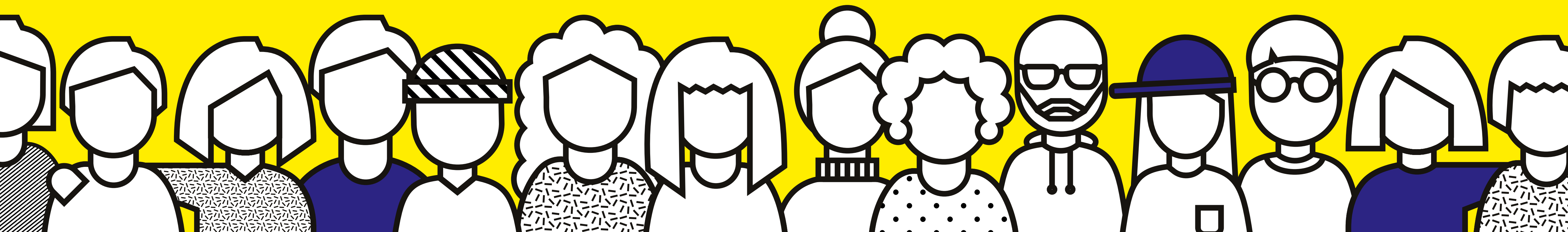


SCHUMACHER

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2022

Building a sustainable future together



WILLKOMMEN IM ÖKOsystem SCHUMACHER

Wie können wir nachhaltiger handeln? Mit dieser Frage beschäftigen wir uns schon sehr lange und sie schwingt in unseren geschäftlichen Entscheidungen immer mit.

Mit einem vielfältigen Netz an Bezugsgruppen – Geschäftsführung, Mitarbeitende, Kund:innen, Lieferant:innen, Kooperationspartner:innen und Organisationen wie B Corp oder IntegrityNext – stehen wir in regem Austausch und bilden gemeinsam mit ihnen das Ökosystem SCHUMACHER.

Wie bei Ökosystemen, die wir aus der Natur kennen, sehen wir unsere Bezugsgruppen und unsere Agentur als offene, dynamische und komplexe Gemeinschaft.

Mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht möchten wir unser aktuelles Engagement und konkrete Handlungsfelder für unser unternehmerisches Handeln transparent machen – um unserem Bild von Zukunft immer näher zu kommen.

INHALT

Agenturvorstellung	3
Beweggründe unseres Handelns	6
Der Weg zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie	7
Handlungsfelder/Strategie	10
Engagement	12
Ökologie	14
Menschen	17
Expertise	19
Wertschöpfungskette	21
Zertifizierungen	23
SDGs	24

Building Brands. Making Friends.

Dafür stehen wir als SCHUMACHER Brand + Interaction Design GmbH.
Seit unserer Gründung entwickeln wir Marken und Markenerlebnisse –
klar, inspirierend und mutig – für mehr Orientierung, Relevanz und
Zukunftsfähigkeit in Zeiten des Wandels.

SCHUMACHER

»**Making Friends**« hat für uns eine mehrfache Bedeutung: Kund:innen unserer Auftraggeber:innen werden durch die **nachhaltige Markenführung** zu treuen Freund:innen. Und wir sind stolz, auf viele langjährige Partnerschaften mit Kund:innen und Kooperationspartner:innen blicken zu können. Dabei gestalten wir die Beziehungen – wie es auch in einer Freundschaft der Fall ist – **gleichberechtigt, transparent und offen**.

Mit aktuell 25 Mitarbeitenden arbeiten wir an den Standorten Darmstadt und Berlin. Dabei entfaltet unser interdisziplinäres Team sein ganzes Potenzial durch das Zusammenspiel der Fähigkeiten jeder und jedes Einzelnen. Strateg:innen, Designer:innen, Entwickler:innen, Texter:innen und Projektmanager:innen arbeiten gemeinsam an Lösungen in den Arbeitsfeldern Markenentwicklung, Markenstrategie, Corporate Design, UI/UX Design, Web Development und Kampagnen.

Um den Sinn unseres Tuns greifbar zu machen, haben wir 2021 ein begeisterndes Zukunftsbild entwickelt, das klar unser Ziel herausarbeitet, mit unserem Handeln einen wertvollen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.

Welche Personen oder Personengruppen sind von unseren Ambitionen im Bereich Nachhaltigkeit betroffen?





BEWEGGRÜNDE UNSERES HANDELNS

Wir möchten sowohl unseren eigenen als auch allen Kindern dieser Erde einen lebenswerten Lebensraum hinterlassen.

Menschen in anderen Erdteilen – wie auch in unserer Gesellschaft – soll Bildung, Gesundheit und Teilhabe ermöglicht werden. Dazu möchten wir einen Beitrag leisten und sehen uns in der Pflicht, unser Handeln entsprechend nachhaltig auszurichten und unsere Bemühungen weiter auszubauen.

