



Gemeinwohlbericht Theater Salz+Pfeffer über den Zeitraum 2021/2022

Theater Salz+Pfeffer
Frauentorgraben 73 | 90443 Nürnberg
+49 911 224388 | salz@pfeffertheater.de
www.t-sup.de

Inhaltsverzeichnis

Unternehmen	
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens	4
Produkte / Dienstleistungen	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl	5
Testat	6
A Lieferant*innen	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	9
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	10
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	11
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	11
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	12
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	13
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	14
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	15
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	16
B4 Eigentum und Mitentscheidung	16
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme	17
C Mitarbeitende	17
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	17
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	19
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	19
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	21
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	21
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens	22
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	22
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates	23
D1 Ethische Kundenbeziehung	24
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	25
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	25
D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	27
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	27

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	28
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	28
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen	30
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	30
E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	32
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	32
E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	35
E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	35
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	35
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	35
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	37
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	37
Ausblick	38
Kurzfristige Ziele	38
Langfristige Ziele	38
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)	39
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	39

Allgemeine Informationen zum Unternehmen



Firmenname: Theater Salz+Pfeffer

Rechtsform: GbR

Website: www.t-sup.de

Branche: Kunst / Kultur / Unterhaltung / Theater

Firmensitz: Nürnberg

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 8 – 10

Vollzeitäquivalente: 5

Saison- oder Zeitarbeitende: 3 – 5

Umsatz: 430.000,- € (2022)

Jahresüberschuss: 53.700,- € (2022)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: Januar 2021 – Dezember 2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Prolog: Es ist die Magie, welche die beiden Theatergründer*innen Paul Schmidt und Wally Schmidt zu der Sparte Figurentheater zieht: Das Übertragen der Sehnsüchte und Wünsche, der Aggressionen und Fragen auf die Welt der Dinge. Die unendlichen Möglichkeiten der bildnerischen Kunst mit dem darstellenden Spiel zu verbinden, ist der Forschungsort, an dem sich die beiden passionierten Puppenspieler*innen wohl fühlen. Rein die geschichtliche Wandlung des Theaterhauses am Plärrer vom Ring-Café (1905) über das Lichtspielhaus (ab 1946) über das Theater der Puppen im KaLi (ab 1997) bis zur Modernisierung (2008) inspiriert das Ensemble allgegenwärtig. So bleiben die Akteur*innen offen für Neues und ihre Inszenierungen sind stets gewürzt mit Salz+Pfeffer!

Unser Theater am Nürnberger Plärrer bespielen wir ganzjährig. Zudem zeigen wir unser Repertoire nicht nur bundesweit, sondern auch auf Festivals wie z.B. bereits in Korea, Indien, Japan oder Russland.

Gesellschaftliche Themen sind uns ein großes Anliegen, Theater ist der Ort, um Gedanken anzuregen und um Humanität und Toleranz ins Licht zu rücken. Als Privattheater (GbR) ist es dabei für uns unerlässlich, dass wir städtischen und staatlichen Theatern gleichgestellt werden, dies hat der Bezirk Mittelfranken bestätigt. Ohne öffentliche Zuschüsse durch die Stadt Nürnberg, den Bezirk Mittelfranken und den Freistaat Bayern wäre das Theater mit seinem aktuellen Themenprogramm und den sieben hauptberuflichen Theaterleuten nicht möglich. So jedoch können wir gerade für Berufseinsteiger*innen ein Sprungbrett in die Kulturbranche bieten.

Produkte / Dienstleistungen

Unser Angebot spricht eine große Bandbreite von Zielgruppen an, so bieten wir **Figurentheater für Erwachsene** in Form eines Abendprogramms mit Klassikern und Stücken zeitgenössischer Autor*innen sowie Produktionen mit Live-Musik. Die zweite Sparte ist **Puppentheater für Kinder** in Form von Familientheater am Nachmittag, ebenso wie Gruppenvorstellungen für Schulen oder Kindergärten am Vormittag für Kinder von 3 bis 12 Jahren. Neben den Vorstellungen im eigenen Haus ist das Theater Salz+Pfeffer auch im In- und Ausland auf Festivals und zu Gastspielen unterwegs. Wer eingeladen wird, lädt auch gerne selber ein, und so freuen wir uns regelmäßig über **Gäste auf unserer Bühne** aus dem großen Pool unserer Figurentheaterkolleg*innen. Ebenfalls ist unser Haus regelmäßig Gastgeber beim internationalen figures.theater.festival sowie dem Kindertheaterfestival „Panoptikum“. Ergänzt wird unser Angebot durch unsere hauseigene **Theaterpädagogik** in Form von Workshops in den Bereichen Material-/Objekt-/Figurentheater für Erwachsene, Kinder und Jugendliche sowie theaterpädagogische Begleitprogramme für Schulklassen. Darüber hinaus vermieten wir unsere Räumlichkeiten an Externe, zum Beispiel für Privatfeiern.

Gemessen an den Eigeneinnahmen von 108.000 € (2022) ergibt sich folgender Umsatzanteil der einzelnen Sparten:

Aufführungen im eigenen Haus / Ticketverkauf	76.400 € $\hat{=}$ 70,7 %
Gastspiele außer Haus	24.400 € $\hat{=}$ 22,6 %
Theaterpädagogik / Workshops	5.200 € $\hat{=}$ 4,8 %
Vermietung / Sonstiges	2.000 € $\hat{=}$ 1,9 %

Unser Gesamthaushalt inklusive Subventionen, Förderungen und Spenden lag 2022 allerdings bei 430.000 €, die eigenen Dienstleistungen entsprechen folglich nur 25,1 % des Gesamtumsatzes. Im vorherigen Jahr 2021, das durch die Pandemie noch von Theaterschließungen geprägt war, lag der Gesamtumsatz bei 330.000 € mit 47.900 € Eigeneinnahmen.

Das Unternehmen und Gemeinwohl


Theater und Gemeinwohl. Warum?

Wir achten seit vielen Jahren und somit auch bereits vor der ersten Erstellung der Gemeinwohlbilanz darauf, uns ökologisch und sozial kontinuierlich zu verbessern. Menschenwürde, Demokratie, friedliches Zusammenleben und Achtung von Natur und Umwelt sind für uns zu pflegen-


de und zu fördernde Lebenspfeiler. Bei unserer Stückauswahl liegt der Schwerpunkt auf den Themenfeldern Menschlichkeit, Demokratie und friedliches Zusammenleben. Nach der ersten Bilanzierung bestätigte sich die Entscheidung zur Gemeinwohlökonomie, da das stetige Reflektieren und Finden neuer Maßnahmen unserem Anspruch entspricht. Entsprechend haben wir uns zur Zweitbilanzierung entschlossen, um unsere selbst gesetzten Ziele zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Der zusätzliche Zeitaufwand war bei unserem kleinen Team zwar enorm, jedoch durch die bereits vorhandenen Kompetenzen bewältigbar.

Unsere Ansprechpartnerin hierfür ist Wally Schmidt (wally.schmidt@theatersalzpfeffer.de / Tel. 0911-22 43 88)

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Theater Salz+Pfeffer, Nürnberg**

M5.0 Kompaktbilanz **2021 / 2022** **PG-MN-2023-01-Rebilanzierung**

zert. Begleiter*in **Thomas Mönius** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

Stimmumschwung, Hayo Keckels, Wilhelmsdorf Meister Küfner Nusseckenmanufaktur, Nürnberg FARCAP Faire Mode gGmbH, Fürth GeoTeam Gesellschaft für umweltgerechte Land- und Wasserwirtschaft mbH



Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 60 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %

Zertifikat gültig bis **30.09.2025**

BILANZSUMME:
447

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID.: kj9fs
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org


Hamburg, 21.09.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207



INTERNATIONAL FEDERATION
for the Economy for the Common Good e.V.





Lieferant*innen

Wir beziehen unsere Produkte/Dienstleistungen von mehreren regionalen Lieferant*innen, weshalb hier nur die anteilig Größten genannt werden (s. u.). Allgemein haben wir im Berichtszeitraum gerade unser Bestellverhalten aufs Minimale reduziert, Produktrecherchen nehmen mehr Zeit in Anspruch, um nicht mehr interkontinental einzukaufen. Beispielsweise haben wir nach einem Jahr Suche im Herbst 2021 ein neues Lager gefunden, das zum einen viel näher am Theater gelegen ist, wodurch viele Transporte per Lastenfahrzeug/Transportwagen (= ohne Auto) geschehen können. Zum anderen haben wir darauf geachtet, dass es sich um einen Privatvermieter und nicht um einen Immobilienkonzern handelt. Ein weiterer Vorteil des neuen Lagers ist, dass wir dort, aufgrund der Abwärme der umliegenden Heizrohre, nicht separat heizen müssen und Wiederaufnahmen dort geprobt werden können. Grundsätzlich laufen fast alle Kaufentscheidungen über die Transformationsmanagerin Nachhaltige Kultur (produktionsbezogene Einkäufe ausgeschlossen), damit ein steter interner Austausch und gleichzeitige Personalschulung stattfindet.

Die bei uns zum Einsatz kommenden Produkte und Dienstleistungen werden fortwährend nach verschiedenen Kriterien beurteilt.

Produkte/Dienstleistungen/Rohstoffe	Auswahlkriterien
Bühne/Produktion Bühnenbild/Puppenbau und Künstlerisches Personal Technik: Scheinwerfer, Dimmer, Effektgeräte, Steuergeräte, Akkus, Sender Schminke/Kostüme	→ persönliche Kontakte, Empfehlungen, Qualität der künstlerischen Arbeit → Fertigung/Werk ohne Kinderarbeit, Gebrauchtkäufe, Leih- und Tauschversionen, TÜV-Siegel/Zertifikat → Hautverträglichkeit, Naturkosmetik, Second Hand
Vorderhaus Theatergastronomie (eingemietet) Mobiliar Elektrogeräte/Maschinen Verbrauchsmaterial: Tickets, Spielpläne Reinigungsmittel Textilien Teppichreinigung	→ Bio-Qualität, Verpackungsarmut, vegetarisch, Pfandsystem, Regionalität → Gebrauchtkäufe → Ökosiegel, Energiesparmodus → regionaler Druck → Ökosiegel → Ökotex → Grüne Reinigung (im Haus)
Büro Büromaterial: Papier, Umschläge, etc. Datenspeicherung	→ Graspapier (schnellwachsender Rohstoff) → Cloudnutzung regional, Datenvolumen auf Nötigstes reduziert
Figurentheaterpädagogik Workshops + Bürgerbühne	→ Re- und Upcycling bereits vorhandener Materialien



Lieferant*in	eingekaufte Produkte/ Dienstleistungen	Kostenvolumen in €	Anteil am gesamten Einkauf in %	Lieferantenfragebogen / Auskunft vorhanden (J/N)	Faire Arbeitsbedingungen	ökologische Zertifizierung	soziale Zertifizierung
Vogt / Schmidt / MUNCK / Ahrenberg'sche Verm.verw.	Miete	48.404,77	32,1	N	J		
Thomann, Conrad, u.a.	Bühnenzubehör	23.309,64	15,5	N		Thomann: ISO 50001 Conrad: EcoVadis CSR, EMAS	Conrad: EcoVadis CSR
Dr. Beck	Steuerbüro	15.545,00	10,3	N	J	Digital statt Papier	N
Künstler*innen	Künstlerische Mitwirkung	12.791,78	8,5	N	J	N (Anreise mit Zug)	
Grün Gebäudeservice	Unterhaltsreinigung	6.196,56	4,1	N	J	J	
Greenpeace Energy	Strom + Gas	5.506,22	3,7	N	?	TÜV Nord, OmniCert, Ok-Power-Plus, Öko Test, EcoTopTen	
Post	Porto	3.547,45	2,4	N	?	N	
Reservix	Ticketanbieter	2.844,21	1,9	N	J	?	?
VAG	Kombiticket	2.277,86	WZ1,5	N	?		?
Gesamtes Einkaufsvolumen		150.567,98			Ca. 51%	Ca. 60%	

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Da wir unsere Zuliefernden vor allem nach Regionalität auswählen, gehen wir davon aus, dass die deutschen Arbeitsschutzrichtlinien eingehalten werden. Da wir in erster Linie mit freien Künstler*innen zusammen arbeiten, achten wir auf eine faire Gage, gemessen am eingebrachten Zeitaufwand. Wenn Produkte nur aus dem Ausland zur Verfügung stehen, wählen wir mit Bedacht aus und achten auf faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen. In obenstehender Tabelle ist ersichtlich welche Produkte überwiegend im Betrieb zum Einsatz kommen.

