

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens	4
Produkte / Dienstleistungen	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl	5
Theater und Gemeinwohl warum?	5
Testat	6
Lieferantentabelle für Berichtszeitraum 2019/2020	7
A Lieferant*innen	8
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	8
<i>A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette</i>	<i>9</i>
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	9
<i>A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen</i>	<i>10</i>
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	10
<i>A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette</i>	<i>11</i>
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	11
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	12
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	13
<i>B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln</i>	<i>14</i>
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	14
<i>B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen</i>	<i>15</i>
B4 Eigentum und Mitentscheidung	15
<i>B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme</i>	<i>16</i>
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	16
<i>C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen</i>	<i>18</i>
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	18
<i>C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge</i>	<i>20</i>
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	20
<i>C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens</i>	<i>22</i>

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	22
<i>C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates</i>	<i>23</i>
D1 Ethische Kundenbeziehung	23
<i>D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen.....</i>	<i>24</i>
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern.....	25
<i>D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern.....</i>	<i>26</i>
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	26
<i>D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen</i>	<i>27</i>
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	27
<i>D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....</i>	<i>28</i>
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	28
<i>E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen</i>	<i>30</i>
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	30
<i>E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung</i>	<i>32</i>
<i>E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention.....</i>	<i>32</i>
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	32
<i>E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen</i>	<i>33</i>
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	34
<i>E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....</i>	<i>34</i>
Ausblick	35
<i>Kurzfristige Ziele.....</i>	<i>35</i>
<i>Langfristige Ziele.....</i>	<i>35</i>
<i>EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)</i>	<i>35</i>
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	36

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: 330.000

Jahresüberschuss: 35.000

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: Januar 2019 – Dezember 2020

Kurzpräsentation des Unternehmens

Epilog: Es ist die Magie, welche die beiden Theatergründer 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 wohl fühlen. Rein die geschichtliche Wandlung des Theaterhauses am Plärrer vom Ring-Café (1905) über das Lichtspielhaus (ab 1946) bis zur Modernisierung (2008) inspiriert das Ensemble allgegenwärtig. So bleiben die Akteure 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 Moskau. 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** an in Form eines Abendprogramms mit Klassikern und Stücken zeitgenössischer Autor*innen sowie Produktionen mit Live-Musik. Die zweite Sparte ist **Figurentheater 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 Figurentheaterfestival 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. Schlussendlich vermieten wir unsere Räumlichkeiten an Externe, wie zum Beispiel für Privatfeiern.

Gemessen an den Eigeneinnahmen von 90.000 € ergibt sich folgender Umsatzanteil der einzelnen Sparten:

Aufführungen im eigenen Haus / Ticketverkauf	60.000 € = 66 %
Gastspiele außer Haus	22.000 € = 24 %
Theaterpädagogik / Workshops	5.000 € = 6 %
Vermietung / Sonstiges	3.000 € = 4 %

Unser Gesamthaushalt inklusive Subventionen, Förderungen und Spenden liegt allerdings bei 333.000,- €, die eigenen Dienstleistungen entsprechen folglich nur 25 – 30 % des Gesamtumsatzes. Seit Ausbruch der Pandemie im März 2020 stagnieren unsere Eigeneinnahmen aufgrund der Theaterschließungen, deshalb sind die Zahlen aus 2019 entnommen.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Theater und Gemeinwohl warum?

Wir achten seit vielen Jahren und somit auch im Jahr vor Erstellung der Gemeinwohlabilanz darauf, uns ökologisch und sozial kontinuierlich zu verbessern. Menschenwürde, Demokratie, friedliches Zusammenleben und Achtung von Natur und Umwelt sind für uns zu pflegende und zu fördernde Lebenspfeiler. Bei unserer Stückauswahl liegt der thematische Schwerpunkt auf den Themenfeldern Menschlichkeit, Demokratie und friedliches Zusammenleben. Auf der Suche nach einer Zertifizierung zum Thema Nachhaltigkeit sind wir auf die GWÖ gestoßen und sehen ihre Ziele stark mit unserer

Philosophie verbunden, weshalb sie für uns die richtige Zielrichtung darstellt. Unsere Ansprechpartnerin hierfür ist Wally Schmidt (wally.schmidt@theatersalzungpfeffer.de / Tel. 0911-22 43 88)

Testat



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	Theater Salz+Pfeffer, Nürnberg
	M5.0 Kompaktbilanz	2019	PG Nürnberg
Begleiter*in	Thomas Mönius		Beteiligte Peergroupen Firmen
			Hauswirtschaftliches Service-Team GmbH, Baiersdorf Meister Künfer Nusseckenmanufaktur, Nürnberg Stimmumschwung, Hayo Keckels, Wilhermsdorf FARCAP Faire Mode gGmbH, Fürth

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 60 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 10 %
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: 80 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 90 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 20 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Zertifikat gültig bis: 30.06.2023	BILANZSUMME: 381

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: ndasv
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org