Mit unserer Expertise möchten wir Unternehmen unterstützen, die eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft vorantreiben. Damit Nachhaltigkeit bei immer mehr Menschen und Unternehmen in den Fokus rückt, ist gute Kommunikation wichtig. Auch im Hinblick auf die Berichtspflichten, die künftig an Unternehmen gestellt werden. Wir sehen die Kommunikations- und Designbranche in hoher Verantwortung, um transparente, klare und authentische Kommunikation zu gewährleisten.

Mit der Entwicklung unserer eigenen Nachhaltigkeitsstrategie, den Zertifizierungen und der Veröffentlichung unseres eigenen Nachhaltigkeitsberichts qualifizieren wir uns als sachkundige Partnerin, um unsere Kund:innen bei den Themen Nachhaltigkeit und Kommunikation zu unterstützen. Außerdem erlangen wir darüber selbst Erkenntnisse über unseren Status Quo und unsere Potenziale, uns stetig weiterzuentwickeln.

Analysen des Zukunftsinstituts und des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung besagen, dass zukunftsfähige Unternehmen immer Nachhaltigkeit mitdenken. Uns und unseren Mitarbeitenden möchten wir ein zukunftsfähiges Unternehmen gestalten. Themen wie Gesundheit, Konnektivität, New Work und Gender Shift sollen auch in unserer Agentur leb- und erlebbar sein. Wir möchten Sinn in unserem Handeln erkennen und Menschen dazu bringen, ihr volles Potenzial zu entfalten, damit die Welt für alle besser und lebenswerter wird.

DER WEG ZU UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Zu Beginn des Jahres 2022 haben wir uns die Frage gestellt, welche Hebel wir haben, um neben den vielen »alltäglichen« Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit, die wir seit Jahren leben und die für uns zur Selbstverständlichkeit geworden sind, eine größere Wirkung zu erzielen. Vielleicht sogar, um klimaneutral zu werden? Wie identifizieren wir wirkungsvolle Handlungsfelder?

Um diese Fragen beantworten zu können, haben wir eine sogenannte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Diese strukturierte Vorgehensweise bietet sich an, um die Erwartungen und Interessen unserer internen und externen Bezugsgruppen herauszuarbeiten und mit Ihnen in den Dialog bezüglich Nachhaltigkeit zu treten.

Als Vorbereitung haben wir eine Umfeldanalyse vorgenommen. Diese beinhaltete eine Betrachtung mehrerer stellvertretender Kund:innen, Lieferant:innen und unseres Umfeldes bezüglich ihrer eigenen Bestrebungen und Erwartungen an uns in Bezug auf Nachhaltigkeit.

Im Anschluss befragten wir mehrere Kund:innen, Lieferant:innen, Partner:innen und unsere Mitarbeitenden, welche Themen Sie als »wesentlich« betrachten.