Unsere Produkte und somit unsere Lieferant*innen wählen wir meist nach den Kriterien Langlebigkeit, Reparaturfähigkeit, Recyclingfähigkeit, Regionalität, Fairtrade und allgemeinem ökologischen Fußabdruck aus.

Soziale Risiken in der Zulieferkette werden derzeit mit gelegentlichen Nachfragen überprüft. Wir informieren uns bei der Wahl der Zuliefernden über deren Homepage und entscheiden uns meist intuitiv.

Die wohl häufigsten Zertifikate unserer zugekauften Produkte sind derzeit FSC, Fairtrade, Bio-Siegel, Blauer Engel und TÜV.

Der Anteil, der unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellten zugekauften Produkte und Dienstleistungen, lässt sich grob in der Lieferant*innen-Tabelle erkennen, unsere Auswahlkriterien in der ersten Übersichtstabelle.

Im Berichtszeitraum haben wir auf interkontinentale Neukäufe weitestgehend verzichtet, da außerhalb der EU menschenwürdige Arbeitsbedingungen schwer nachzuprüfen sind, beispielsweise bei Scheinwerfern aus China.

In Zukunft wollen wir Neukäufe grundsätzlich vermeiden und uns auf Gebrauchtkäufe fokussieren. Außerdem bietet sich eine Tauschbörse unter den Theaterhäusern an, da viele Requisiten und Kostüme ungenutzt in Lagern zur Verfügung stehen. Bei Lieferdiensten werden wir Anbieter*innen präferieren, die Fahrradkurierservice einsetzen, wie z.B. GLS. Außerdem wollen wir für eine bessere Transparenz einen Lieferant*innenfragebogen erstellen.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Soweit uns bekannt ist, wird die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Die Kaufentscheidungen aller im Theater arbeitenden Personen werden bewusst getroffen. Durch Recherche entscheiden wir uns für die jeweils fairste zur Auswahl stehende Version, mittlerweile fragen wir fairen und solidarischen Umgang in der Zulieferkette auch bewusst ab.

Sobald uns ein Missstand auffällt, weisen wir unsere*n Lieferanten*in darauf hin, mit der Bitte, dies zu verbessern. Wenn dies nicht umgesetzt wird, wechseln wir den Zuliefernden. Auch wenn unser Einfluss klein ist, können wir somit entscheiden, welches Unternehmen wir durch unseren Einkauf unterstützen.

Durch die ständige Variabilität unserer Produkte und die personelle Knappheit im Unternehmen, kann der Anteil der Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, das Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, leider nicht genau angegeben werden. Jedoch verbessert er sich stetig.

Selbiges gilt für den Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde. Bei größeren Einkäufen oder wiederholbaren Lieferantkontakten sind wir dabei, im Einzelfall eine persönliche Kommunikation aufzubauen, um hier künftig bessere Auskünfte zu erhalten. (siehe Lieferant*innen-Tabelle)

Im Berichtszeitraum haben wir unsere wöchentliche Grundreinigung an eine Firma übergeben, die unseren Kriterien entsprechend sozial und gerecht arbeitet. Außerdem haben wir einen Künstler, der durch die Pandemie massive Lohnausfälle zu tragen hatte, ins Team aufgenommen.

Unser Verbesserungspotenzial sehen wir weiterhin in einer noch besseren Recherche zu sozialen Risiken in der Zulieferkette.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Soweit uns bekannt ist, werden bei unseren Lieferant*innen weder Solidarität und Gerechtigkeit verletzt, noch wird die Marktmacht ausgenutzt.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Unsere zugekauften Rohwaren, Produkte und Dienstleistungen wählen wir anhand von ökologischen Kriterien aus. Hierbei achten wir auf möglichst geringe Umweltauswirkungen und entscheiden uns für das nachhaltigste Produkt.

Unsere zugekauften Produkte werden in verschiedenen Arbeitsbereichen gebraucht und nach individuellen Kriterien ausgewählt. (s.o.). Ökologische Nachhaltigkeit ist uns im Angesicht der Klimakrise hierbei besonders wichtig und wir verstehen sie ganzheitlich. Konsum und Verbrauch werden kritisch hinterfragt und auf das Essentielle beschränkt. Wir achten soweit möglich auf die Kriterien regional, saisonal und Ökozertifikate bei den Produkten. Dies betrifft sowohl unseren Energielieferanten als auch unsere Puppenbauer*innen.

Eine konkrete Evaluierung der ökologischen Risiken in der Zulieferkette findet derzeit noch nicht statt, zum einen fallen sie bei unserem Betrieb kaum ins Gewicht, zum anderen vertrauen wir unserem gesunden Menschenverstand bei der Auswahl von Produkten und Lieferant*innen. Auf ökologische Kriterien legen wir bei der Beschaffung seit vielen Jahren großen Wert. Diese Kriterien sind Transportweg, Bio-Qualität, das Image des*r Lieferant*in, ressourcenschonende

Herstellung, Verpackungsarmut, Recyclingfähigkeit, Langlebigkeit und Mehrwegfähigkeit. Im Haus gibt es ausschließlich vegetarische Gerichte für Gäste und Mitarbeiter*innen.

Wir unterscheiden uns hierbei von den meisten Mitbewerber*innen. Kulturschaffende orientieren sich meist am preisgünstigsten Produkt. Das Thema Nachhaltigkeit wird oft nur in Verbindung mit Bio-Lebensmitteln gebracht. Gelegentlich werden ökologische Themen auf der Bühne gezeigt, aber oft fehlt eine Konsequenz im Berufsalltag. Wir haben beispielsweise die Bereitschaft zu einer freiwilligen CO₂-Abgabe abgefragt und sind kaum auf positive Resonanz bei Kolleg*innen gestoßen, bei Veranstalter*innen hingegen schon.

Der Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind, sind in der Lieferantentabelle (s. o.) ersichtlich. Wir schätzen sie auf ca. 60%.

Im Berichtszeitraum haben wir zwei Neuproduktionen auf den Weg gebracht, die so konzipiert wurden, dass sie ohne größere Neuanschaffungen inszeniert werden konnten. In der näheren Umgebung sind beide ohne den Einsatz eines PKW transportierbar, eine kann sogar festlandweit mit Öffentlichen Verkehrsmitteln auf Tour gehen. Somit sparen wir am Einsatz von Automobil und Kraftstoffen, deren Herstellung – vor allem im Sub-Zuliefererbereich – teilweise schwer überprüfbar ist. Außerdem haben wir statt der Dropbox, deren Server in den USA stehen, unsere digitalen Daten nun bei Nextcloud, bei Hetzner, mit Standort in Nürnberg gelagert. Für unsere neue Homepage haben wir einen Nürnberger Webdesigner engagiert, der uns weiterhin betreut und auf ökologische Richtlinien achtet.

Außerdem haben wir einen Produktionsnachweis auf den Weg gebracht und bei der Produktion „Der Besuch der alten Dame“ erstmals Daten bezüglich der verwendeten Materialien, Einkäufe, Transporte etc. erhoben, allerdings haben wir nicht von allen zuarbeitenden Künstler*innen Rückmeldung erhalten, weshalb die Daten schwer auswertbar waren. Dennoch konnten wir ihnen die Relevanz unserer nachhaltigen Arbeit im direkten Kontakt vermitteln.

Eines unserer Ziele ist, den Produktionsnachweis früher in den Produktionen zu etablieren, damit von Beginn an Daten erhoben werden können. Außerdem möchten wir für alle Lieferant*innen einen Code of Conduct erstellen, um gemeinwohlorientierte Lieferketten zu erreichen.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wir können bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Unser Einfluss in der Zulieferkette auf Transparenz und Mitentscheidung reicht so weit, dass wir einen offenen, ehrlichen Umgang mit Lieferant*innen pflegen. Gerade künstlerisch ist ein reger und persönlicher Austausch vorhanden.

Unsere Maßnahme ist dabei eine offene Kommunikation. Beispielsweise versuchen wir seit längerem die Mitarbeiter*innen bei unserem Ticketsystembetreiber zu bewegen, ihr Mitspracherecht im Betrieb hinsichtlich eines ökologisch höherwertigen Tickets geltend zu machen.

Wir prüfen regelmäßig, ob uns Missstände auffallen, und weisen in solchen Fällen unsere Lieferanten*innen darauf hin, mit der Bitte, dies zu verbessern.

Der Anteil der Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, ist relativ gering. Dies liegt jedoch daran, dass wir viel mit Freischaffenden zusammenarbeiten, sodass sich der Bereich der Mitentscheidung personell reduziert. Daher sind für uns in diesem Bereich konkrete Zahlen nicht die oberste Priorität. Die Vermittlung des Themas Nachhaltigkeit steht hier im Vordergrund. Durch persönliche Gespräche werden so Arbeitsweisen und Lieferbedingungen direkt und persönlich verhandelt.

Der Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde, konnte in den durch die Lockdowns frei gewordenen zeitlichen Kapazitäten stark vergrößert werden, sodass mittlerweile mit ca. 60% ein Austausch begonnen hat.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Unsere jetzt regionalen Zuliefernden, z.B. Hetzner, bringen mehr Ansprechbarkeit im Gegensatz zu den Vorherigen.

B 1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Der ethische Umgang mit Geldmitteln ist für das Theater Salz+Pfeffer eine Grundhaltung. Als künstlerischer Betrieb steht der Mensch und sein Seelenheil im Mittelpunkt unserer Arbeitsziele. Geld ist dabei nur Zahlungsmittel. Unser größtes Ziel ist die Zufriedenheit unserer Kund*innen.

Unsere Eigenmittel setzen sich zusammen aus Ticketverkäufen, Gastspielen, Workshops und Sonderevents. Um unseren Haushaltsplan einhalten zu können, erhalten wir die öffentlichen Zuschüsse der Kommune (Stadt Nürnberg), des Bezirks Mittelfranken und des Freistaates Bayern. Um künstlerisch autonom und frei arbeiten zu können, arbeiten wir nicht mit größeren Sponsor*innen aus der Wirtschaft zusammen. In den Jahren 2021 und 2022 erhielten wir außerdem Überbrückungshilfen wegen der durch die Pandemie bedingten Theaterschließungen.

Die Anteile der Finanzierung durch Berührungsgruppen und Ethikbanken liegen bei 0 %, weil wir ohne Fremdfinanzierung und Kredite arbeiten. Wenn wir Spendengelder aus Stiftungen für bestimmte Projekte erhalten, erstellen wir entsprechend einen Verwendungsnachweis. Zum Beispiel werden wir regelmäßig vom Verein zur Förderung kultureller Projekte im Theater Salz+Pfeffer e.V. unterstützt.

Da unser Theater seit Bestehen ohne Fremdfinanzierung durch Banken arbeitet, müssen weder konventionelle Kredite abgelöst noch Finanzrisiken verringert werden.

