

## Fortschrittsbericht zu den zehn Leitlinien und Leitsätzen der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

1. STRATEGIE. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.

| Thema   | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise   |
|---|--|-------------------------|---|--|
| Firmenphilosophie                               | Fokus auf vegetarische und vegane Speisen als bewusster Klimabeitrag, Fleisch/Fisch auf Anfrage und nur als Beilage. | [                       | Seit Unternehmensgründung 2014                        | [<br><br><a href="https://www.esskultour-koeln.de/catering-locations">https://www.esskultour-koeln.de/catering-locations</a>   |
| Unternehmensausrichtung und Gründungsgeschichte | „Wir möchten auffordern umzudenken“  | [                       | [   | [<br><br><a href="https://gvpraxis.food-service.de/gvpraxis/menschen/esskultour-catering--koeln-wir-moechten-auffordern-umzudenken-48604?crefresh=1">https://gvpraxis.food-service.de/gvpraxis/menschen/esskultour-catering--koeln-wir-moechten-auffordern-umzudenken-48604?crefresh=1</a> |

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

| Thema             | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|-------------------|---|-------------------------|---|----------|
| Selbstverständnis | Nachhaltigkeit wird als kontinuierlicher Prozess ohne Endzustand verstanden. Dies beinhaltet eine regelmäßige Prüfung des Status quo als Basis zur Implementierung weiterer Aspekte unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen. | [                       | [   | [        |
| [                 | [   | [                       | [   | [        |

### 3. Der ,nachhaltige Unternehmer' erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

| Thema                 | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|-----------------------|---|-------------------------|---|----------|
| Lieferantenmanagement | Zutaten aus ökologischer Herstellung und<br>fairem Handel<br><br>Bio zertifiziert seit 2019 | [                       | [   | [        |
| [                     | [   | [                       | [   | [        |

4. ÖKONOMIE in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

| Thema    | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung          | Verweise |
|----------|--|-------------------------|--|----------|
| Logistik | <p>Zentrale Tourenplanung zur Vermeidung von Doppel- und Leerfahrten</p> <p>Selbstabholungen am Produktionsstandort durch Kunden</p> <p>Lfd. zeitgemäße Fuhrparkanpassung gemäß Leasingverträgen</p> | [                       | [<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>voraussichtlich wieder 2023 | [        |
|          |  |                         |  |          |

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

| Thema                                 | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|---------------------------------------|---|-------------------------|---|----------|
| Energie                               | Bezug von 100% Ökostrom   | [                       | Seit 10/2018  | [        |
| Abfall- und<br>Lebensmittelmanagement | Vermeidung von Abfällen durch passgenaue<br>Kalkulation der Einkaufsmengen<br><br>Abgabe von Überproduktionen aufgrund<br>kurzfristiger Stornierungen an TooGoodToGo<br><br>Nutzung von Mehrweggeschirr/-besteck, nur<br>auf Wunsch Einweg und dann aus Palmblatt | [                       | [   | [        |
| Büro                                  | Nachhaltiger Internetprovider<br><br>Recyclingprintmedien<br><br>Energiesparende und neuwertige Arbeitsmittel<br>(gemäß Leasingverträgen im fortwährenden<br>Austausch)<br><br>Weitgehendste papierlose Arbeitsprozesse   | [                       | [   | [        |

6. Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

| Thema             | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|-------------------|---|-------------------------|---|----------|
| Mitarbeiter:innen | <p>Übertarifliche Bezahlung der Mitarbeiter</p> <p>Ausbildungsbetrieb in Kooperation mit dem Kolping Bildungswerk (Ausbildung zum Beikoch I Fachkraft im Gastgewerbe)</p> <p>Keine pandemiebedingten Kündigungen;<br/>Erhaltung der Arbeitsplätze</p> <p>Vertrauensarbeitszeit und flexible Arbeitszeitgestaltung, wo betriebsbedingt möglich</p> | [                       | <p>Seit 2014</p> <p>Seit 2014</p>                           | [        |
| [                 | [   | [                       | [   | [        |
| [                 | [   | [                       | [   | [        |
| [                 | [   | [                       | [   | [        |

7. Aus RESPEKT vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.

| Thema             | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren   | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|-------------------|---|---|---|----------|
| Mitarbeiter:innen | Die Auswahl und Einstellung der Mitarbeiter:innen erfolgt ungeachtet ihrer Herkunft, Geschlecht(Definition), Aussehen, Alter oder Religion. | Ein diverses Team mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, Ausbildungsstufen und Altersgruppen. | Seit Unternehmensgründung 2014                              | [        |
| [                 | [   | [   | [   | [        |
| [                 | [   | [   | [   | [        |
| [                 | [   | [   | [   | [        |

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

| Thema         | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise  |
|---------------|--|-------------------------|---|---|
| Kommunikation | Interne und externe Kommunikation nachhaltiger Unternehmensaspekte | [                       | [   | <a href="https://www.esskultour-koeln.de/vision-team">https://www.esskultour-koeln.de/vision-team</a> |



9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

| Thema                                      | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung  | Verweise   |
|--|---|-------------------------|--|--|
| Nachhaltigkeit als Unternehmensphilosophie | <p>Öko-Zertifizierung gemäß Artikel 29(1) der Verordnung (EG) 834/2007</p> <p>Mitglied der Ethik Society</p> <p>Mitglied bei dasselbe in grün e.V. (Verband der nachhaltigen Unternehmen)</p> | [                       | <p>Erstzertifizierung 11/2019<br/>Jährliche Zertifizierung</p> <p>Seit 2019</p> <p>Seit 2019</p> | <p><a href="https://www.qci.de/15.html">https://www.qci.de/15.html</a></p> <p><a href="https://wirtschaft-und-ethik.com/ethik-society/?mgp_64=5">https://wirtschaft-und-ethik.com/ethik-society/?mgp_64=5</a></p> <p><a href="https://wirtschaft-und-ethik.com/ethik-society/?mgp_64=5">https://wirtschaft-und-ethik.com/ethik-society/?mgp_64=5</a></p> |

10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

| Thema       | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise |
|-------------|--|-------------------------|---|----------|
| Kunden      | Individuelle Beratung jedes Kunden,<br>Informationsverbreitung zu Hintergründen von<br>vorwiegend vegetarischer/veganer Kost (CO2-<br>Emmissionen, Herstellung/Bezug, Tierwohl<br>etc.). | [                       | [   | [        |
| Lieferanten | Bio zertifizierte Zulieferer   | [                       | [   | [        |
| [           | [  | [                       | [   | [        |

## Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

I

| Firmierung                                       | Berichtszeitraum | Datum     |
|--|------------------|-----------|
| esskultour Catering Köln UG (haftungsbeschränkt) | 2019-2022        | 15.3.2022 |

| Verantwortliche Person | E-Mailadresse            | Telefonnummer    |
|------------------------|--------------------------|------------------|
| Ika Dau                | post@esskultour-koeln.de | 0221 69 20 44 10 |