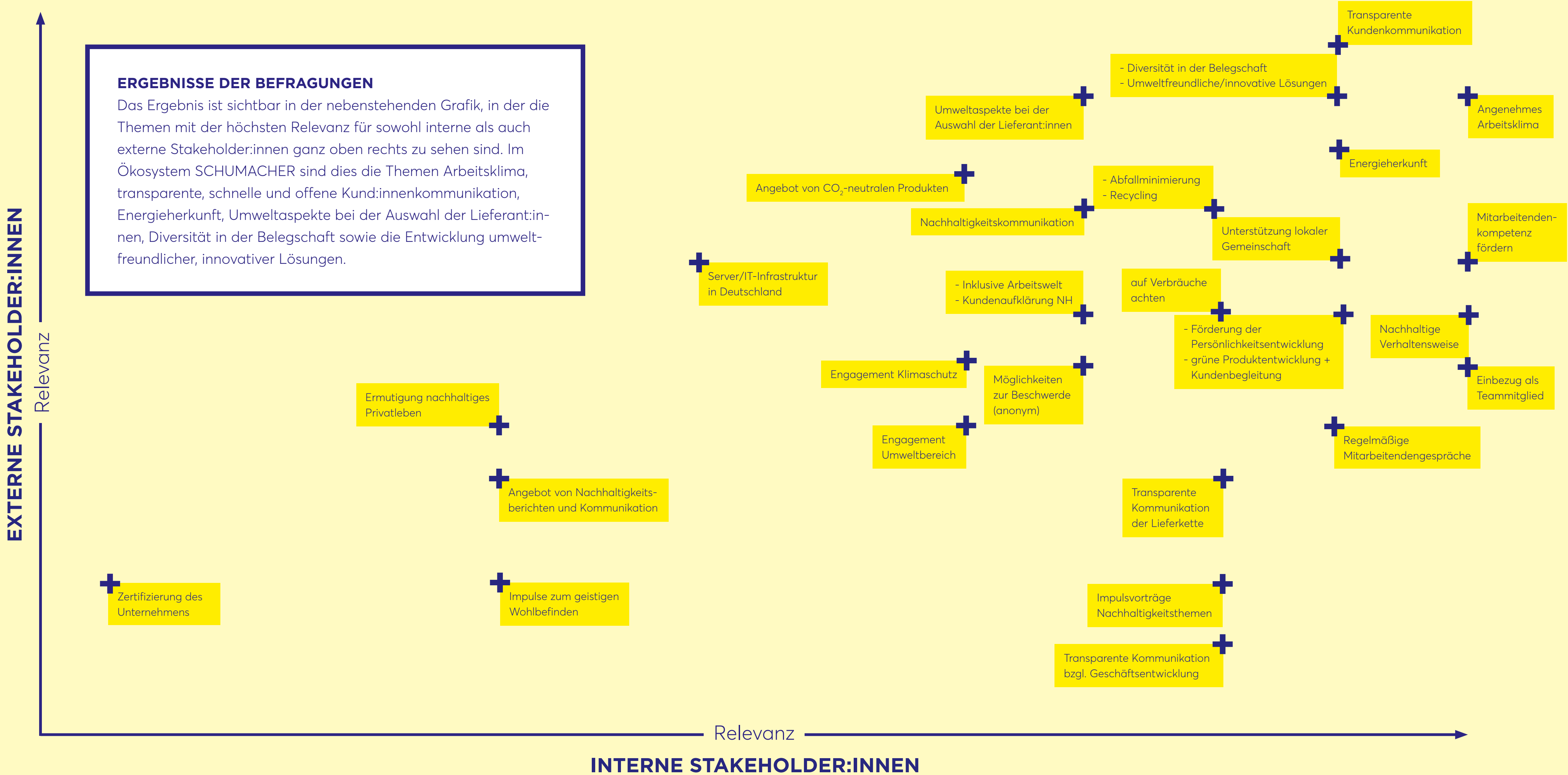
Die Rückmeldungen gaben uns wertvolle Informationen darüber, welche Handlungsfelder in der Innen- und Außenwahrnehmung bereits gut von uns erfüllt werden und in welchen Bereichen sich darüber hinaus unsere Bezugsgruppen weiteres Engagement von SCHUMACHER wünschen.

Die Ergebnisse der Befragung haben wir nach der Geschäftsrelevanz und dem Impact (Outside-In- und Inside-Out-Perspektive) sowie der Wesentlichkeit für unsere internen und externen Stakeholder:innen priorisiert. Hierbei haben wir auch direkte Kommentare der Befragten mit einbezogen.

Das sich daraus ergebende Ranking der Themen bildete zusammen mit unserer eigenen Einschätzung die Grundlage für die Bestimmung der Handlungsfelder, mit denen wir das Ökosystem SCHUMACHER weiter in Richtung Nachhaltigkeit entwickeln möchten.

- Nachhaltigkeit beinhaltet viele unterschiedliche Aspekte, die für jedes Unternehmen unterschiedlich bedeutend oder wesentlich sind. Somit ist es für die Formulierung der Nachhaltigkeitsstrategie unerlässlich, die Perspektiven der internen und externen Stakeholder:innen miteinander zu vergleichen und die Themen zu priorisieren.