Als Hausbank und somit dauerhafter Finanzpartner dient die Sparkasse Nürnberg. Hintergrund sind diverse große Baumaßnahmen, die durch die Zukunftsstiftung der Sparkasse unterstützt

wurden. Als Gegenleistung haben wir das Geldinstitut zur Hausbank erklärt. Im Nachhaltigkeitsbericht der Sparkasse Nürnberg lesen wir, dass sich das Geldinstitut mit vielen wichtigen Fragen zur Nachhaltigkeit auseinandersetzt. Die Sparkasse setzt sich wesentlich gemeinwohlorientierter ein als Privatbanken und dürfte in Bezug auf die ethisch-nachhaltige Ausrichtung somit als relativ gut zu bewerten sein.

Unseren Betrieb führen wir gemäß dem kalenderjährlichen Haushaltsplan mit 100 % Eigenkapital. Hierbei werden die Subventionen als Eigenkapital betrachtet. Sparanlagen und Kapitalanhäufung sind aufgrund der öffentlichen Zuschussmittel nicht vorhanden und nicht möglich.

Das durchschnittliche Eigenkapital der Branche ist uns nicht bekannt. Wir vermuten aber, es liegt deutlich unter 100 %.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verbesserungspotenzial sehen wir weiterhin lediglich im Finden einer Alternative zu PayPal, durch die vermehrte Schnittstelle mit dem Internet sind solche Transaktionen momentan nicht vermeidbar.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Uns ist bewusst, dass wir mit unserer Kaufentscheidung beschließen, welches Unternehmen wir unterstützen möchten.

Notwendige Zukunftsausgaben für Instandhaltung, Weiterbildung und Neuproduktionen können durch die Erstellung von Haushaltsplänen (detailliert für 2 Jahre im Voraus) relativ genau ermittelt und deren Deckung gut eingeplant werden. Kontinuierliche Prüfung, Wartung, sorgsamer Umgang und Reparatur (so oft wie möglich durch Eigenleistung) von Arbeitsmaterial bilden hier die Basis für ein gutes künftiges Arbeiten, sodass keine hohen Ausgabenposten angesammelt werden. Gebäudespezifische Sanierungsarbeiten fallen derzeit nicht an, da beim Umbau 2012 Dämmung und Heizung sowie Sanitäranlagen unter ökologischen Gesichtspunkten grundlegend auf aktuellen Standard verbessert wurden. Beim Theaterlichtkonzept wurde kontinuierlich auf energiesparendes Beleuchten umgestellt.

Kontinuierliche Weiterbildung des Personals sehen wir als eine der besten Zukunftssicherungen und verfolgen dies maximal nach unseren Möglichkeiten und Angeboten. Jährliche Lohn- und Gehaltsanpassungen für die Mitarbeiter*innen werden im Haushalt eingeplant. Als (pandemiebedingte) Risikovorsorge wurden Open-Air-Produktionen stärker in die Planung eingebunden, ebenso Abstecher in Schulen und Kindergärten, um bei Kontaktbeschränkungen den Aktivitätsradius erweitern zu können. Hinzu kamen Streaming-Angebote, die in Zeiten, in denen Theater behördlich geschlossen wurden, als sichernde Maßnahme dienten.

Wir mussten außerdem Anfang 2022 auf die Auswirkungen des Angriffskriegs durch Russland in Form von Energiekostensteigerungen reagieren und haben uns darauf durch entsprechende Sparmaßnahmen eingestellt.

(Neu-)Kund*innengewinnung wird im Fort- und Weiterbildungsbereich ebenso eingeplant wie bei der Auswahl der künstlerischen Projekte. Im Bereich Marketing wird die Onlinepräsenz opti-

miert und kund*innenfreundlich gestaltet (Onlineticketing, Website etc.). Die Ausweitung des Bereichs Nachhaltigkeitsmanagement sehen wir als ebenso notwendig wie zukunftssichernd. Für die Spielzeit 2024/2025 wird eine mögliche Theaternachfolge gesucht, was im Team kommuniziert wurde. Sobald weitere Maßnahmen festgestellt sein werden, werden Fördermöglichkeiten eruiert, da es keine Eigenfinanzierungsmöglichkeit durch Mittelüberschüsse gibt.

Einen Anspruch auf Kapitalerträge im eigentlichen Sinne gibt es nicht. Der GbR wird ein Unternehmerlohn (in Höhe von monatlich: 2.443 € pro Person) entnommen. Bei unerwarteten finanziellen Schwierigkeiten ist der Unternehmerlohn die erste Quelle, um notwendige Ausgaben zu decken.

Direkte Mittelüberschüsse aus der laufenden Geschäftstätigkeit existieren in dieser Form nicht. Unser Theaterhaushalt erwirtschaftet keinen Gewinn und wirtschaftet allein mit Sichteinlagen. Kapitalerträge werden aufgrund der Tatsache, dass die Theaterarbeit seit Jahren von öffentlichen Mitteln unterstützt wird, weder angehäuft noch entnommen. Es werden keine Rücklagen aufgebaut. Eine Betriebsmittelreserve in Höhe von 45.000 € (entspricht der Miete und den Personalkosten für ca. 3-4 Monate) dient als Liquiditätsnachweis.

Unser Haushalt wird jährlich beantragt, darin legen wir unsere Zukunftsausgaben offen. In der Regel planen wir zusätzlich zu den laufenden Kosten, die durch die Subventionen gedeckt sind, 60.000 € für Neuproduktionen ein, da das vom Subventionsgeber so verlangt ist. 2023 planen wir ausnahmsweise nur 30.000 € ein, um steigende Lohnkosten zu decken. In der Regel sind die Kosten für die Produktionen zu 100% von den Einnahmen durch die Theatertickets gedeckt. Weitere Zukunftsausgaben sind schwer planbar.

Strategische Ausgaben, Anlagenzugänge, die Zuführung zu Rücklagen und auszuschüttende Kapitalerträge belaufen sich auf jeweils null Euro.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Während der Schließzeiten konnte eine weitere Spielerin ausgebildet werden, was zur Entlastung des Leitungsteams beitrug und mehr Möglichkeiten schuf, außer Haus zu spielen. Im Sommer 2022 konnte der geplante Erste-Hilfe-Kurs mit fast allen Mitarbeitenden durchgeführt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Zuge der Energiesparmaßnahmen werden wir bessere LED-Scheinwerfer anschaffen müssen. Außerdem haben wir uns vorgenommen, die Inflationsausgleichsprämie in unserem Möglichkeitsrahmen auszuschütten, sobald uns das von Seiten der Subventionsgeber*innen erlaubt ist.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Wir können bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

2012 haben wir große Investitionen in die Grundsanierung unserer Räumlichkeiten gesteckt. Dabei wurden Wärmedämmung, Schallisolierung und Elektroinstallation nach ökologischen Gesichtspunkten durchgeführt. 2019 wurde geprüft, ob Solarpaneele angebracht werden können, aber der Standort des Gebäudes wurde als ungeeignet eingestuft. 2020 erfolgte der Umstieg auf Öko-Gas. Im selben Jahr wurde pandemiebedingt in den Umbau des Saals, der Sanitär-einrichtungen und des Büros investiert, um die Hygienerichtlinien besser einhalten zu können.

Aktuell gibt es sanierungstechnisch kein Verbesserungspotential.

Derzeit werden keine Mittel für die Realisierung weiterer Investitionen benötigt. Wenn wir bei Neuproduktionen in Material und Technik investieren, achten wir beim Kauf auf die in Punkto Nachhaltigkeit höherwertige Version, auch wenn es nicht die kostengünstigste Variante ist.

Da wir keinen Mittelüberschuss bilden dürfen, investieren wir nicht in Geldanlagen. Unser laufendes Konto liegt bei der Sparkasse Nürnberg, die sich regional für Nachhaltigkeit und das Gemeinwesen einsetzt.

Da das Theater keine weiteren freien Finanzmittel hat, können wir uns leider nicht an externen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte, ökologischen Realisierungen oder an Fonds-Veranlagungen beteiligen, sodass die Beträge hier jeweils null Euro sind. Aufgrund der momentanen Ausstattung gibt es auch keinen Investitionsplan für ökologischen Sanierungsbedarf.

Im Berichtszeitraum wurde uns ein Lastenrad über den Verein zur Förderung kultureller Projekte im Theater Salz+Pfeffer gespendet. Außerdem haben wir einen Saatgutautomaten vor dem Theater installiert, der über Nacht ins Theater gerollt werden kann.



Im Sommer und Herbst 2022 haben wir begonnen, bereits programmierte Licht-Shows mit Halogenscheinwerfern auf LED umzuprogrammieren und konnten so von einem Verbrauch von 5000 Watt auf 500 Watt pro Show reduzieren.

Da es einen Fernwärme-Anschluss im Haus gibt, haben wir uns ein Angebot über eine Umrüstungsmaßnahme erstellen lassen, dieses war allerdings zu teuer.

Im Foyer haben wir für unsere Gäste einen Haselnussautomaten installiert, sodass man sich zu den Vorstellungen einen kleinen Snack verpackungsfrei kaufen kann.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Die gelebte Gemeinschaft im Theater fußt auf einem Miteinander auf Augenhöhe und lebt von gegenseitigem Respekt. Jede*r hat eigene, selbstverantwortliche Aufgabenbereiche, wodurch Mitentscheidung eine wesentliche Rolle spielt. Da die Eigentümer*innen jedoch voll haften, obliegt ihnen die endgültige Entscheidungsgewalt.

Die GbR besteht aus den Gesellschafter*innen Paul Schmidt und Wally Schmidt, bei ihnen liegt die Haftung gleichberechtigt. Die 60-70%-ige öffentliche Förderung verlangt, dass die Finanzierung zweckgebunden eingesetzt wird und verbindet jeden Haushaltsplan mit einem Verwendungsnachweis, der mindestens drei verschiedenen Einrichtungen (Stadt, Bezirk und Freistaat) zur Prüfung vorgelegt werden muss.

Dem Theater Salz+Pfeffer wurde eine Gleichstellung mit öffentlichen Theatern (wie z. B. Stadttheatern) bescheinigt. Entsprechend der unterschiedlichen Interessen und Fähigkeiten werden Entscheidungen und Aufgaben arbeitsteilig gemeistert. Während der Pandemie wurden Entscheidungen wieder vermehrt auf die Haftungspersonen reduziert, was auf die extrem instabile Lage zurückzuführen ist. Seit den Lockerungen 2022 findet eine Rückgewinnung der Alltagsstrukturen statt.

Das Eigentümerpaar ist verheiratet, Entscheidungen werden gemeinsam ausdiskutiert und getroffen. Die Transparenz der Entscheidungen ist durch einen wöchentlichen Jour Fixe gegeben. Für gegebenenfalls nicht anwesende Personen wird ein Protokoll geführt.

Die Eigentümerstruktur ist seit der Gründung unverändert. Seit einigen Jahren werden durch Klausurtagungen Grundlagen gelegt, Einblicke in die Betriebsstruktur und Philosophie zu geben. Die Altersstruktur der Mitarbeiterschaft ist sehr jung (20-35 Jahre), damit geht eine gewisse Fluktuation einher. Erschwerend kommt hinzu, dass der Standort Nürnberg für das Genre Figurentheater relativ unerschlossen ist und die Mitarbeiter*innen nicht prinzipiell alle eine figurentheaterspezifische Basis haben. Jedoch sind die weitere Zukunft und die Etablierung einer neuen Gesellschaftsform Thema im Team. Die feste Arbeitsstruktur und die Möglichkeit zur Mitsprache sind am Theater Salz+Pfeffer als Besonderheit erwähnenswert. Im Vergleich dazu ist gerade an großen Theaterhäusern häufig ein starkes Hierarchiegefälle vorhanden, das kaum Mitsprache oder Miteigentum ermöglicht. Auch unbefristete Arbeitsverträge sind eher die Ausnahme, was vor allem an regelmäßigen Intendantenwechseln liegt.