Lieferantentabelle für Berichtszeitraum 2019/2020

Lieferant*in	Eingekaufte Produkte/ Dienstleistungen	Kosten- volumen	Anteil am gesamten Einkauf	Faire Arbeits- bedingungen	Ökologische Zertifizierung	Soziale Zertifizierung	Transparenz und Mit- entscheidung	Entfernung (Regionalität)
Vogt /Schmidt/MUNCK	Theater- räumlichkeiten, Lager	48.900€	32%	Ja			Ja	212 km
Birga Ipsen / Klappstein / Stahl	Regie	16.800€	11%	Ja	Nein (Anreise mit Zug)		Ja	unterschiedlich
Kaiser / Faltenbacher / Böhm / Matheis	Figurenbau / Bühnenbild / Kostüm	22.700€	15%	Ja	Nein		Ja	unterschiedlich
Dr. Beck	Steuerbüro	12.300€	8%	Ja	Digital statt Papier			6 km
Post	Porto	9.750€	6%	?	Nein	?	Nein	1 km
VAG	Kombiticket	5.800€	4%	?			Nein	600 m
Greenpeace	Strom	5.700€	3,5%	Ja	Tüv Nord, Ok- OmniCert, Ok- Power-Plus, Öko Test, EcoTopTen		Ja	600 km
Reservix	Ticketanbieter	6.000€	4%	Ja			teilweise	380 km
Druckerei	Spielpläne, Anschreiben	7.054,87€	5%	Ja	Öko-Farben ISO 12647			10 km
Auer Nesyba	Musiker	6.000€	4%	Ja	Anreise mit Zug		Nein	75 km
N-Energie	Gas	5.300€	3,5%				Nein	3 km
Gema	Gebühren	5.000€	3%				Ja	500 km
Thomann, Conrad, u.a.	Bühnenzubehör	1.601,09€	1%		Thomann: ISO 50001 Conrad: EcoVadis EcoVadis CSR, EMAS	Conrad: EcoVadis CSR		60 km 5,1 km
Gesamtes Einkaufsvolumen		152.905,96 €		Ca 51%	Ca 60%			

A Lieferant*innen

Wir beziehen unsere Produkte/Dienstleistungen von mehreren teilweise kleinen Lieferant*innen, weshalb hier nur die anteilig größten genannt werden. (s.o.)

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

Produkte/Dienstleistungen/Rohstoffe

Bühne/Produktion

- Bühnenbild/Puppenbau und Künstlerisches Personal
- Technik: Scheinwerfer, Dimmer, Effektgeräte, Steuergeräte, Akkus, Sender
- Schminke/Kostüme

Vorderhaus

- Theatergastronomie
- Mobiliar
- Elektrogeräte/Maschinen
- Verbrauchsmaterial: Tickets, Spielpläne
- Spielplanversand
- Reinigungsmittel
- Textilien
- Teppichreinigung

Büro

- Büromaterial: Papier, Umschläge, etc
- Datenspeicherung

Figurentheaterpädagogik

Auswahlkriterien

- persönliche Kontakte, Empfehlungen, Qualität der künstlerischen Arbeit
- Fertigung/Werk ohne Kinderarbeit, Gebrauchtkäufe, Leih- und Tauschversionen, TÜV-Siegel/Zertifikat
- Hautverträglichkeit, Naturkosmetik, Second Hand
- Bio-Qualität, Verpackungsarmut, vegetarisch
- Gebrauchtkäufe
- Ökosiegel, Energiesparmodus
- regionaler Druck
- Integration (Lebenshilfe)
- Ökosiegel
- Ökotex
- Grüne Reinigung
- Graspapier (schnellwachsender Rohstoff)
- Cloudnutzung möglichst regional, Datenvolumen auf Nötigstes reduziert
- Re- + Upcycling bereits vorhandener Materialien

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Da wir unsere Zulieferer vor allem nach Regionalität auswählen, gehen wir davon aus, dass die deutschen Arbeitsschutzrichtlinien eingehalten werden. 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 allgemein ökologischem Fußabdruck aus.

Soziale Risiken in der Zulieferkette werden derzeit mit gelegentlichen Nachfragen überprüft. Wir informieren uns bei der Wahl des Zulieferers 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*innentabelle erkennen, unsere Auswahlkriterien in der zweiten Übersichtstabelle.

Im Berichtszeitraum haben wir verstärkt darauf geachtet, dass Scheinwerfer im Zweifelsfall lieber nicht gekauft wurden, wenn die Arbeitsbedingungen nicht tragbar oder unbekannt waren.

Unsere aktuellen Verbesserungspotenziale und Ziele liegen darin, dass wir zwei Neuproduktionen auf den Weg gebracht haben, 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.

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. Im Berichtszeitraum haben wir verstärkt darauf geachtet technische Geräte aus China nicht mehr zu kaufen, da hier eine Herstellung unter unwürdigen Verhältnissen vermutet werden kann.