WESENTLICHKEIT NACH EXTERNER UND INTERNER PERSPEKTIVE

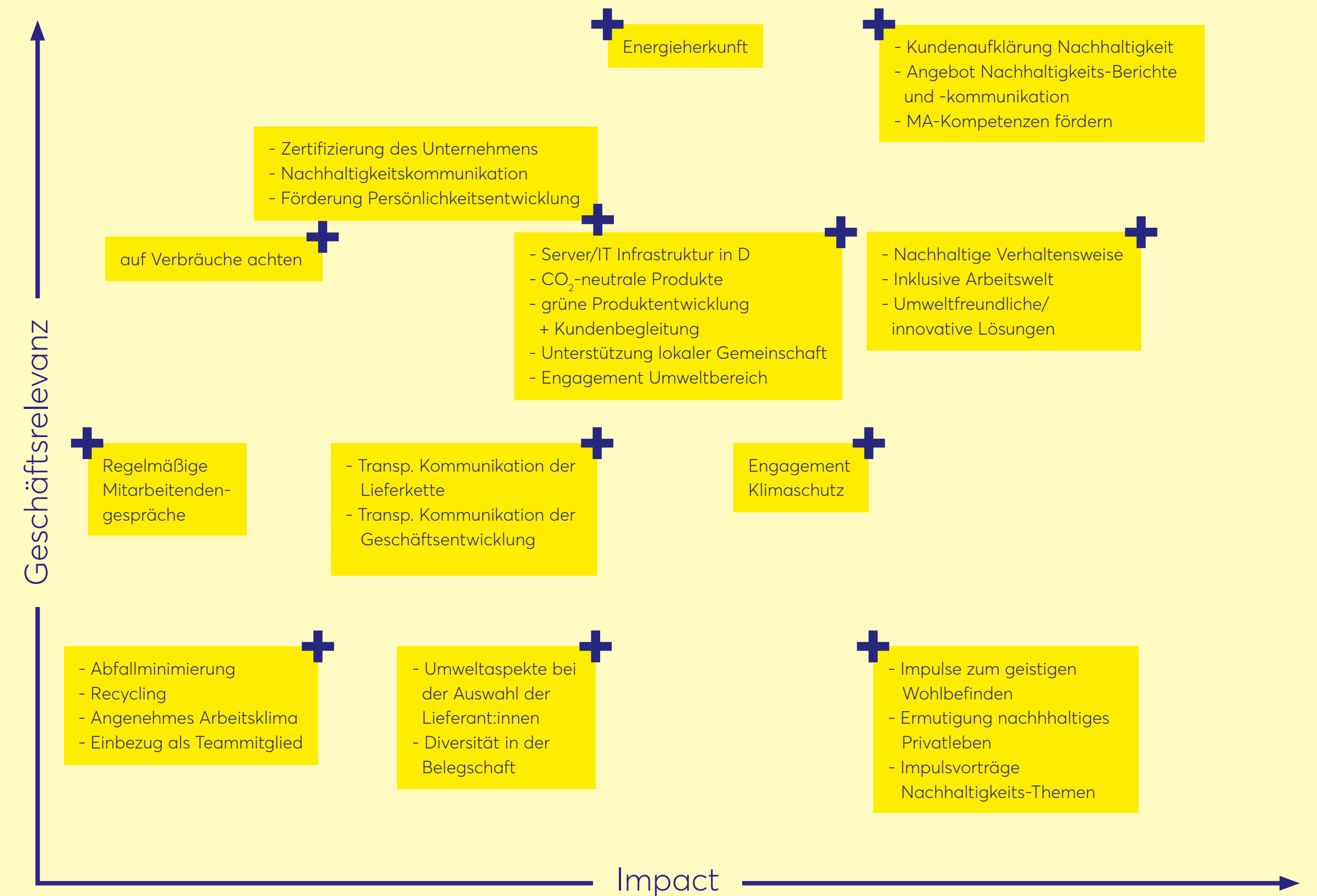


Geschäftsrelevanz und Impact

Neben der Relevanz für Stakeholder:innen haben wir unsere Wesentlichkeitsanalyse nach den neusten Vorgaben der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) mit der Impact- und Geschäftsrelevanz erweitert und die Nachhaltigkeitsthemen der Stakeholder:innen danach bewertet.

Auf der **x-Achse** wird somit die sogenannte **Inside-Out-Perspektive** dargestellt. Sie bewertet die Geschäftstätigkeiten, Geschäftsbeziehungen sowie Produkte und Dienstleistungen von SCHUMACHER, die sich sowohl positiv als auch negativ auf die Nachhaltigkeitsaspekte auswirken können und somit den Impact oder die Nachhaltigkeitsrelevanz darstellen.

Auf der **y-Achse** wird die **Outside-In-Perspektive** aufgezeigt. Dies beinhaltet Nachhaltigkeitsaspekte, die als Chancen und Risiken auf den Geschäftsverlauf, das Ergebnis oder die Lage von SCHUMACHER Einfluss nehmen können und somit Geschäftsrelevanz haben.



BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE TOGETHER

Basierend auf den Auswertungen der Befragungsergebnisse sowie der Nachhaltigkeits- und Geschäftsrelevanz haben wir fünf Handlungsfelder gewählt, die die Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Mit Fokus auf diese Handlungsfelder möchten wir Nachhaltigkeit im Ökosystem SCHUMACHER vorantreiben und verankern.

SCHUMACHER

HANDLUNGSFELDER

Auch in der Vergangenheit haben wir uns durch die Verankerung der folgenden Maßnahmen in unseren Agenturalltag in Richtung Nachhaltigkeit entwickelt:

- Erarbeitung eines SCHUMACHER Werte-Kodex
- Transparente Kommunikation der Geschäftsentwicklungen
- Think global, act local – Gründung der Ortsgruppe Darmstadt des Open Green Map Projects
- Gestaltung einer lebenswerten Zukunft durch innovative Beteiligungsmethoden für alle Bürger:innen – zum Beispiel als Mitgründer der gemeinnützigen solon gGmbH
- Beteiligung an den Initiativen »Design for Democracy« und Hessen Design im Zeichen der Demokratie
- Unterzeichnung der Charta für nachhaltiges Design

— **ENGAGEMENT**

— **ÖKOLOGIE**

— **MENSCHEN**

— **EXPERTISE**

— **WERTSCHÖPFUNGSKETTE**



ENGAGEMENT

»Unternehmer:innen unternehmen etwas«. Makers make.

