausgasen, die unter das Kyoto-Protokoll fallen:

- Kohlendioxid (CO2),
- Methan (CH2),
- Distickstoffoxid (N2O),
- Fluorkohlenwasserstoffe (HFC),
- perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PCF),
- Schwefelhexafluorid (SF6) und
- Stickstofftrifluorid (NF3).

In diesem Fußabdruck werden alle Emissionen als CO2-Äquivalente (CO2e) angegeben.

Disclaimer

Dieser Bericht wurde von der Code Gaia GmbH erstellt.

Dokumenten Versionsnummer	Datum	Dokument bearbeitet von	Dokument überprüft von
0.1 Draft	08.09.2023	Hanna Schürmann	Phillip Blumenthal

www.codegaia.io

Code Gaia
Am Kartoffelgarten 14
81671 München
Germany
Phone: +49 (0) 89 38035554

Dieser Bericht wurde auf der Grundlage von Informationen erstellt, die speziell für die Erstellung dieses Dokuments zur Verfügung gestellt wurden, sowie auf der Grundlage von zuvor veröffentlichten oder offengelegten Informationen. Code Gaia haftet nicht für irgendwelche falschen oder falsch dargestellten Informationen in diesem Dokument.

Code Gaia gibt keine ausdrücklichen oder stillschweigenden Zusicherungen oder Gewährleistungen in Bezug auf die in diesem Bericht enthaltenen Informationen oder Inhalte. Code Gaia haftet nicht für Schäden jeglicher Art, die sich aus der Verwendung dieses Berichts oder seines Inhalts ergeben, einschließlich, aber nicht beschränkt auf, direkte, indirekte, zufällige, strafende oder Folgeschäden.