Unser Eigenkapital liegt zu 100% bei den Unternehmer*innen. Auch die Haftung im Falle einer Insolvenz obliegt der Unternehmensleitung. Alle weiteren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen haben 0% Anteil am Eigenkapital. Nicht mittätige Kapital-Investor*innen sind nicht vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurden zusätzlich zum wöchentlichen Jour fixe einmal jährlich 2-3 Klausur-tage eingeplant, um innerbetrieblich mehr Transparenz zu bieten. Die Inhalte hierzu werden im Team gefunden und entschieden. Themenbereiche werden dazu mit dem Ziel vorbereitet, Zeit und Ruhe für Themen zu haben, die im Alltag „zu kurz kommen“. Diese Arbeit ist uns sehr wichtig, da wir als dienstleistendes Unternehmen ohne „Herz und Verstand“ (in Kombination) nicht erfolgreich sein werden.

Im Berichtszeitraum wurde begonnen, nach einer geeigneten Nachfolge für die künstlerische Leitung zu suchen, die Mitarbeiterschaft wurde über den Ausstieg der momentanen Theaterlei-tung frühzeitig informiert, um die Möglichkeit einer Übernahme zu eröffnen.

Minijobverträge wurden teilweise bereits von einer Mitarbeiterin als Stellvertretung der Arbeitgeber*innen unterzeichnet.

Unser Ziel ist es, die neuen Eigentümer*innen gut auf ihre Aufgaben vorzubereiten, um eine erfolgreiche Übergabe zu schaffen.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Wir bestätigen, dass wir keine feindliche Übernahme vollzogen haben und keine planen.



Mitarbeitende

Das Theater Salz+Pfeffer beschäftigte 2021 und 2022 zwei Personen der Theaterleitung (100%) sowie eine Beschäftigte im künstlerischen Betriebsbüro (85%), zwei Theaterpädagoginnen (50%) und einen Techniker (25-50%). Außerdem eine Vorderhausbeauftragte, die dann auch Nachhaltigkeitsbeauftragte und Spielerin wurde (50%). Zudem gab es einen Minijobber und später Werkstudenten und zwei bis drei Minijobberinnen und eine Ehrenamtliche für den Einlass. Um unsere Mitarbeitenden in alle Kernbereiche einzubeziehen, findet ein wöchentliches Jour fixe statt. Damit hier alle einen Bezug zur Nachhaltigkeit bekommen und aktiv werden können, haben wir Anfang 2021 einen fixen Tagesordnungspunkt eingeführt, der von Woche zu Woche von einem anderen Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit vorzubereiten ist. Hier haben wir beispielsweise alle 17 SDGs einzeln thematisiert.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Unternehmenskultur zeichnet sich durch gegenseitigen Respekt und Wertschätzung aus. Einmal die Woche findet ein Jour fixe mit allen Mitarbeitenden (ausgenommen Technik und Minijobber) statt, bei welchem u.a. neue Projekte vorgestellt, Fragen beantwortet und Fehler offen besprochen werden. Diese werden konstruktiv und lösungsorientiert behoben, um sie in Zukunft zu vermeiden. Durch das kleine Team herrscht eine familiäre Atmosphäre. Premieren sowie andere positive Durchbrüche werden mit allen Mitarbeitenden gefeiert. Konflikte werden bei regelmäßigen Zusammenkünften besprochen, mitunter vermitteln die Pädagog*innen Konfliktlösungskompetenzen.

Einmal im Monat fand ein Jour fixe statt, an dem auch der Techniker teilnahm. Hier ging es um eine Rück- sowie Vorschau des vorhergehenden bzw. des kommenden Monats als Übersicht für alle Beteiligten, ebenso diente der Termin als Plattform, um gemeinsam Entscheidungen zu kommenden Veranstaltungen zu treffen. Allerdings hat sich diese Art der Treffen aufgrund von vollen Terminkalendern und häufigen Krankenständen nicht bewährt und findet nicht mehr statt. Einmal im Jahr finden Mitarbeiter*innengespräche mit jedem Mitarbeitenden und der Leitung statt, bei welchen es um Gehalt, Zufriedenheit, Zukunftsvorstellungen, Änderungswünsche und Projekte geht. Hier haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit persönliche Bedürfnisse die Arbeit betreffend einzubringen, wie z.B. Vormittagsarbeit aufgrund von Kitazeiten.

In Absprache mit den Mitarbeitenden wird nach Möglichkeit (dem Nachhaltigkeitsgedanken nach möglichst ohne Neuanschaffung) von der Leitung alternatives Arbeitsmaterial (Bürostühle, Tische, Licht) für angenehmeres, gesundheitsförderndes Arbeiten bereitgestellt.

Bei handwerklichen Tätigkeiten erfolgen, wenn nötig, Schutzmaßnahmen, ebenso wird Schutzkleidung zur Verfügung gestellt. Die Arbeitssicherheit wird regelmäßig geprüft. Einmal im Jahr wird eine Sicherheitseinweisung mit allen Mitarbeitenden durchgeführt.

Im Berichtszeitraum lag v.a. 2021/Anfang 2022 der Fokus auf den Corona Regelungen, welche nach Vorschrift eingehalten wurden. Zudem wurden finanzielle Bemühungen unternommen, um ein neues Lüftungssystem im Büro (Dachfenster) und kontaktlose Desinfektions- und Seifenspender sowie Spülknöpfe in den sanitären Anlagen zu installieren. Zudem bestand die Möglichkeit im Homeoffice zu arbeiten, um so weniger Kontaktpersonen ausgesetzt zu sein. Nach Pandemieende wurde wieder auf Vollbetrieb umgestellt, wobei im Herbst/Winter viele Mitarbeitende durch Krankheit ausfielen. Diese Maßnahmen wurden dokumentiert, aber nicht evaluiert.

Die Mitarbeitenden werden unabhängig ihrer ethnischen Merkmale eingestellt, auch im Umgang miteinander gibt es diesbezüglich keine Unterschiede. Sie sind für den Betrieb nicht relevant. Es gibt hierfür keine offiziellen Vereinbarungen oder Maßnahmen; Toleranz und ein respektvoller Umgang untereinander werden von allen gelebt und geschätzt.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt ca. 10 Jahre (Personen der Gründung und Leitung 40 Jahre, alle weiteren momentan Mitarbeitenden zwischen zwei und fünf Jahre).

Interessante Angebote für Entwicklungsmöglichkeiten werden regelmäßig mit allen Mitarbeitenden oder je nach Spezifizierung mit den entsprechenden Arbeitsbereichen geteilt. Prinzipiell besteht die Möglichkeit, mehrere Tage Fortbildung pro Jahr in Anspruch zu nehmen. Dies wurde bisher rege genutzt, so dass sich alle Mitarbeitenden fortlaufend weiterbilden. Während der Pandemie war sowohl die Zeit als auch die Notwendigkeit gegeben, die Zahl der Fortbildungsstunden zu erhöhen.

Eine Gesundheits-/Krankenquote wird nicht betrieblich erfasst. Auffällig war nur im Herbst und Winter 2022 eine überdurchschnittlich hohe Krankenquote. Dass Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen, ist nicht bekannt.

In den letzten Jahren gab es keine Betriebsunfälle.

Im Bereich Gesundheit wurde im Sommer 2022 ein gemeinsamer Erste-Hilfe-Kurs durchgeführt. Im Bereich Diversität wurden bisher keine Angebote gemacht.

Die demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf die Kerndimensionen der Diversität sieht folgendermaßen aus: 80% der Mitarbeitenden sind unter 40 Jahre alt, 70% sind weiblich, 30 % männlich und 100% besitzen eine deutsche Staatsbürgerschaft. Die Dimensionen Religion und sexuelle Orientierung sind nicht erfasst. Allgemein lässt sich sagen, dass keine der Dimensionen Kriterium für eine Anstellung ist.

Die durchschnittliche Karenzdauer von Vätern/Müttern betrug ein Jahr.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Anfang 2021 wurde unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte erfolgreich zur Transformationsmanagerin Nachhaltige Kultur ausgebildet. Sie hat seitdem 10 – 12 Stunden in der Woche, sich diesem Arbeitsfeld zu widmen. Im Juli 2022 wurde in Kooperation mit dem Gostner Hoftheater und der freien Szene ein Erste-Hilfe-Kurs in unseren Räumlichkeiten durchgeführt, an dem fast alle Mitarbeitenden teilnehmen konnten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weiterhin wurde das gelebte Leitbild des Betriebs nicht schriftlich festgehalten. Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität können ausgebaut werden, denkbar wäre z.B. ein gemeinsamer Workshop zum Thema „Gewaltfreie Kommunikation“.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Arbeitsverträge der Festangestellten lehnen sich an den Normalvertrag (NV) Bühne an. Es gibt kein 13. Gehalt.

Das Unternehmen bezahlt für die jeweilige Arbeit angemessene Löhne, sodass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ ausbezahlt werden kann. Nürnberg ist laut Statistiken die dreizehntteuerste Stadt in Deutschland. Für einen Kulturbetrieb, der hauptsächlich von Subventionen lebt, ist es allerdings nicht einfach, Löhne zu steigern. Dennoch wurden im Nachweiszeitraum die Löhne aller Mitarbeiter*innen angehoben, teilweise auch rückwirkend. Minijobs werden mit dem auf den vollen Euro aufgerundeten Mindestlohn entlohnt, seit der Anpassung um 0,50 € mehr. Zu jedem Jahresende gibt es zudem Bemühungen, Gratifikationen für Projekte auszuzahlen, sofern dies wirtschaftlich möglich ist.

Der Verdienst wird von den Arbeitgeber*innen bestimmt und richtet sich nach den zur Verfü-

gung gestellten Fertigkeiten angelehnt an NV Bühne. Er kann nicht von den Mitarbeitenden selbst beeinflusst werden, sie dürfen jedoch Wünsche äußern.

Für die regelmäßige Erfassung der Arbeitszeit kommen Stundenzettel zum Einsatz, die jeweils von den Mitarbeitenden ausgefüllt werden. Die Arbeitslast wird nach Expertise, Fachgebiet und zeitlichen Ressourcen verteilt. Die Mitarbeitenden haben hier ein Mitspracherecht und können Aufgaben nach Interessen und Kapazitäten selbstständig verteilen.

Überstunden sowie eine vertraglich vereinbarte 5-6 Tage Woche sind saisonal (Endproben/Weihnachten) erforderlich für den Erfolg des Theaters. Innerbetrieblich wird aber darauf geachtet, dass die im NV-Bühne Vertrag vorgeschlagenen Ruhezeiten eingehalten werden, ebenso ist das Theater bemüht, die Dienstpläne so zu gestalten, dass im 14-tägigen Turnus ein freies Wochenende entsteht. Überstunden sowie Feiertagsarbeit sind innerhalb eines Monats selbstständig von den Mitarbeitenden auszugleichen, können aber auch, sofern es die wirtschaftliche Lage zulässt, monetär vergütet werden (dies ist bei den Teilzeitangestellten zur Aufstockung des Gehalts mitunter gern gesehen und nicht zu Zwecken der Ausbeutung gedacht). Überstunden der Leitungspersonen werden nicht ausgeglichen.

Alle Mitarbeitenden können kostenlos an allen Veranstaltungen des Hauses teilnehmen. Gäste von Mitarbeitenden erhalten je nach Auslastung Freikarten oder Vergünstigungen, so dass eine niedrighschwellige private Nutzung möglich ist. Ebenfalls gibt es die Möglichkeit, bei Festivals, in welche das Theater Salz+Pfeffer involviert ist, Veranstaltungen zu besuchen, deren Eintrittspreise das Theater übernimmt. Zudem wurde ein kostenloser Betriebssport für alle Mitarbeitenden angeboten, wobei dieser aufgrund fehlenden Interesses nach der Pandemie nicht wieder aufgenommen wurde.