Wir sind der festen Überzeugung, dass unser Handeln nicht nur unmittelbar, sondern auch mittelbar Wirkung entfaltet.

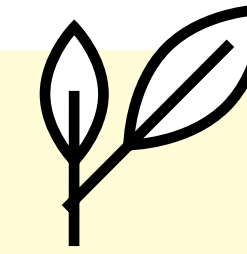
Daher engagieren wir uns seit unserer Gründung mit Spenden und Arbeitszeit in **sozialen und ökologischen Projekten** und beteiligen uns aktiv an der Mitgestaltung unseres Umfeldes. Aus diesem Grund sind wir Mit-Gründungs-Gesellschafter bei solon, einer gemeinnützigen Unternehmung, die in Städten und Gemeinden deutscher Metropolregionen Bürger:innen im Rahmen von Demokratie-Projekten zur Gestaltung einer lebenswerten Zukunft einlädt.

Beim Unternehmensnetzwerk Nachhaltigkeit der Industrie- und Handelskammern sind wir ebenfalls Gründungsmitglied.

Darüber hinaus spenden wir regelmäßig an Hilfsprojekte aus den Bereichen Umwelt, Natur und humanitäre Hilfen und unterstützen diverse Naturschutzprojekte, die sich mit Aufforstung und dem Schutz von Wäldern und Mooren beschäftigen.

Für die Zukunft wünschen wir uns noch mehr Partnerschaften für mehr Nachhaltigkeit und die Unterstützung lokaler Gemeinschaft. **Ab 2023 werden wir mindestens 1% des Unternehmensgewinns in Form von Arbeitszeit oder Geld spenden.** Regelmäßige Beteiligung an Netzwerktreffen und MeetUps werden fester Bestandteil unseres Arbeitslebens.

SAUBERES TRINKWASSER



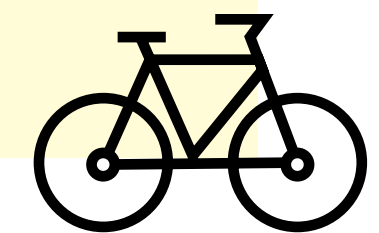
Um unsere unvermeidbaren Emissionen von 5t CO₂ zu kompensieren, haben wir uns entschieden, ein Klimaschutzprojekt in Eritrea zu unterstützen. Damit sind wir seit 2022 in Scope 1 und 2 klimaneutral.

verify.conclimate.de/tracking/TMVAPI/

STADTRADELN

Seit 2021 nehmen wir SCHUMIS an der Aktion Stadtradeln teil, um das Bewusstsein der Mitarbeitenden fürs Radfahren zu schärfen, zu mehr Radfahren im Aktionszeitraum zu animieren und eine aufmerksamkeitsstarke bundesweite Aktion als Beitrag für die Verkehrswende zu unterstützen.

stadtradeln.de



ÖKOLOGIE

Der Klimawandel ist allgegenwärtig. Um auch zukünftigen Generationen einen lebenswerten Planeten zu hinterlassen, halten wir unseren ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich.



Jedes Handeln setzt CO₂ frei – auch bei uns. Daher haben wir 2022 Jahr zum ersten Mal unseren ökologischen Fußabdruck in **Scope 1 und 2** berechnet. Da wir bereits seit Langem unseren Strom aus erneuerbaren Energien beziehen, konnten wir die unvermeidbaren Emissionen von ca. 5t kompensieren. Damit sind wir seit 2022 in Scope 1 und 2 klimaneutral. In den kommenden Jahren möchten wir auch die Emissionen in den vor- und nachgelagerten Prozessen (**Scope 3**) unserer Wertschöpfungskette erfassen und minimieren. Daneben arbeiten wir darauf hin, unsere Präsenz-Meetings und Veranstaltungen klimaneutral durchzuführen und unsere Server/IT Infrastruktur in Deutschland zu etablieren.

Für uns zählt jede noch so kleine Maßnahme, um Energie einzusparen. Deshalb haben wir eine Umweltrichtlinie verfasst, in der Themen wie Abfall, Energieherkunft, verwendete Materialien und Verpackungen festgelegt sind. Auch Geschenke sind bei uns immer nachhaltig, kommen von lokalen Herstellern oder werden in Form von Spenden-Gutscheinen überreicht.