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 bei 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 Zulieferer. 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 Lieferantentabelle). Für unseren Spielplanversand (verpacken der Infomaterialien in Umschläge) haben wir uns beispielsweise bewusst für die Lebenshilfe entschieden, um somit Inklusion zu unterstützen.

Im Berichtszeitraum haben wir mehrere Lieferant*innen angesprochen und in einigen Fällen auch Wechsel in der Zulieferkette vollzogen. Unser Verbesserungspotenzial sehen wir 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.

Im Berichtszeitraum erfolgte eine verstärkte Bewusstmachung für diese Themen, die Wahrnehmung teilweise fehlender Informationen, sowie Kontaktaufnahme und Austausch mit Kolleg*innen und der Öffentlichkeit.

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 unseren Produkten.

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 Mitbewerbern. Kulturschaffende orientieren sich meist am preisgünstigsten Produkt. Das Thema Nachhaltigkeit wird oft nur in Verbindung mit Bio-Lebensmitteln gebracht. Gelegentlich werden ökologische Themen auf die Bühne gebracht, 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.

Im Berichtszeitraum haben wir die Theatergastronomie komplett auf Bio-Qualität, Regionalität und Verpackungsarmut oder Mehrweg umgestellt. Hierfür wurde der Lieferant gewechselt. Scheinwerfer wurden im Zweifelsfall nicht gekauft, wenn die Umweltauswirkungen nicht tragbar oder unbekannt waren. Bei Theaterfigurenbestellungen kamen wir mit den Puppenbauern*innen ins Gespräch und baten um umweltschonende Materialbeschaffung und Ausführung. Für das im Büro benötigte Papier wird seitdem ausschließlich Graspapier verwendet, da der Rohstoff schnellwachsend ist. Zertifizierte und regionale Betriebe werden bevorzugt ausgewählt. Ebenso haben wir auf Öko-Gas umgestellt (proWindgas von Greenpeace Energy).

Verbesserungspotenziale und Ziele sehen wir darin unsere Theatertickets umweltschonender beziehen zu können. Da in diesen aber ein Fahrschein für den öffentlichen Nahverkehr integriert ist, müssen gewisse Kriterien (Fälschungssicherheit) erfüllt werden und so sind wir noch nicht fündig geworden. Wir möchten eine Bundesweite FUNDUSTAUSCHBÖRSE initiieren, damit vorhandenes und nicht mehr benötigtes weiter genutzt werden kann. Der Mobiltarif der Theaterleitung wird Anfang 2021 zur Firma WE TELL gewechselt, einer Firma mit Nachhaltigkeitsbewusstsein. Das Theater selbst verzichtet auf den Einsatz eines Mobiltelefons.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Nach bestem Wissen und Gewissen können wir bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Im Berichtszeitraum haben wir begonnen bei Laptop-Neukäufen auf Nachhaltigkeit und Reparaturfähigkeit zu achten.

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.

Unsere Maßnahmen sind 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*n Lieferanten*in 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.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Der ethische Umgang mit Geldmitteln ist für das Theater Salz+Pfeffer Grundvoraussetzung. Als künstlerischer Betrieb steht der Mensch und sein Seelenheil im Mittelpunkt unserer Arbeitsziele. Geld ist dabei nur Zahlungsmittel. Unser größter Gewinn ist der Applaus des Publikums.

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 Sponsoren aus der Wirtschaft zusammen.

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, achten wir auf den Gemeinnützigkeitsnachweis. 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 und Finanzrisiken verringert werden.

Als Hausbank und somit einziger 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 des kalenderjährlichen Haushaltsplans mit 100 % Eigenkapital. 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 %.

Verbesserungspotenzial sehen wir lediglich im Finden einer Alternative zu PayPal, durch die vermehrte Schnittstelle 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 in die Haushaltspläne eingeplant. Als (pandemiebedingte) Risikovorsorge werden Open Air Produktionen stärker in die Planung eingebunden, ebenso Theater „außer Haus“, um auch künftig bei Kontaktbeschränkungen den Aktivitätsradius erweitern zu können. Hinzu kommen Streaming-Angebote, die in Zeiten, in denen Theater behördlich geschlossen werden, als sichernde Maßnahme dienen.

(Neu-)Kundengewinnung wird im Fort- und Weiterbildungsbereich ebenso eingeplant wie bei der Auswahl der künstlerischen Projekte. Im Bereich Marketing wird die Onlinepräsenz optimiert und kundenfreundlich gestaltet (Onlineticketing, Website etc.). Den Aufbau des Bereichs Nachhaltigkeitsmanagement sehen wir ebenso als notwendig wie zukunftsichernd. Für die fernere Zukunft wird eine mögliche Theaternachfolge beleuchtet und eine Umwandlung in eine GgmbH ist im Gespräch. Aktuelles Ziel ist es, als Theater die Pandemie zu überleben. Sobald weitere Maßnahmen festgestellt wurden, 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: 2.960 € / 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, Zukunftsausgaben fallen unter die Rubrik freiwillige Leistungen. Dementsprechend sind Zukunftsausgaben schwer planbar. Ebenso belaufen sich strategische Ausgaben, Anlagenzugänge die Zuführung zu Rücklagen und die auszuschüttende auf jeweils null Euro.