Die Arbeitszeit ist vertraglich vereinbart, allerdings ist die Leitung offen für neue Verhandlungen und wie ganz oben unter C1 ersichtlich, verschieben sich mitunter die Arbeitszeitverhältnisse je nach Bedarf der Mitarbeitenden. Alle Mitarbeitenden, bis auf die beiden Führungspositionen und die Angestellte im KBB (=künstlerisches Betriebsbüro), sind Teilzeitangestellte. Mit Ausnahme der festen Servicezeiten des Büros und zu Spielterminen im Haus, können die Mitarbeitenden in Gleizeit ihre Arbeitszeiten in Absprache mit der Leitung festlegen. Alle Teilzeitangestellten führen ein Arbeitszeitkonto, welches die Arbeitszeiten dokumentiert, sodass auf Ausgleich geachtet werden kann.

Die Minijobber*innen sind größtenteils auf Abruf bestellt, also innerhalb ihres Stundenkontingents sehr flexibel im Einsatz.

Die Maßnahmen der Organisation für die Gewährleistung einer Work-Life-Balance liegen in den oben beschriebenen meist frei wählbaren Arbeitszeiten, sodass sie sich eigenverantwortlich entlasten können. Es ist offensichtlich, dass es im Kulturbetrieb Phasen mit erhöhtem Arbeitspensum gibt. Diese werden möglichst wieder mit Ruhephasen ausgeglichen. Zudem achten wir darauf, dass trotz 5-6-Tage-Verträgen nicht jedes Wochenende gearbeitet werden muss.

Der innerbetriebliche Mindestverdienst beträgt (gemessen am Stand 2022) 12 Euro/Stunde (= Mindestlohn), der Höchstverdienst 17 Euro/Stunde. Die Leitung erhält 14,20 Euro/Stunde, somit ergibt sich ein Medianverdienst von 14,40 Euro. Wir sehen das als lebenswürdigen Verdienst für

den Standort Nürnberg. Die definierte Wochenarbeitszeit beträgt 40 Stunden für die Vollzeitkräfte. Tatsächlich geleistete Überstunden variieren je nach Saison, die Leitungspersonen kommen durchschnittlich auf 12 Überstunden pro Woche. Alle Überstunden der übrigen Mitarbeitenden werden ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Überstunden des Leitungspersonals werden bewusster (wahr-)genommen. Dieses hat mehr Achtsamkeit für seine Work-Life-Balance, was in die Spielplanung mit einfließt, indem bewusste Spielpausen genommen werden. Außerdem konnten weiterhin die Löhne angehoben werden. Es gab die Auszahlung der Corona-Prämie und außerdem eine Prämie für besondere Leistungen Ende 2022, da durch Krankenstände vereinzelt Mehrarbeit auf Jede*n zukam.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Unser Personal wird hinsichtlich ökologisch nachhaltiger Handlungsweisen laufend informiert und geschult. Dies erfolgt durch Bereitstellung von Büchern und Infomaterial, Impulse durch die Theaterleitung, die Nachhaltigkeitsbeauftragte und die Mitarbeitenden selbst. Durch gegenseitige Motivation werden kleine Handlungsweisen schnell in den Alltag integriert.

Das Unternehmen und die Mitarbeitenden legen großen Wert auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz. Das Haus ist ein vegetarisches Theater, somit werden beim Mittagessen sowie bei Cateringveranstaltungen nur fleischlose Speisen angeboten. Die Theatertheke ist 2019 komplett auf regionale Bioprodukte mit möglichst wenig Müllproduktion umgestiegen. Catering wird nur noch von Anbietern mit regionalen Bioprodukten geordert. Das Mittagessen wird von den Mitarbeitenden meist selbst gekocht und setzt sich größtenteils aus regionalen Bioprodukten zusammen.

Die Mitarbeitenden kommen größtenteils mit dem Fahrrad oder zu Fuß, einige nutzen (im Winter und bei schlechtem Wetter) die öffentlichen Verkehrsmittel. Dienstreisen werden fast ausschließlich mit dem Zug angetreten. Gastspiele, bei welchen viel Gepäck transportiert wird, werden mit dem Theatertransporter angefahren, für den wiederum freiwillige CO2-Abgaben getätigt werden. Durch gelegentliche Arbeit im Homeoffice fallen zudem Kilometer mit Verkehrsmitteln weg. Des Weiteren gibt es ein Dienstfahrrad zur allgemeinen Verfügung.



Die Strategie des Unternehmens im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden ist Einbeziehung und Austausch. Seit 2019 steht das Ziel im Mittelpunkt, das Theater zu einem ökologischen Ort zu machen. Daran sind alle Mitarbeitenden beteiligt; alle werden in die Bearbeitung der GWÖ-Bilanz miteinbezogen. Die Theaterleitung lebt ökologisches Verhalten vor und ermuntert fortwährend dies gleichzutun. Es wurden ökologische Alternativen zu Putzmitteln und Büromaterialien gesucht, zum Beispiel Graspapier. Es gibt Mülltrennung in allen Räumlichkeiten, ebenso wie Stoffsäckchen für unverpacktes Einkaufen und Bio-Fairtrade-Frotteehandtücher auf den Toiletten.

Der Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft beträgt schätzungsweise 80%. Der Arbeitsweg wird zu ca. 15% mit öffentlichen Verkehrsmitteln bestritten, zu ca. 10% mit dem Roller/Auto und zu rund 75% mit Rad oder zu Fuß. Der Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden wird bisher nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wollten wir das Foodsharing-Fahrrad wieder installieren, leider funktionierte das nicht von Seiten des Besitzers des Fahrrads. Während der Energiesparmaßnahmen in der Winterzeit hätte es eine finanzielle Unterstützung von Seiten der Theaterleitung für warme Kleidung für die Mitarbeitenden gegeben, die aber nicht genutzt wurde.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Das Unternehmen kann bestätigen, dass im Betrieb weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Die gelebte Gemeinschaft im Theater zeichnet sich durch ein unhierarchisches, respektvolles Miteinander aus. Sämtliche Mitarbeitenden können ihre Ideen, Anregungen und Impulse einbringen und so aktiv am Unternehmen teilnehmen. Jede*r soll durch Identifikation mit der Philosophie des Theaters in seinem Arbeitsbereich aufgehen dürfen.

Mit Ausnahme der Gehälter und Arbeitsverträge stehen alle wesentlichen und teilweise auch kritischen Daten allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Sie haben vollen Zugriff auf die Theater-Server und können somit alle Daten des Betriebs (ausnehmend die oben genannten) einsehen. Alle erforderlichen Informationen zur Ausübung der jeweiligen Tätigkeiten werden zur Verfügung gestellt und miteinander besprochen. Die finanzielle Situation des Theaters wird ebenso in Gesprächen vermittelt. Nachweise und Anträge werden vom KBB (=künstlerisches Betriebsbüro) korrekturgelesen und Projektausgaben werden teilweise von Mitarbeitenden erstellt und abgerechnet.

Im Unternehmen gibt es ausschließlich die Theaterleitung als Führungskräfte. Die beiden Personen haben das Theater gegründet und nach der Etablierung dessen nach und nach Mitarbeiter*innen angestellt. Somit musste bisher kein Führungspersonal ausgewählt werden. Da sie ihre Laufbahn zu zweit begonnen haben, konnten sie auch nicht gewählt werden und wurden bisher auch nicht evaluiert. Alle anderen Positionen basieren nicht auf einer hierarchischen Unterteilung in Führungskräfte und Mitarbeiter*innen.

Alle Entscheidungen des Alltagsgeschäfts werden zu 100% mit den betroffenen Mitarbeitenden besprochen und abgestimmt. Die Mitarbeitenden können im Rahmen ihrer fachlichen Kompetenz und ihrer Arbeitsbereiche projektintern selbstständig arbeiten und Entscheidungen treffen. Die Ergebnisse dessen werden regelmäßig in Jour fixe Sitzungen vorgestellt.

Wesentliche Entscheidungen, wie langfristig relevante Grundsatzentscheidungen, werden ebenfalls im Plenum besprochen. Hier hat die Theaterleitung wegen der persönlichen Haftung das Entscheidungsrecht, jedoch sind alle dazu aufgerufen ihr Meinungsbild abzugeben und ein Für und Wider abzuwägen.

Einstellungsgespräche von Minijobber*innen werden mitunter durch Mitarbeitende geführt, diese sind folglich maßgeblich an der Einstellungsentscheidung jener beteiligt. Festangestellte werden durch die Theaterleitung ausgewählt, hier haben die Mitarbeitenden ein Vetorecht. Entlassungen werden von der Theaterleitung entschieden und durchgeführt.

Der Grad der Transparenz und Mitbestimmung hat sich in den letzten Jahren nicht geändert. Die Mitarbeitenden haben seit jeher ein Mitbestimmungsrecht in vielerlei Angelegenheiten. Das fördert das Zugehörigkeitsgefühl und den Identifikationswert mit dem Theater, womit bisher gute Erfahrungen gemacht wurden.

Der Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten liegt bei schätzungsweise 70%. Der Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden, liegt strukturbedingt bei null Prozent. Der Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden, beträgt schätzungsweise 70%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Übergabe des Theaters zum Juli 2024 wurde von der Leitung kommuniziert und nach einer Nachfolge gesucht. Hier wurde zuerst dem Team die Möglichkeit gegeben, die Leitung zu übernehmen.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat ist bei der Größe des Betriebs nicht erforderlich. Anliegen können jederzeit vorgetragen werden.



1 Ethische Kundenbeziehung

Unser Kundenstamm, unser Publikum ist vielfältig. Mit unserem Abendprogramm sprechen wir eher die kulturinteressierten Menschen, also einen gewissen bildungs- und kulturinteressierten Personenkreis, an. Bei Kindervorstellungen ist die Schwelle niedriger. Durch die Vernetzung mit pädagogischen Einrichtungen erreichen wir Personen aus allen Lebensbereichen. Obwohl die Sanitäreinrichtungen nicht barrierefrei sind, kommen dennoch viele Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen und Einzelpersonen zu Besuch, da individuelle Absprache das ermöglicht. Wir bieten auch Bildungsgutscheine und Freikarten an, die durch die Bürgerstiftung finanziert sind, da der finanzielle Wert des Kunden*der Kundin nicht im Vordergrund stehen soll. Mit dem Abendprogramm wird eine gute Altersbreite, ab Schüler*innen bis ins höhere Alter, erreicht.

Für mögliche Neukund*innen bieten wir kostenfreie Infoabende und regelmäßige Extraprisen an, um uns und unser Haus kennenzulernen und die Schwellen gering zu halten. Unseren Stammkund*innen senden wir regelmäßig Newsletter, die sie am Theaterleben teilhaben lassen. Außerdem gibt es beim Spielplanversand ein persönliches Anschreiben. Schulen und Kindergärten senden wir teils einen gesonderten Spielplan als Postkarte mit den angebotenen Gruppenvorstellungen. Auch in den Social-Media-Kanälen sind wir präsent und bieten Einblicke hinter die Kulissen. Des Weiteren wissen wir, dass Mund zu Mund Werbung sehr effektiv ist, weshalb wir uns um vollste Zufriedenheit aller Kund*innen bemühen.

Wir stellen bereits in der Preisgestaltung und der Unmöglichkeit Gewinn machen zu dürfen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt. Wir möchten Jedem und Jeder gleichermaßen ermöglichen, sich einen Theaterbesuch bei uns leisten zu können. Die faire Preisgestaltung wird am Kunden*an der Kundin gemessen, nicht am Gewinnstreben. Die Themenwahl richtet sich nach Wertentscheid und nicht nach Mainstream.

Einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen haben vor allem im Abendprogramm Kund*innen aus einkommensschwachen Gesellschaftsschichten. Da wir ein Sozialticket zum halben Preis im Angebot haben, könnte es auch an der persönlichen Hemmschwelle dieser Gruppe liegen.

Um auch diesen Gruppen den Genuss unserer Produktionen zu ermöglichen, bieten wir über die Bürgerstiftung Kulturtickets (= Freikarten) an, um Barrieren abzubauen und die „Institution Theater“ nahbarer zu gestalten. Ebenso bieten wir kostenfreie Schnupperabende (Extraprisen) an, Gewinnspiele für Freikarten im Radio und auf Social Media oder auch Workshops für Jugendliche und Erwachsene, um finanziell benachteiligten Menschen Theaterbesuche zuteil werden zu lassen. Während der Coronakrise wurden auch kostenlose Streams angeboten. Außerdem hatten während der Corona-Pandemie nicht-geimpfte Personen keinen Zugang zu unseren Veranstaltungen, was behördlich so angeordnet war.

Rollstuhlfahrer*innen wird in individueller Absprache der Besuch ermöglicht. Es gibt 2 Rollstuhlplätze im Saal und unsere Vorstellungen dauern in der Regel um die 60 Minuten, sodass ein Toilettengang nicht unbedingt nötig sein muss. Diese individuellen Bedürfnisse besprechen wir von vornherein mit der nötigen Diskretion und Höflichkeit.

Für Marketing in Form von Spielplänen/Drucksachen/Anzeigen/etc. wurde 2021 6.856,22 € ausgegeben, gemessen am Gesamtbudget von 332.735,98 € entspricht das einem Anteil von circa

2%. Im Jahr 2022 lag der Betrag bei 7.021,97 €, was bei einem Gesamtbudget von ca. 430.668,96 € einem Anteil von rund 1,6 entspricht.

Unsere Mitarbeiter*innen bekommen zu 100% einen festen Stundenlohn, unabhängig vom Verkaufserfolg. Es gibt keine umsatzabhängigen Bestandteile. Unser Theater verfolgt keine internen Umsatzvorgaben.

Ein genauer Umsatzanteil des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird, kann nicht angegeben werden, vor allem die Vormittagsvorstellungen werden aber zu einem gewissen Anteil von benachteiligten Kund*innen-Gruppen besucht.

Während der Pandemie haben wir im Bereich Weiterbildung deutlich mehr Zeit investiert und auch technisch aufgerüstet, um im Lockdown die Betreuung des „ausgesperrten“ Publikums durch kleine motivierende Videos zu gewährleisten, aber auch ohne Hemmschwelle neue und benachteiligte Gruppen, zum Beispiel über die sozialen Medien, zu erreichen. Außerdem haben wir unser Angebot durch gestreamte Vorstellungen, auch für Schulklassen, erweitert.

Im Berichtszeitraum haben wir unser Angebot vielfältig erweitert. Wir haben die Bürgerbühne „Truppe mit Puppe“ ins Leben gerufen, die sich über einen Zeitraum von ca. 5 Monaten wöchentlich zum Proben getroffen hat. Zudem konnten wir mehr pädagogische Angebote, z.B in Form von Workshops in Schulen, ausführen. Außerdem haben wir mehr Gastspiele angeboten, da während der Kontaktbeschränkungen häufig nur eine Klasse pro Vorstellung zugelassen war. Des Weiteren haben wir 2021 viel Open-Air in anderen Nürnberger Kulturorten gespielt, um mehr Menschen erreichen zu können.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden. Die notwendigen Werbemaßnahmen werden ethisch, rein informativ und nie auf Kosten von Mitunternehmern gestaltet.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Der kreative, respektvolle Umgang miteinander zeichnet die Beziehungen zu Mitunternehmern aus. Dabei geht es uns nicht um die eigene Bereicherung, sondern um Offenheit, Transparenz und den Zusammenhalt unter Künstler*innen. Unter Kulturschaffenden ist die Möglichkeit selbstverständlich, vergünstigte Eintrittskarten bei „Kolleg*innen“ zu bekommen. Wir sehen uns weniger als Konkurrenz, sondern inspirieren und unterstützen uns gegenseitig. Denn: „Konkurrenz belebt das Geschäft“ ist zwar ein bekanntes Motto, wir setzen aber lieber auf Kooperation. Wenn man Menschen für Theater begeistern kann, dann nicht nur für das eigene Haus, sondern für alle Häuser. Dementsprechend gleichen wir durchaus Eintrittspreise mit anderen Häusern an oder nutzen die Möglichkeit des gemeinsamen Abos.

Wir halten engen Kontakt zu den Theaterhäusern der Stadt Nürnberg und der Region, um im Austausch zu bleiben, und stellen gemeinsam mit den anderen Kindertheaterhäusern zum Spielzeitbeginn im Rahmen einer Pressemitteilung unsere Programme für Familien und Bildungseinrichtungen vor. Es gibt auch regelmäßige gemeinsame Gespräche mit der Kulturbürgermeisterin. Außerdem sind wir mit den anderen Figurentheaterhäusern der Region vernetzt. Für Produktionen laden wir gerne regionale oder befreundete Künstler*innen ein, beispielsweise das Atelier Rosenrot in Fürth, Uschi Faltenbacher, Fabian Kratzer u. a. Ziel ist, möglichst vielseitig zu arbeiten und immer wieder neue Impulse zu bekommen.

Wir verhalten uns in vielen Bereichen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen. Beispielsweise gestalten wir das virtuelle Figurentheaterhäusertreffen mit und ermöglichen Leihgaben an Kolleg*innen (z.B. Theaterbus). Außerdem nehmen wir gemeinschaftlich an der Aktion von „DIE VIELEN e.V.“ teil, bei der sich Theater und Kulturschaffende gegen Zensur und rechte Strömungen zur Wehr setzen.

Der investierte Zeit-/Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, beträgt ca. 15%, diese setzen sich zusammen aus 12% mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe in der gleichen Region ansprechen, 3% mit Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region mit anderer Zielgruppe und 0% mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen.

Wir leisten kulturpolitische Arbeit auf regionaler und überregionaler Ebene (ca. 3% der Zeit). Dazu gehört der Austausch mit Mitbewerber*innen in Bezug auf das Wecken von Begeisterung für mehr Nachhaltigkeit in unserer Branche. Hierzu haben wir im Herbst 2021 eine Veranstaltung zu diesem Thema durchgeführt und anschließend zwei Netzwerke gegründet. Eines in der Region mit Kulturschaffenden aller Sparten und eines bundesweit mit dem Hauptaugenmerk Figurenspiel. Beide Netzwerke dienen dem Austausch und der Kompetenzvermittlung, aber auch der Strahlkraft und Wirksamkeit in politischen Belangen.

Hierzu wurde auch teilweise unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte in andere kulturelle Einrichtungen eingeladen, um als Good-Practice-Beispiel Wege zu nachhaltigem Arbeiten zu zeigen und vorzustellen.

Aufträge wurden nicht an Mitunternehmen weitervermittelt, da im Berichtszeitraum keine vorhanden waren.

Finanzmittel dürfen wir wegen der Zweckgebundenheit nicht weitergeben, weshalb auch hier keine Unterstützung an andere Branchen oder die Gleichen möglich war.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2021 konnte ein Theaterspaziergang/Projekt „Extrem laut und unglaublich nah“ umgesetzt werden, der/das in Kooperation mit dem Staatstheater, dem Leonardo Zentrum, der Tanzwerkstatt und dem Gostner Hoftheater entstand.

Die Nachhaltigkeits-Netzwerke „Puppets for Future“ und „Hoffnung+Zukunft“ wurden gegründet. Zum Spielzeitbeginn fand eine gemeinsame Theaterparade, organisiert vom Staatstheater statt. Der Aufbau eines Fundusaustausches wurde erörtert und als gerade nicht durchführbar

eingeschätzt, da die Ressourcen für eine exakte Listung und Pflege der Materialien nicht zur Verfügung stehen. Dennoch werden im Kleinen (auf Anfrage) bereits Requisiten und Bühnenbilder geteilt, das Netzwerk hierzu wächst.

Durch die Bekanntschaft in der Peergroup folgte eine Zusammenarbeit mit FARCAP bezüglich eines Workshops für deren Bildungsarbeit.

Unsere Produktion „Über(s)fischen“ wurde bei verschiedenen Nachhaltigkeits-Veranstaltungen gespielt, u.a. bei einer Aktion von „AutoFrei“ und dem Gemeinwohl-Tag in Postbauer-Heng. Dafür verlangten wir teils nur eine reduzierte Gage.



Im Rahmen des Theater-Staffellaufs haben wir einen Teil der Strecke, die insgesamt von Kiel nach Augsburg verlief, übernommen: Von Nürnberg nach Ingolstadt. Die Staffel in Form eines Apfelbaumsetzlings haben wir mit dem Tandem transportiert.

Im Anschluss daran erfolgte eine gemeinsame Veranstaltung namens „Meergeschichten“ mit dem Ensemble des Staatstheaters.

Wir haben unseren Theaterbus außerdem an Kufners Nusseckenmanufaktur geliehen, der auch ein Gemeinwohl-Kollege ist.

Anfang 2021 haben wir über Bayern Innovativ ein Nachhaltigkeits-Assessment durchgeführt und auch in deren Nachhaltigkeits-Café einen Impuls zur GWÖ gegeben.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unser Publikum muss selbstverständlich anreisen, um in den Genuss unserer Dienstleistungen zu kommen, was durchaus Emissionen verursacht. Außer des benötigten Tickets entstehen keine zu entsorgenden Materialien, die direkt mit unseren Produkten in Zusammenhang stehen.

Die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen sind im Vergleich zu bestehenden Alternativen als gering einzuschätzen. Sie gehen direkt einher mit unseren Maßnahmen, um diese zu reduzieren. Wir bewerben die Anfahrt mit dem ÖPNV in Form eines Kombitickets,

das für den Gesamttraum des regionalen Verkehrsverbunds (VGN) gilt, außerdem gibt es wenig verfügbare Parkplätze in der Nähe. Unser Standort ist außerdem zentral und hervorragend mit den Öffentlichen zu erreichen. Die tatsächliche Nutzung ist jedoch schwer messbar – wir haben zwar im Berichtszeitraum über eine gewisse Zeit hinweg die Anreise abgefragt, jedoch nicht die Länge der Strecke. Außerdem setzen wir vermehrt auf eine papierlose Terminvermittlung per Onlineticket. Das Material, das bei Workshops verwendet wird, ist meist bereits vorhanden und wird recycled oder upcycled.

In unserem Geschäftsmodell sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz fest verankert, wir möchten sogar behaupten, dass dies unser Steckenpferd ist. Verschwendung von Ressourcen ist etwas, das wir kategorisch ablehnen. Dies möchten wir auch in vielen unserer Stücke vermitteln, indem wir auf ökologische Inhalte eingehen und sie thematisch in unsere Produktionen einfließen lassen, um Impulse bei unserem Publikum zu setzen.

Da wir bisher keine schädlichen Auswirkungen durch übermäßigen Theatergenuss feststellen konnten, haben wir keine Strategie, um zu einer maßvollen oder suffizienten Nutzung der Produkte und Dienstleistungen hinzuweisen. Somit raten wir auch in der Kommunikation nicht zu einer maßvollen Nutzung, sondern eher zum Gegenteil, weil unserer Meinung nach zu viel Theater keinesfalls schaden kann.

Im Berichtszeitraum haben wir das Thema Nachhaltigkeit noch stärker in die Öffentlichkeitsarbeit einfließen lassen und die Transparenz unserer Maßnahmen erhöht, z.B. im Newsletter, auf Spielplänen (auf die wir „gedruckt auf Graspapier“ schreiben) und in Vorträgen.