Die von der Agentur gestellten Lebensmittel und Getränke sind zu fast 100 Prozent in Bio-Qualität und kommen, wo immer machbar, von regionalen Hersteller:innen und Lieferant:innen.

Um unseren Teammitgliedern Zugang zu umweltfreundlicher Mobilität zu ermöglichen, bieten wir Fahrrad-Leasing an.

UNSERE UMWELTRICHTLINIEN

- Bevorzugt **Remote-Termine** mit Kund:innen, um unnötige Wege zu vermeiden
- **Lebensmittel** alle im Bio-Standard
- **Papierprodukte** aus Recyclingpapier (95%)
- **Energieherkunft**: Wir beziehen Ökostrom unseres regionalen Energieanbieters
- Aufladbare **Batterien** (Akkus)
- Umweltschonende **Lüftungs- und Heizroutinen**
- Vermeidung langer **Lieferketten**
- Nachhaltige und regionale **Geschenke**
- Wir achten, wo immer möglich, darauf, nachhaltige **Büroartikel** zu beschaffen und hinterfragen regelmäßig unsere Einkaufsgewohnheiten
- Bei **Dienstreisen** bevorzugen wir die Buchung von öffentlichen Verkehrsmitteln. In Ausnahmefällen werden Carsharing-Fahrzeuge genutzt.
- Vermeidung von **Verpackungsmüll**
- **Mülltrennung**

Ökologischer Fußabdruck

PFCs

HFCs

SF₄

N₂O

CO₂

CH₄

**SCOPE 2
(indirekt)**

Strom, Wärme-
energie, und Klima-
technik für den
Eigenbedarf

**SCOPE 3
(indirekt)**

Leasing-
gegenstände

Pendler-
verkehr

Geschäfts-
reisen

**SCOPE 1
(direkt)**

Betriebliche
Einrichtungen

Betriebliche
Fahrzeuge

**SCOPE 3
(indirekt)**

Transport und
Verteilung

Verarbeitung
verkaufter
Produkte

Verwendung
verkaufter
Produkte

Weiterverarbeitung
von Produkten
am Ende ihrer
Lebensdauer

Leasing-
Gegenstände

Investitionen

Bezogene
Waren und
Dienstleistungen

Investitions-
güter

Brennstoffe
und energie-
verbrauchende
Tätigkeiten

Transport und
Verteilung

Abfälle
aus operativen
Tätigkeiten

Vorgelagerte Aktivitäten

Berichtendes Unternehmen

Nachgelagerte Aktivitäten



MENSCHEN

SCHUMACHER sind Friends – Teamgeist, Vertrauen und Agilität sind unsere gelebten Werte und die Leitlinien, an denen sich unser Miteinander orientiert. Wir sind stolz darauf, mit einem kompetenten, lebendigen Team ein offenes und inklusives Arbeitsumfeld aufgebaut zu haben.

Achtsamkeit

Unser Umgang ist geprägt von den Prinzipien der Achtsamkeit. Dies meint den respektvollen Umgang miteinander sowie gegenüber unseren Kund:innen, dem Umfeld, den Räumlichkeiten sowie der Ausstattung.

Kommunikation und Arbeitsklima

Flache Hierarchien, Teamevents, gemeinsame Pausen, Zeit und Raum für das Kennenlernen neuer Kolleg:innen, Mitsprache und Kommunikation machen das Arbeitsklima freund(schaft)lich und angenehm.

Mitarbeitenden-Entwicklung und Förderung

Wir legen großen Wert darauf, die Kompetenzen und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden zu fördern und haben hierfür interne Formate wie den Maker- oder FocusDay geschaffen. Hier ist Raum zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung, u.a. durch Peer-Learning und Input durch externe Expert:innen. Dies schließt auch Impulse für nachhaltige Verhaltensweisen im Arbeits- und Privatleben sowie zur mentalen Gesundheit (Meditation, Sporteinheiten) ein. Auch Weiterbildung mit externen Partner:innen steht allen Mitarbeitenden offen.

Feedbackkultur

Regelmäßiges Feedback von Kolleg:innen und unser wertschätzendes Miteinander stärken den Zusammenhalt im Team. Wir legen viel Wert auf eine offene Kultur und gelebte Eigenverantwortung.

Familien

Wir sehen uns als familienfreundliches Unternehmen, in dem Arbeitszeitmodelle auf die jeweilige Lebenssituation abgestimmt werden können.

SCHUMACHER steht für eine positive, lebenswerte Zukunft. Gemeinsam wollen wir diese nachhaltig gestalten und positive Lebens- und Arbeitswelten schaffen. Auch zukünftig möchten wir vielfältige Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung und Raum zur Entfaltung bieten.