Im Berichtszeitraum konnte während der Coronakrise bei den angestellten Mitarbeiter*innen eine Aufzahlung auf 100 % des Lohns/Gehalts erfolgen.

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

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.

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 Solarpanel angebracht werden können, aber der Standort des Gebäudes hat hier negative Möglichkeiten hervorgebracht. 2020 erfolgte der Umstieg auf Öko-Gas. Im selben Jahr wurde pandemiebedingt in den Umbau des Saals 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. Konkret wurden Mittel des Förderprogramms NEUSTART genutzt, um die Theaterräume auch in Pandemiezeiten sicher nutzen zu können. Ein möglichst hoher Schutz für die Mitarbeiter*innen und das Publikum standen hier im Vordergrund. Als Hygienemaßnahmen sind Infrarotbedienungen im gesamten Sanitärbereich installiert worden. Optimale Belüftung im Theatersaal ist durch die vorhandene

Lüftung gegeben, ein Sachverständiger hat dies nochmals untersucht und bestätigt, die regelmäßige Wartung und Reinigung der Lüftungsanlage wird durch einen Fachmann durchgeführt. Gemeinsam mit der finanziellen Unterstützung des Hausbesitzers wurde der Einbau eines Dachfensters für Mitarbeiterräume realisiert, um für eine bessere Lüftungssituation und Tageslicht zu sorgen. Wenn wir bei Neuproduktionen in Material und Technik investieren, achten wir beim Kauf auf die nachhaltig höherwertige Version, auch wenn es nicht die kostengünstigste Variante ist.

Da das Theater keine freien Finanzmittel hat, können wir uns leider nicht an externen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte, ökologische 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.

Verbesserungspotenziale sehen wir in „kleinen“ Produktionen, die mit wenig Aufwand umsetzbar sind. Als Ziel wird eine mobile Neuproduktion auf einem E-Lastenfahrrad in die Planung aufgenommen. Dieses wird über eine Spende über unseren Verein durch den Rotary-Club Nürnberg-Reichswald finanziert werden. Das Lastenrad kann dann auch für stadinterne Transportwege genutzt werden.

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 Gesellschaftern 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. Aufgrund der aktuellen Coronakrise mit monatelangen Schließungen wurden Entscheidungen in den letzten Monaten vermehrt wieder auf die Haftungspersonen reduziert, was auf die extrem instabile Lage zurück zu führen ist.

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 (22- 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 wird die weitere Zukunft und die Etablierung einer neuen Gesellschaftsform Thema im Team bleiben. Was als Besonderheit im Vergleich zu anderen Theaterhäusern erwähnenswert ist, ist, dass das Theater Salz+Pfeffer eine feste Arbeitsstruktur und Mitsprache bietet. In anderen Häusern ist oftmals nicht einmal ein unbefristeter Arbeitsvertrag möglich, geschweige denn Miteigentum.

Wir arbeiten ohne Eigenkapital, sondern nur mit festen Jahresbudgets. Lediglich die Haftung im Falle einer Betriebspleite obliegt bei der Unternehmensleitung. Somit liegt die Eigenkapitalquote der Unternehmer*innen/Führungskräfte bei null Prozent. Gleiches gilt auch für alle weiteren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen. Nicht mittätige Kapital-Investor*innen sind nicht vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurden zusätzlich zu den Jour Fixe im Turnus von 6 Wochen „Creative Days“ abgehalten sowie einmal jährlich 2-3 Klausurtage eingeplant, um innerbetrieblich mehr Transparenz zu bieten werden. Die Inhalte hierzu werden im Team gefunden und entschieden. Themenbereiche werden dazu vorbereitet gegebenenfalls auch von externen Personen mit dem Ziel, 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.

Ziel ist, das Theater durch die Corona-Krise zu führen und die Mitarbeiterschaft in die Verantwortung ein zu binden und Entscheidungen und Planungen transparent zu gestalten. Übernahmebereitschaftspotentiale in den Bereichen: künstlerisches Konzept, Leitungsverantwortung und finanzielle Risikobereitschaft sind in der Mitarbeiterschaft zu ermitteln. Alternativ kann eine Theaterübergabe an Fremdkünstler*innen diskutiert werden, ebenso wie eine Schließung, falls nötig.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

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

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Das Theater Salz+Pfeffer beschäftigte 2019 und 2020 zwei Personen der Theaterleitung (100%) sowie eine Beschäftigte im Künstlerischen Betriebsbüro (2019 100%, 2020 85%), zwei

Theaterpädagoginnen (2019 75% und 50%, 2020 75% und 60%) und eine Technikerin, bzw. nach einem Wechsel einen Techniker (50%). 2020 kam die Stelle der Vorderhausbeauftragten hinzu (35%). Zudem gibt es einen Minijobber für die Hausreinigung und zwei Minijobberinnen für den Einlass.