Im Herbst 2021 haben wir eine Nachhaltigkeits-Extraprise gemeinsam mit der Schaubude Berlin durchgeführt. Diese wurde sowohl durch informelle als auch durch künstlerische Inhalte gespeist.

Im Herbst 2021 haben wir außerdem die Mobilität unseres Publikums abgefragt, sehen aber Verbesserungspotenzial in einer Wiederholung der Abfrage.

Weitere Verbesserungspotenziale und Ziele sehen wir darin, in unseren Informationen für Veranstalter*innen auf verbrauchte Materialien in den Vorstellungen hinzuweisen.

Außerdem möchten wir auf den Toiletten den vermiedenen CO₂-Ausstoß durch Nutzung von Frotteehandtüchern statt Papierhandtüchern darstellen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Dem Theater ist der direkte Austausch mit dem Publikum sehr wichtig und es möchte in Kommunikation mit den Zuschauer*innen treten. Auf unserer Homepage, die wir 2021 komplett überar-

beitet und erneuert haben, können Interessierte unsere Arbeit begleiten und wir klären über Fragen auf, die uns momentan beschäftigen. Bei Neuproduktionen gibt es immer ein Testpublikum, das vor der Premiere Anregungen geben darf.

Im Sinne der Preisgestaltungstransparenz sind Förder*innen und Stiftungen auf der Homepage projektbezogen genannt, um zu zeigen, dass Kultur ohne Förderung kaum möglich ist.

Wir räumen unseren Kund*innen vielfältige Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte ein und kommunizieren dies auch regelmäßig nach außen. Besonders beim Kinderprogramm gibt es im Anschluss an die Vorstellung ein Publikumsgespräch, um sich über Wünsche, Verbesserungen oder Mängel auszutauschen. Hierzu gibt es oft im Vorfeld schon Kontakt mit dem pädagogischen Personal zur Festsetzung gewünschter Themen bei Gruppenvorstellungen. Nach den Abendvorstellungen gibt es das Angebot eines Ausklanggesprächs.

Auch bei Streaming-Angeboten haben wir gezielt nach Feedback gefragt und sind gern über Chat und E-Mail mit unserem Publikum ins Gespräch getreten. Außerdem erheben wir auch durch Umfragen Daten, wenn wir zu einem konkreten Thema eine allgemeine Übersicht erlangen wollen. Impulse und Wünsche von Seiten unseres Publikums beziehen wir gerne in unsere Entscheidungen mit ein.

Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung unserer Produkte und Dienstleistungen nehmen wir gerne an und diskutieren diese intern, wie z.B. das Thermopapier unserer Eintrittskarten. Letzteres haben wir bei unserem Ticketanbieter angeregt, Anfang 2023 haben wir die ersten Ticketrohlinge bekommen.

Produktinformationen zu Inhaltsstoffen, Wertschöpfungskette oder der Preisfindung sind bisher nicht öffentlich zugänglich. Nur bei Vorstellungen weisen wir auf einem Aushang vor der Saaltür auf den Einsatz von Stroboskop oder Nebel hin, da manche Menschen davon gesundheitlich beeinträchtigt werden können. Ökologisch relevante Informationen wie die biologische und vegetarische Verpflegung im Haus, sowie die kostenlose Nutzung des ÖPNV mit dem Kauf einer Eintrittskarte sind auf unserer Homepage zu finden und werden auch über andere Kanäle regelmäßig kommuniziert.

Die Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind, beläuft sich auf zwei (Durchführung der Gemeinwohl-Bilanz, Anbieten von Online-Tickets).

Der Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen beläuft sich derzeit noch auf null, ebenso der Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen.

Im Berichtszeitraum haben wir intern die Kosten aufgeschlüsselt und so ermittelt, was ein Ticket kosten „müsste“, wenn wir nicht subventioniert werden würden. Wir haben uns dann gegen die Veröffentlichung entschieden, da wir das zu Pandemie-Zeiten nicht aussagekräftig fanden und sich das je nach Auslastung dynamisch ändert.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

E 1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Unsere Vorstellungen und Produktionen dienen zum einen dem Zweck der Unterhaltung und Freizeitgestaltung, zum anderen wollen wir aber auch Wissen vermitteln, kreatives Schaffen anstoßen, zum Nachdenken und Hinterfragen anregen und zum Mitmachen bewegen. Dabei wählen wir sowohl gesellschaftskritische als auch leichtere Themen, je nach Zielgruppe, um die persönliche Entwicklung der Individuen zu fördern.

Die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens erfüllen im Prinzip alle neun Grundbedürfnisse, im Folgenden sind die für uns relevantesten kurz erläutert:

Zuneigung/Liebe: Liebesbeziehungen werden auf der Bühne auch thematisiert, was ein Gefühl der Verbundenheit auslösen kann. Konfliktlösung und daraus entstehende Zuneigung steht thematisch im Vordergrund.

Verstehen/Einfühlung: Unsere Produktionen fördern die Identifizierung des Zuschauers*der Zuschauerin mit den Protagonist*innen, sodass eine Persönlichkeitsentwicklung nahbar und nachvollziehbar wird. Dies soll die Entwicklung eines Selbstbewusstseins bei Kindern unterstützen und bei Erwachsenen kritisches Denken und Courage fördern.

Teilnehmen/Geborgenheit: Durch den Austausch von Spieler*innen auf der Bühne mit dem Publikum entsteht ein ganz eigenes Gefühl von Teilnahme. Dadurch ist jede Vorstellung einzigartig.

Kreatives Schaffen: Jede Vorstellung soll dazu anregen, selbst aktiv und kreativ zu werden. Außerdem bieten wir hierfür auch extra Workshops an.

Identität/Sinn: Dadurch, dass man sich auf der Bühne wiederentdecken kann, wenn man möchte, kann man Impulse für die eigene Identitätsfindung mitnehmen.

Keine*s unserer Produkte/Dienstleistungen ist ein Luxusprodukt, sie können nicht durch weniger ressourcenschädliche Ersatzprodukte adäquat ersetzt werden. Sie sollen allesamt dem persönlichen Wachstum der Menschen und der psychischen Gesundheit dienen. Kulturelle Veranstaltungen sorgen für Austausch und Wissensvermittlung, für soziale Kontakte und Geselligkeit. Wir wollen erreichen, dass unser Publikum sich mit Konflikten und Problematiken auseinandersetzt und Lösungswege mitnimmt. Wir hoffen, möglichst viele Menschen zu begeistern und nachhaltig positiv zu beeinflussen.

Inwieweit unsere Produkte/Dienstleistungen gesellschaftliche und ökologische Probleme lösen können, ist schwer zu beurteilen. Wir thematisieren sie und leben entsprechend positiv vor, wie wir in Orientierung an folgenden UN-Entwicklungszielen exemplarisch aufzeigen möchten:



Bildung und Wissensvermittlung sind für uns als Kulturstätte selbstverständlich.



Jede Person wird bei uns gleichbehandelt, sei es im Team oder im Publikum. Ungleichbehandlung wird nicht geduldet. Auch Kindern wollen wir auf Augenhöhe begegnen, sie und ihre Wünsche/Bedürfnisse respektieren.



Sich kommunal auszutauschen mit anderen Theatern, Kultureinrichtungen und der Stadtpolitik, fördert ein buntes, nachhaltiges Stadtbild.



Wir ernähren uns vegetarisch, möglichst regional, saisonal und hauptsächlich ökologisch. Ressourcen werden auf Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit geprüft.



Wir ergreifen möglichst viele Maßnahmen zum Klimaschutz, fahren wann immer es geht Fahrrad oder mit den Öffentlichen, ernähren uns vegetarisch, setzen nicht auf fossile Brennstoffe. Wenn wir auf Transporte mit dem Auto zurückgreifen müssen, leisten wir für jeden gefahrenen Kilometer eine freiwillige CO2-Abgabe, welche gespendet wird. (2021 Nürnberger Baumstiftung/2022 Knoblauchkröte)

Die folgende Aufstellung zeigt den Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse	
decken Grundbedürfnisse	100%
Statussymbol/Luxus	0%
2. Dienen der Entwicklung	
der Menschen	100%
der Erde/Biosphäre	25%
in der Lösung gesellschaftlicher/ökologischer Probleme	
lt. UN-Entwicklungszielen	100%
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100%
Hemmender/Pseudo-Nutzen	0%
Negativnutzen	0%

Im Berichtszeitraum konnten wir einen veränderten Umgang mit dem Publikum feststellen. Nach und mit den langen Kontaktbeschränkungen waren die Menschen offener und hungriger nach Theater und dem direkten Kontakt mit den Spielenden und dem Personal im Vorderhaus. Wir haben insgesamt mehr Wertschätzung für unsere Arbeit erfahren, sowohl Erwachsene als auch Kinder suchten eine intensivere emotionale Bindung. Gleichzeitig kommen mehr Menschen, die von Bekannten von uns gehört haben und aufgrund deren positiven Erlebnissen neugierig sind.

Im Moment sehen wir keine Verbesserungspotenziale.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Das Theater erhält Subventionen, wodurch die Arbeitsplätze und die Produktionen finanziell gesichert sind und eine günstige Ticketpreisstruktur ermöglicht wird. Die Vorstellungen und deren Inhalt dienen der Gesellschaft, ein Eigennutzen besteht hinsichtlich Selbstverwirklichung, kreativen Schaffens und der Existenzsicherung.

Das Unternehmen leistet direkte materielle Beiträge zur Sicherung des Gemeinwesens in Form von Lohnsteuer der Mitarbeiter*innen, Sozialversicherungsbeiträge und Pflichtversicherungen. Umgekehrt erhalten wir für unser kulturelles Schaffen Förderungen und Subventionen der Stadt Nürnberg, des Bezirks Mittelfranken und des Freistaates Bayern.

Im Bereich des freiwilligen Engagements des Unternehmens haben wir 2021 und 2022 für jeden gefahrenen Kilometer mit dem Theaterbus eine freiwillige CO2-Abgabe gezahlt. Bei 0,25€ pro gefahrenen Kilometer ergaben sich 2021 1.111,11 €, welche wir an die Baumstiftung Nürnberg gespendet haben.



2022 waren es 1.595,50 €, die wir an den Bund Naturschutz für die Erhaltung des Lebensraumes der Knoblauchkröte im Marienbergpark gespendet haben.

Außerdem haben wir ca. 320 Arbeitsstunden in Netzwerkarbeit zum Thema Nachhaltigkeit investiert. Hierbei haben sowohl unsere Theaterleitung als auch die Nachhaltigkeitsbeauftragte unter anderem regelmäßige Treffen mit anderen Kulturschaffenden organisiert, Impulsvorträge gehalten und Interviews an Studierende gegeben. Auch im Rahmen der Nachhaltigkeit haben wir am Theaterstaffellauf teilgenommen und sind mit dem Fahrrad die Teiletappe nach Ingolstadt gefahren, um die Staffel weiterzugeben. Des Weiteren haben wir ca. 62 Arbeitsstunden in verschiedene theaterpädagogische Projekte investiert, u.a. in den Welttag des Theaters für Kinder und Jugendliche. Zusätzlich haben wir über die Bürgerstiftung an deren Aktion des Kulturtickets teilgenommen, bei der einkommensschwache Bürger*innen die Möglichkeit zu kostenlosen Theatertickets bekommen haben. Wir haben im Schnitt 3 Freikarten pro Vorstellung zur Verteilung an die Stiftung vergeben.

Wir verfolgen keinerlei Eigennutzen mit diesen Aktivitäten.

Die nachhaltigen Veränderungen der freiwilligen Aktivitäten sind schwer messbar, jedoch hoffen wir eine Sensibilisierung der Kinder für Umweltthemen durch die Wahl des Stücks und im Bereich der freiwilligen CO2-Abgabe erhoffen wir uns viele Nachahmer*innen aus unserer Branche (und anderen).