EXPERTISE

Als strategische Designagentur entwickeln wir starke Marken und digitale Anwendungen, die nachhaltig Wirkung entfalten und begeistern – für mehr Relevanz und Zukunftsfähigkeit in Zeiten des Wandels.

Firmen und Organisationen, die sich zukunftsfähig aufstellen wollen, integrieren Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie und berücksichtigen Nachhaltigkeits-Aspekte bei deren Umsetzung.

An beiden Stellen können wir unsere Kund:innen als Agentur unterstützen und unsere Expertise einbringen: Sich verändernde Unternehmensausrichtungen werden auch visuell durch eine nachhaltige Markenentwicklung und angepasstes, langlebigen Corporate Design nach innen und außen sichtbar. Bei der Umsetzung von internen und externen Kommunikationsmaßnahmen – digitalen Anwendungen und analogen Kontaktpunkten – beraten wir unsere Kund:innen stets zu nachhaltigen Alternativen und Anbietern.

Unsere Leitlinien für die Gestaltung umweltfreundlicher Webseiten, CO₂-neutrales Hosting und die Verwendung umweltfreundlicher Printprodukte sind bereits fest in unseren Arbeitsalltag integriert.

Seit 2022 bieten wir die Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten an. Bei digitalen und Druckerzeugnissen beraten wir unsere Kund:innen zu umweltfreundlichen Produkten.

LEISTUNGEN:

Wir beraten unsere Kund:innen zu:

- Umweltfreundlichen Druck-Materialien
- CO₂-neutralem Hosting
- Nachhaltigen Incentives für Tester:innen
- Umweltfreundlichen Werbematerialien

Wir vernetzen Unternehmen mit Nachhaltigkeitsberatungen.

Gleichzeitig verstehen wir uns als Botschafter für das Shared Value Prinzip und werden durch das steigende Bewusstsein in der Gesellschaft und neue rechtliche Vorgaben zu Corporate Social Responsibility in unserem Tun unterstützt.

Dies möchten wir in Zukunft weiter ausbauen und nach dem Shared Value Prinzip nachhaltige Marken- und Produktentwicklung mit unseren Partner:innen und Kund:innen – unseren »Friends« – weiter in unserer Branche vorantreiben.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Nachhaltige Wertschöpfung mehr und mehr in unsere Arbeitsprozesse zu integrieren, ist unser erklärtes Ziel. Aus unseren Umfragen wissen wir, dass unsere Partner:innen und Kund:innen die schnelle, transparente und korrekte Kommunikation sehr zu schätzen wissen.



Weitere Beispiele für nachhaltige Wertschöpfung sind die Zusammenarbeit mit regionalen Organisationen wie Städten, Gemeinden und Vereinen. Auch unser Engagement für gemeinnützige Projekte wie Solon, bei denen es um innovative Formen gesellschaftlicher Beteiligung zur Stärkung des demokratischen Miteinander geht, zahlen auf dieses Ziel ein.

Wir sind stolz darauf, mit Kund:innen wie der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) zusammenzuarbeiten, die global zum Kompetenzaufbau in ganz unterschiedlichen Bereichen beiträgt.

Unsere Strategie zur Gewinnung neuer Projekte zielt darauf ab, Unternehmen und Organisationen anzusprechen, die sich nachhaltig ausrichten möchten. Mit unserem Erfahrungsschatz aus der Nachhaltigkeitskommunikation sowie der eigenen Nachhaltigkeits-Transformation können wir unsere Kund:innen sehr gut dabei unterstützen.

Für die Auswahl unserer Lieferant:innen möchten wir Kriterien erarbeiten, die Umweltaspekte und Diversität beinhalten.

BEISPIELHAFTE PROJEKTE MIT NACHHALTIGKEITS-BEZUG:

- **Wissenschaftsstadt Darmstadt** Brand Design und Online Plattform für Smart City Projekt »Schlaues Wasser« [↗](#)
- **Stadt Dieburg** Markenidentität und Brand Design für die Stadt Dieburg, Entwicklung von Nachhaltigkeits-Kampagnen
- **Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH** Medien- und Websitegestaltung für diverse Projektvorhaben der internationalen Zusammenarbeit, Berichte, Broschüren, Factsheets, Event-Design und digitale Anwendungen
- **Philipps-Universität Marburg** Online-Plattform »Hessische Parlamentarismusgeschichte« [↗](#)
- **Solon gGmbH** Zukunftsbild, Brand Strategy & Brand Design, Kampagnengestaltung, Event-Design [↗](#)
- **HA Hessen Agentur GmbH** Konzeption, Brand Design und Veranstaltungsausstattung für das Jugend Europa Festival »Hey, Europe!« der hessischen Staatskanzlei [↗](#)
- **Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Programm AUF!leben** Entwicklung eines begeisternden Zukunftsbildes für die Stadt Frankfurt mit rund 200 Jugendlichen
- **Röhm GmbH** Gestaltung Nachhaltigkeitsbericht [↗](#)
- **Internationales Kompetenzzentrum für Nachhaltige Chemie (ISC3)** Brand Design, Design Manual, Gestaltung Kommunikationsmaterialien

ZERTIFIZIERUNGEN

Um unsere Anstrengungen hinsichtlich Nachhaltigkeit zu dokumentieren und weitere Impulse für unser Handeln zu erhalten, haben wir verschiedene Zertifizierungen angestoßen.