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 Pädagogen*innen Konfliktlösungskompetenzen.

Einmal im Monat findet ein Jour Fixe statt, an dem auch der Techniker und die Minijobberinnen teilnehmen. Hier geht es um eine Rück- sowie Vorschau des vorhergehenden bzw. des kommenden Monats als Übersicht für alle Beteiligten, ebenso dient der Termin als Plattform, um gemeinsam Entscheidungen zu kommenden Veranstaltungen zu treffen. Einmal im Jahr finden Mitarbeiter*innengespräche mit jedem*r Mitarbeitenden und der Leitung statt, bei welchen es um Gehalt, Zufriedenheit, Zukunftsvorstellungen, Änderungswünsche und Projekte geht.

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.

Es wurde ein Raum für einen ruhigen Arbeitsplatz oberhalb der Theaterräumlichkeiten angemietet.

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.

Aktuell liegt der Fokus auf den Corona Regelungen, welche nach Vorschrift eingehalten werden. 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 besteht die Möglichkeit im Homeoffice zu arbeiten, um so weniger Kontakten ausgesetzt zu sein. Diese Maßnahmen werden 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 1-4 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 Coronakrise war sowohl die Zeit, als auch die Nötigkeit gegeben, die Zahl der Fortbildungsstunden zu erhöhen.

Eine Gesundheits-/Krankenquote wird nicht betrieblich erfasst. 2019 gab es eine halbjährige Krankschreibung (kein Betriebsunfall), unabhängig davon beträgt die Krankenquote durchschnittlich ca. eine Woche pro Mitarbeitendem im Jahr. Es ist nicht bekannt, dass Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen.

In den letzten Jahren gab es keine Betriebsunfälle.

Im Bereich Gesundheit wurde bis Mitte 2019 wurde regelmäßig zweiwöchentlich Betriebssport angeboten, an welchem alle Mitarbeitenden teilnehmen konnten. Dieser wurde ausgesetzt, um abends Zeit für geteilte Proben zu haben und die Teilnahme nicht mehr so rege gegeben war. Ein gemeinsamer Erste-Hilfe-Kurs steht in Aussicht. 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 90% 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 kann für den Berichtszeitraum nicht angegeben werden, da kein*e Mitarbeitende*r in Elternzeit war.

Im Berichtszeitraum wurde ein ruhiger Arbeitsplatz außerhalb der regulären Theaterräume angemietet und eingerichtet, sowie in die Anschaffung von Laptops für die Arbeit im Homeoffice investiert. Ferner wurde ein neues Lüftungssystem im Büro (Dachfenster), sowie kontaktlos Desinfektions- und Seifenspender sowie Spülknöpfe in den sanitären Anlagen angeschafft.

Verbesserungspotenziale sehen wir darin, die stockende Entwicklung eines Leitbildes für das Theater wieder anzukurbeln, einen Erste-Hilfe-Kurs mit allen Mitarbeitenden durchzuführen und zukünftig Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität zu bereitzustellen. Bereits fest eingeplant ist die Schaffung einer Stelle für eine Nachhaltigkeitsbeauftragte zu Beginn 2021.

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 Mitarbeiterinnen angehoben. Minijobs werden mit dem auf den vollen Euro aufgerundeten Mindestlohn entlohnt. Zu jedem Jahresende gibt es zudem Bemühungen, Gratifikationen für Projekte auszuzahlen, sofern dies wirtschaftlich möglich ist. Das Kurzarbeitergeld wurde während der Coronaschließungen vom Theater aufgezahlt/aufgestockt, zudem wurde den Mitarbeitenden eine Coronaentschädigung ausgezahlt.

Der Verdienst wird von den Arbeitgebern bestimmt und richtet sich nach den zur Verfügung gestellten Fertigkeiten angelehnt an NV Bühne. Er kann nicht von den Mitarbeitenden selbst beeinflusst werden.

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 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. Dies ist vertraglich festgehalten. 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 niedrigschwellige private Nutzung möglich ist. Ebenfalls gibt es die Möglichkeit bei Festivals, in welche das Theater Salz+Pfeffer involviert ist, Veranstaltungen zu besuchen, dessen Eintrittspreise das Theater übernimmt. Zudem wurde ein kostenloser Betriebssport für alle Mitarbeitenden angeboten.

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

Gleitzeit ihre Arbeitszeiten frei wählen. Alle Teilzeitangestellten führen ein Arbeitszeitkonto, welches die Arbeitszeiten dokumentiert, sodass auf Ausgleich geachtet werden kann.