Da wir aufgrund unserer Zuschüsse nachweispflichtig sind, ist absolut sichergestellt, dass unser Unternehmen illegitime Steuervermeidung, Korruption und negativen Lobbyismus nicht begünstigt.

Im Folgenden die Berechnung der materiellen Beiträge zum Gemeinwesen:

	2021	2022
Erlöse:	47.944,27 €	108.212,77 €
Abgaben:		
Effektiv gezahlte Ertragssteuern	-	-
Lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge	624 70 € 19.231,13 €	3.031,08 € 27.252,95 €
Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme	16.044,35 €	30.591,01 €
Summe Abgaben:	35.903,18 €	60.875,04 €
Subventionen:	275.459,03 €	313.064,35 €
Wertschöpfung berechnet als:		
Summe der Löhne und Gehälter	191.143,25 €	232.195,84 €
Zinsen und sonstige Finanzerträge	805,59 €	29,15 €
Jahresergebnis vor Steuern	- 9.898,38 €	53.733,74 €
Summe Wertschöpfung:	182.050,46 €	285.958,73 €
Netto-Abgabenquote (in %) (errechnet durch Abgaben / Wertschöpfung)	19,7 %	21,3 %

Durchschnittsnettoabgabenquote für 2021 & 2022: 20,5 %

Im Weiteren die Aufstellung der freiwilligen Leistungen:

Freiwillige CO2-Abgabe:	2.706,61 €
Nachhaltigkeit-Netzwerken:	4.608,- € (entsprechen 320 Arbeitsstd.)
Theaterpädagogische Projekte:	892,80 € (entsprechen 62 Arbeitsstd.)
Theaterstaffellauf + Meergeschichten:	864,- € (entsprechen 60 Arbeitsstd.)
Gesamt:	9071,41 €
	Entspricht 5,8 % des Umsatzes (Erlöse 2021 und 2022)

Im Berichtszeitraum haben wir eine Benefiz-Extraprise für Puppenspieler*innen in der Ukraine durchgeführt. Dabei wurden Bücher auf Spendenbasis verkauft, der komplette Erlös ging als Spende weiter.

Als Ziel haben wir uns gesetzt, das Fahrradfahren zum Theater attraktiver zu gestalten. Dazu planen wir eine Solarladestation auf dem Theatervorplatz, an der man seine E-Bikes und andere Endgeräte aufladen kann.



E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Wir erkennen potenziell schädliche Umweltauswirkungen durch Aufmerksamkeit, Achtsamkeit und Reflektion. Ständiges Weiterbilden und Informieren schließt vorhandene Wissenslücken und durch Eigeninitiative suchen und finden wir alternative, möglichst umweltschonende Lösungen. Seit 2019 wird für Produktionen Vieles in der hauseigenen Werkstatt in der Probebühne gefertigt und mit vorhandenem Material durch Re- und Upcycling gearbeitet. Geschlossene Baumärkte während der Pandemie führten zu alternativen und kreativen Lösungen. Auf Neubestellungen wird weitestgehend verzichtet.

Uns ist bewusst, dass die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse durchaus negative Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben. Wir verbrauchen Ressourcen wie Papier (Versand/Anschreiben), Materialien bei Produktionen (Farbe, Holz, Schleifpapier, Folie etc.) achten aber darauf, möglichst keine neuen Sachen, sondern bereits vorhandene zu verwenden. Manchmal müssen wir Produkte bestellen, dann fällt Verpackungsmüll an, dieser wird möglichst wiederverwendet. Bei Proben wird möglichst auf Strom/Kunstlicht verzichtet. Um Ressourcen zu sparen, verwenden wir beispielsweise Stromkippschalter, die Heizung wird zeitlich reguliert, ebenso die Abendbeleuchtung.

Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) wurden bisher im Gemeinwohlbericht veröffentlicht.

Im Folgenden die Berechnung der materiellen Beiträge zum Gemeinwesen:

	2021	2022
Transporte (und dessen CO2 Äquivalent) in km bzw. kg	4.260 km bzw. 1.040 kg	6.145 km bzw. 1.490 kg
Benzinverbrauch in Liter (Verbrauch 8 Liter/100km) (CO2Äquivalent s. o. Transporte)	342,4 l	491,6 l
Stromverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent) in kWh bzw. kg	8.959 kWh bzw. 120 kg	7.488 kWh bzw. 100 kg
Gasverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent) in kWh bzw. kg	35.265 kWh bzw. 4.831 kg	26.219 kWh bzw. 3.592 kg
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C	Siehe Gasverbrauch, 19 °C nachts/22 °C tags	
Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³	Aufgrund von Wasserpauschale nicht messbar	
Papierverbrauch in kg	Ca 100 kg	Ca 90 kg
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh (Scheinwerfereinsatz)	1.974,8 kWh (52 Veranstaltungen)	4.290 kWh (143 Veranstaltungen)
Gesamtverbrauch CO2	5.991 kg	5.182 kg

Unser Gesamtverbrauch 2019 lag bei 9.760 kg CO2, 2020 bei 8.298 kg CO2. Die oben ersichtliche Reduktion konnten wir vor allem durch den Umstieg auf ProWindgas Anfang 2021 erzielen.

Im Berichtszeitraum sind wir mit unserem Lager umgezogen, das nun fußläufig gut erreichbar ist. Für Transporte haben wir eine Schubkarre mit E-Antrieb gekauft, damit man nicht schwer schleppen muss. Alternativ ist der Transport mit dem Lastenfahrrad möglich. Hierdurch fallen viele Autofahrten weg. Unsere Lichtshows zu den Vorstellungen haben wir 2022 größtenteils auf LED umprogrammiert. Ebenso haben wir Neuinszenierungen produziert, die ohne den Einsatz eines PKWs transportierbar sind, wie z.B. den „Spuk in der Kuschelburg“ und die Version von „Carabas“ ohne Musiker, „Der gestiefelte Kater“.

Nachdem 2021 noch viele Abstandsregelungen die Büroarbeit ins Foyer verlegt haben, konnten wir das im Winter 2022 vermeiden. Dadurch konnte der Raum unter der Woche unbeheizt bleiben, um Gas zu sparen.

Unser Ziel ist es, auch externen Gästen unsere Hausregeln begreifbar zu machen, hierfür wollen wir einen Eco-Rider erstellen. Außerdem wollen wir einen Nachhaltigkeitsbericht zu jeder Produktion veröffentlichen und haben dafür bereits an einem Nachweisformular gearbeitet.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Wenn wir Entscheidungen treffen müssen, die mehrere Parteien betreffen, gehen wir offen in Gespräche und finden Lösungen, die für alle tragbar sind. Dies machen wir beispielsweise mit Umfragen, direkter Ansprache per Homepage, E-Mails, Briefen oder auch physischen Treffen.

Soweit wir wichtige oder kritische Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erkennen, gehen wir offen und in direkter Ansprache auf die Betroffenen zu. Auf unserer Homepage und in unseren Newslettern berichten wir regelmäßig über unsere Entwicklungen und Veränderungen und bieten darüber auch eine Plattform der Kommunikation. Die Information über die Förderung unseres Hauses durch öffentliche Gelder ist in jeder ausgehenden E-Mail automatisch in der Signatur enthalten.

Alle Bürger*innen können jederzeit in Dialog mit uns treten, ebenso können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen äußern. Wir sind telefonisch, per E-Mail, auf Social Media und persönlich ansprechbar und offen für Anregungen und Interesse von außen.

Ergebnisse dieses Dialogs werden in Gesprächsnotizen dokumentiert und fließen ins wöchentliche Jour fixe ein, wo sie zum einen protokolliert und zum anderen diskutiert werden und somit in die Entscheidungsfindung einfließen.

2021 konnten wir unseren ersten Gemeinwohl-Bericht veröffentlichen. Dieser ist auf unserer

Homepage einsehbar. Der Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen ist aktuell nicht ausgewertet und erfasst.

Im Zuge der Veröffentlichung des Berichts, haben wir auf unserer neuen Homepage einen Reiter der Nachhaltigkeit gewidmet, unter diesem wir unsere Aktivitäten präsentieren. Dieser zieht viel Aufmerksamkeit, wir werden häufig darauf angesprochen.

Außerdem haben wir bei einer Extraprise und bei Schulvorstellungen einen Blick hinter die Kulissen ermöglicht.

Unser Ziel ist, bei der Errichtung unserer Solarladestation möglichst viele Wünsche aus der Anwohnerschaft zu sammeln und sie in das Projekt mit einfließen zu lassen.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Das Theater Salz+Pfeffer kann bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie verfolgen wir kurzfristig das Ziel, die bereits angegangenen Veränderungen weiter zu vertiefen, um konsequent wichtige Maßnahmen zur Nachhaltigkeit zu ergreifen. Des Weiteren soll die Ökologie mit Leichtigkeit in allen Kaufentscheidungen, Produktionen, im Kundenkontakt und alltäglichen Arbeiten Priorität sein, quasi „das neue Normal“. Daraus folgt auch eine stetige Rebilanzierung des Gemeinwohlberichts, um sich nicht auf dem Zertifikat „auszuruhen“. Wir denken über eine Rotation im Team bei der nächsten Berichtserstattung nach, um die Mitarbeitenden noch stärker in die Thematik einzubinden.

Das Finden einer neuen Betriebsstruktur und einer neuen Führungsform, vor allem in Bezug auf den Generationenwechsel und somit einer langfristigen Erhaltung unseres Hauses, sind in Arbeit. Hierzu gehört eine Übergabe des Theaterbetriebs im Sommer 2024, auch im Sinne der Nachhaltigkeit.

Langfristige Ziele

Bei den langfristigen Zielen möchten wir, was nachhaltige Kulturarbeit anbelangt, eine Vorreiterrolle in der Branche einnehmen. Die große Hoffnung liegt dabei im Nachahmungseffekt durch andere Akteur*innen. Zusätzlich möchten wir Einfluss auf die Politik ausüben und darauf hinarbeiten, dass Subventionen nicht dahingehend bewilligt werden, dass man günstig arbeitet, sondern dass der nachhaltige Aspekt Teil der Förderkriterien wird. Auch wenn es dadurch zu höheren Erstinvestitionen kommt, zahlen sich diese unserer Meinung nach aber langfristig

aus und sei es „nur“ im Sinne des Gemeinwohls.

Es mag ein Hirngespinnst sein, aber der Gedanke, langfristig ein „klimaneutrales Theaterhaus“ zu etablieren, ist für uns eine Vision, die sicher noch vieler Schritte bedarf, doch tief in uns glauben wir, dass jeder einzelne Schritt die Mühe wert ist.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Trifft nicht zu.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Rebilanzierung des Gemeinwohlberichts gestaltete sich durch den bereits vorhandenen Erfahrungsschatz als strukturierter und weniger zeitintensiv als die erste Bilanz. Dennoch war aufgrund knapper zeitlicher und finanzieller Ressourcen der Aufwand für unseren kleinen Betrieb eine Herausforderung.

Dieses Mal leistete unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte die Hauptarbeit, während das gesamte Team ihr zuarbeitete. Diese Einbeziehung aller Mitarbeitenden ermöglichte eine erhöhte Transparenz, da zum Schluss jede*r Einzelne zusätzlich zu vorher abgefragten Daten noch Korrekturlesen konnte, um Fehlendes zu ergänzen.

Wir sind froh, wieder den Peergruppen-Prozess gewählt zu haben, da der unternehmerische Austausch andere Blickwinkel und Zuspruch ermöglicht. Sich gegenseitig zu motivieren hat den Prozess bestärkt, weshalb wir nachdrücklich dazu raten können, als Gruppe zu bilanzieren.

Datum: 04.08.2023