IntegrityNext ermöglicht es Unternehmen, ihre Lieferant:innen auf Nachhaltigkeit und Compliance zu überprüfen, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen und Risiken zu reduzieren. Die IntegrityNext-Plattform holt die erforderlichen Selbsteinschätzungen und Zertifikate der Lieferant:innen ein und überwacht die sozialen Medien auf Fehlverhalten und Reputationsrisiken. Wir sind seit Februar 2022 auf der Plattform zertifiziert und bieten somit unseren Partner:innen eine transparente Einsicht in unsere Maßnahmen bezüglich Compliance und Nachhaltigkeit.

Aktuell durchlaufen wir die Zertifizierung zum **B-Corp-Unternehmen**. Hierbei werden unsere Leistungen in den Bereichen Unternehmensführung, der Umgang mit unseren Mitarbeitenden sowie unsere Auswirkungen auf die Umwelt, Gesellschaft und unsere Stakeholder:innen geprüft.

Das B Lab ist eine wachsende globale Bewegung von Unternehmen, die aktiv eine nachhaltige, soziale und faire Zukunft vorantreiben. Das Zertifikat »B Corporation« erhalten Unternehmen, die ihre Strategie und Abläufe besonders umweltfreundlich und sozial gestalten.

SDG – SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (engl. Sustainable Development Goals (SDGs)) sind politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen (UN), welche basierend auf der Agenda 2030 entwickelt wurden. Die 17 Ziele mit den dazugehörigen 169 Unterzielen werden oft auch als Zukunftsvertrag der Weltgemeinschaft für das 21. Jahrhundert bezeichnet, da sie global als Rahmenwerk für die nachhaltige Entwicklung in den Bereichen Ökonomie,

Ökologie und Soziales dienen sollen. Auch Unternehmen können diese Ziele für sich anwenden.

Wir bei SCHUMACHER unterstützen die Zielsetzung der Vereinten Nationen und möchten mit unseren Unternehmensaktivitäten aktiv dazu beitragen, diese zu erreichen.

	1 KEINE ARMUT	2 KEIN HUNGER	3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN	4 HOCHWERTIGE BILDUNG	5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT	6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-LENSCHÜTTUNGEN	7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE	8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTS- WACHSTUM	9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR	10 WENIGER UNGLEICHHEITEN	11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN	12 NACHHALTIGE/ R KONSUM UND PRODUKTION	13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ	14 LEBEN UNTER WASSER	15 LEBEN AN LAND	16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN	17 PARTNER- SCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE
ÖKOLOGIE			+				+					+	+		+		
ENGAGEMENT				+				+	+	+	+		+		+	+	+
MENSCHEN			+	+	+			+		+		+					
EXPERTISE									+			+	+				+
WERTSCHÖPFUNGSKETTE					+			+	+			+	+				+

DANKE!

Danke an alle Kolleg:innen sowie an alle Partner:innen und Mitstreiter:innen für das große Engagement und die gute Zusammenarbeit, die diesen Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2022 erst ermöglicht haben.

Wir nehmen die wertvolle Erfahrung dieses Prozesses als Ansporn, weiter zielstrebig an unseren Aufgaben auf dem Weg in eine gute Zukunft zu arbeiten.

Darmstadt, 3. Juli 2023

Kontakt Herausgeber

Michael und Verena Schumacher
SCHUMACHER Brand + Interaction Design GmbH
Julius-Reiber-Straße 22
64293 Darmstadt
[schumacher-design.de](https://www.schumacher-design.de)

Verantwortlich für den Inhalt

Verena Schumacher, Stefanie Wagner

Redaktion und Design

Hanna Bamberger, Eileen Bosselmann, Anna Hagmann,
Verena Schumacher, Stefanie Wagner

Strategische Nachhaltigkeitsberatung

7stepssolution
Elisabeth Kraut, Alicia Lamas Jung
Weißbacherstr. 32
74679 Weißbach
[7stepssolution.de](https://www.7stepssolution.de)

Bildnachweise

S. 5 Julia Wisswesser

SCHUMACHER

LET'S GO!