Die Minijobber sind größtenteils auf Abruf bestellt, also innerhalb ihres Stundenkontingents sehr flexibel im Einsatz. Seit dem Ausbruch der Corona Pandemie werden die Arbeitspläne wöchentlich nach Homeoffice-Wünschen der Mitarbeitenden angepasst. Im Allgemeinen wird im Rahmen der Möglichkeiten auf Wünsche der Mitarbeitenden bezüglich ihrer Arbeitszeiten eingegangen, sodass diese nebenbei Studium, Ausbildung oder Zweitjobs absolvieren können.

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 6-Tage-Verträgen nicht jedes Wochenende gearbeitet werden muss.

Der innerbetriebliche Mindestverdienst beträgt 10,00 Euro/Stunde (2019-20), der Höchstverdienst 15 Euro/Stunde. Die Leitung erhält 11,30 Euro/Stunde), somit ergibt sich ein Medianverdienst von 12 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 auf durchschnittlich auf 12 Überstunden pro Woche. Alle Überstunden der übrigen Mitarbeitenden werden ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum konnten wir eine Lohnerhöhung bei allen Mitarbeitenden und die wunschgemäße Umverteilung der Arbeitszeitstunden unter den Mitarbeitenden umsetzen.

Verbesserungspotenzial gibt es aktuell bei den Überstunden der Leitungspersonen. Diese sollen langfristig minimiert und ausgeglichen werden.

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 und durch z.B. den gezielten Austausch mit Studierenden. 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 im Haus beim Mittagessen sowie bei Cateringveranstaltungen nur fleischlose Speisen angeboten. Die Theatertheke ist 2019 komplett auf regionale Bioprodukte umgestiegen mit möglichst wenig Müllproduktion. 2020 musste leider aufgrund der Hygienebestimmungen wieder vermehrt auf

Einzelverpackung zurückgegriffen werden. 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. Im Sommer werden regionale Obstsorten aus der Abokiste bereitgestellt.

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 die Arbeit im Homeoffice fallen zudem viele 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; einige werden in die Bearbeitung der GWÖ-Bilanz miteinbezogen. Es werden Bücher und Infomaterial zur Verfügung gestellt, zudem ist es immer wieder Besprechungsthema in den Jour Fixe Sitzungen. Die Theaterleitung lebt ökologisches Verhalten vor und ermuntert fortwährend dies gleichzutun. Es werden 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.

2019 wurde durch Initiative der Theaterleitung und einer Mitarbeiterin ein Foodsharing-Fahrrad vor dem Haus aufgestellt, dessen Lebensmittel zum Mittagessen benutzt wurden, um der Lebensmittelverschwendung entgegen zu wirken. Dieses musste 2020 wegen der Pandemie leider abgebaut werden.

Ein Nachhaltigkeitsblog wurde im Dezember 2020 eingeführt, in Newslettern wird immer wieder auf unsere Bestrebungen in Richtung Nachhaltigkeit hingewiesen und dahingehende Erfolge betitelt. Zudem werden Veranstaltungen und Podiumsdiskussionen zum Thema organisiert und Projekte mit Kindern absolviert.

Der Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft beträgt schätzungsweise 80%. Der Arbeitsweg wird zu ca. 15% mit öffentlichen Verkehrsmitteln bestritten und zu rund 85% mit Rad oder zu Fuß. Der Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden wird bisher nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum erfolgte ein Umstieg auf regionale Bioprodukte an der Theatertheke im Foyer. Die Anschaffung von Frotteehandtüchern in den sanitären Anlagen und von Stoffsäckchen zum Einkaufen. Zudem erfolgte ein Umstieg auf Graspapier statt gebleichtem Papier. Zwischenweise wurde das Foodsharing-Fahrrad angeboten und die Einführung zur Arbeit im Homeoffice.

Unsere Ziele sind eine verstärkte Nutzung des Lastenfahrrads für größere Einkäufe und mobile Theaterproduktionen, das Organisieren einer bundesweit ausgestrahlten Veranstaltung und Podiumsdiskussion zum Thema Nachhaltigkeit und sobald es erlaubt ist das Foodsharing-Fahrrad wieder zu installieren.

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 fußt auf einem Miteinander auf Augenhöhe und lebt von gegenseitigem Respekt. Jede*r hat eigene, selbstverantwortliche Aufgabenbereiche, wodurch Mitentscheidung eine wesentliche Rolle spielt. 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 Mitarbeitern 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 Alltagsgeschäft 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 Minijobbern 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 je her 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 strukturbedingt bei null Prozent. Der Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden beträgt schätzungsweise 70%.

Im Berichtszeitraum wurden Einstellungsgespräche von Minijobbern durch Mitarbeitende durchgeführt. Wir sehen derzeit keine Verbesserungspotenziale.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

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

D1 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 Hemmschwelle niedriger. Durch die Vernetzung mit pädagogischen Einrichtungen erreichen wir Personen aus allen Lebensbereichen. Obwohl die Sanitäranlagen 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, die durch die Bürgerstiftung finanziert sind, an, da der finanzielle Wert des Kunden nicht im Vordergrund stehen soll. Mit dem Abendprogramm wird eine gute Altersbreite erreicht.

Für mögliche Neukund*innen bieten wir kostenfreie Infoabende und regelmäßige Extraprisen an, um uns und unser Haus kennen zu lernen 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. 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 Kundennutzen 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 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 kommen. 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 Open Air Veranstaltungen an, um Barrieren abzubauen und die „Institution Theater“ nahbarer zu gestalten. Ebenso bieten wir kostenfreie Schnupperabende (Extraprisen) an, Gewinnspiele für Freikarten im Radio, auf Social Media, Workshops für Jugendliche und Erwachsene oder auch Aktionen zum Weltfrauentag in Kooperation mit Lilith e.V., um finanziell benachteiligten Menschen Theaterbesuche zuteil werden zu lassen. Während der Coronakrise wurden auch kostenlose Streams angeboten.

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 2019 15.141,29 € ausgegeben, gemessen am Gesamtbudget von 330.184,18 € entspricht das einem Anteil von circa 5%. Im Jahr 2020 lag der Betrag bei 9.070,04, € was bei einem Gesamtbudget von ca. 360.000,- € einem Anteil von rund 2,5% 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 Kindervorstellungen werden aber zu einem gewissen Anteil von benachteiligten Kund*innen-Gruppen besucht.

Unsere Ziele sind weiterhin der Ausbau der Workshopangebote für Jugendliche und Erwachsene, sowie die Entwicklung neuer Formate, damit wir krisenfester werden und im Interesse unseres Publikums anders öffnen können, u.a. zeitlich flexibler und kürzer, in Kooperation mit anderen Künstler*innen und Open Air.

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.

Im Berichtszeitraum 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.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Der kreative respektvolle Umgang miteinander zeichnet die Beziehungen zu Mitunternehmen aus. Beispielsweise holen wir seit der Pandemie gezielt andere Theatergruppen ohne eigene feste Spielstätte ins Haus, um ihnen Aufführungen zu ermöglichen. Dabei geht es uns nicht um die eigene Bereicherung, sondern um Offenheit, Transparenz, den Zusammenhalt unter Künstler*innen. Was unter Kulturschaffenden außerdem selbstverständlich ist, ist die Möglichkeit, 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 vergleichen wir durchaus Eintrittspreise mit anderen Häusern oder nutzen die Möglichkeit des gemeinsamen Abos.

Wir halten engen Kontakt zu den anderen Theaterhäusern der Stadt Nürnberg und der Region, um im Austausch zu bleiben, und stellen gemeinsam mit den anderen Kindertheaterhäusern zum Spielzeitbeginn im Rahmen einer Pressekonferenz 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, Musiker*innen, etc. Ziel ist, möglich 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 der „Vielen“ 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 gehören regelmäßige Gespräche mit der Kulturbürgermeisterin Nürnbergs. Aber auch Austausch mit Mitbewerber*innen in Bezug auf Wecken von Begeisterung für mehr Nachhaltigkeit in unserer Branche.

Da im Berichtszeitraum keinerlei Anfragen vorhanden waren, wurden keine Arbeitskräfte beziehungsweise Mitarbeiterstunden an Unternehmen anderer Branchen oder der gleichen weitergegeben, um diese zu unterstützen. Selbiges gilt für Aufträge. Lediglich Gastspielanfragen, die nicht in unser Portfolio passten, wurden weitervermittelt.

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

Im Berichtszeitraum haben wir Grundlagen für neue Formate und Kooperationen gelegt, wie zum Beispiel dem Streaming der Pressekonferenz der Kindertheaterhäuser Nürnbergs während des Lockdowns. Ebenso erfolgte regelmäßig der Verleih des Theatertransporters an Mitunternehmen.

Unsere Ziele sind die neu entwickelten Formate nach dem Lockdown auszuführen und die angestoßenen Kooperationen zu leben und auszubauen. Ebenso steht der Aufbau eines Fundusaustauschs in Aussicht, der nicht nur im Bereich Nachhaltigkeit eine Rolle spielt, sondern auch allen Mitbewerber*innen mit knappen Finanzmitteln zugutekommt.

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. Die geht 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, da wir bisher nicht abfragen, wer mit welchem Verkehrsmittel anreist. 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 unseren Stücken vermitteln, indem wir

auf ökologische Inhalte eingehen und sie thematisch in unseren Produktionen einfließen lassen, um Impulse bei unserem Publikum zu setzen.

Da wir bisher keine schädlichen Auswirkungen durch übermäßigem 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 raten eher zum Gegenteil, weil unserer Meinung nach zu viel Theater keinesfalls schaden kann.

Im Berichtszeitraum konnten wir die Nutzung von Onlinetickets steigern und mussten somit weniger Eintrittskarten auf Thermopapier drucken.

Verbesserungspotenziale sehen wir das Thema Nachhaltigkeit noch stärker in der Öffentlichkeitsarbeit einfließen zu lassen und die Transparenz unserer Maßnahmen zu erhöhen. Ebenso planen wir unsere Produktionen noch nachhaltiger herzustellen, wie die oben erwähnten Neuinszenierungen, die ohne den Einsatz eines PKWs transportierbar sind.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

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

Im Berichtszeitraum wurde die Reduzierung der gedruckten Spielplanaufgabe und der Verlagerung der Terminbewerbung ins Internet umgesetzt.

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 können wir begleitet werden und wir klären Fragen auf, die uns momentan beschäftigen. Bei Neuproduktionen gibt es immer ein Testpublikum, das aktiv Anregungen geben darf, bevor sie mit der Premiere abgeschlossen werden. Nach Vorstellungen gibt es die Möglichkeit zum Gespräch und ab und an fragen wir konkret die Meinungen unserer Zuschauer*innen ab.

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 im Vorfeld schon Kontakt mit dem pädagogischen Personal zur Festsetzung gewünschter Themen. Nach den Abendvorstellungen gibt es das Angebot eines Ausklanggesprächs.

Auch bei Streaming-Angeboten fragen wir gezielt nach Feedback und treten gern über Chat und E-Mail mit unserem Publikum ins Gespräch. 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 sie werden intern diskutiert, wie z.B. das Thermopapier unserer Eintrittskarten.

Produktinformationen zu Inhaltsstoffen, Wertschöpfungskette, oder der Preisfindung sind bisher nicht öffentlich zugänglich. 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 wurden im Sinne der Preisgestaltungstransparenz Förderer und Stiftungen auf der Homepage projektbezogen genannt, um zu zeigen, dass Kultur ohne Förderung kaum möglich ist. Verbesserungspotenziale sehen wir in einer kompletten Auflistung und Veröffentlichung sämtlicher Posten nach Subventionen, Personalkosten etc.

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.

E1 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 Nach- und Überdenken 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/Einführung: Unsere Produktionen fördern die Identifizierung des Zuschauers/der Zuschauerin mit den Protagonisten, sodass eine Persönlichkeitsentwicklung nahbar und nachvollziehbar wird. Dies soll die Entwicklung eines Selbstbewusstseins bei Kindern unterstützen und bei Erwachsenen kritisches Denken und Courage.

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 sind Luxusprodukte, 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. (2020 Igelhilfe) etc.

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		50%
	• der Erde/Biosphäre		25%
	• in der Lösung gesellschaftlich/ökologischer Probleme lt. UN-Entwicklungszielen		25%
3.	Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:		
	• Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen		100%
	• Hemmender/Pseudo-Nutzen		0%
	• Negativnutzen		0%

Im Berichtszeitraum wurde zum Jahresende 2020 ein NachhaltigkeitsBLOG auf der Homepage begonnen. Dort werden auch die GWÖ vorgestellt, sowie unsere Aktivitäten, Maßnahmen und Gedanken zum Thema Nachhaltigkeit für unser Publikum zugänglich gemacht. Außerdem gab es 2019 eine Aktion, bei der Kinder Spielzeugwaffen sammeln und abgeben konnten, damit sie einen bewussten Umgang damit lernen und Waffen keine „Normalität“ darstellen.

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 2020 für jeden gefahrenen Kilometer mit dem Theaterbus eine freiwillige CO₂-Abgabe gezahlt. Bei 0,25€ pro gefahrenen Kilometer ergaben sich 1.196€, welche wir an die Igelhilfe gespendet haben. Außerdem haben wir ca. 20 Arbeitsstunden für Demonstrationen investiert. (Fridays for future, Die Vielen). Zudem wurde eine Patenschaftsaktion zum Stück „Die Bienenkönigin oder: Das steinerne Schloss“ mit Grundschulen durchgeführt. In Kooperation mit dem Nürnberger Bündnis für Biodiversität, Mitteln der Rudolf und Eberhard Bauer Stiftung, der Stadt Nürnberg und dem Verein zur Förderung kultureller Projekte im Theater Salz+Pfeffer e.V. konnten Förderungen von gesamt 2.000 € weitergegeben werden. Unser Unternehmen hat zusätzlich die Leistungen der Theaterpädagogin unentgeltlich zur Verfügung gestellt und Schulklassen kostenfrei einen Blick hinter die Kulissen gewährt. In Zusammenarbeit mit ANIMA – Tierschutz- und Mitweltpädagogik wurden Aufführungsunterstützungen für finanzschwache Schulkinder durchgeführt. Die Arbeitszeit der Theaterpädagogin, die gesamt für freiwilliges Engagement aufgewendet wurde, beträgt ungefähr 280 Stunden im Jahr 2019.

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:

	2019	2020
Erlöse:	91.381,46 €	53.910,09 €
Abgaben:		
Effektiv gezahlte Ertragssteuern	-	-
Lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge	120,64 € LST 20.817,86 € SV	822,14 € LST 21.156,25 € SV
Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme	23.336,85 €	16.169,00 €
Summe Abgaben:	44.275,35 €	38.147,39 €
Subventionen:	242.647,00 €	330.824,00 €

Wertschöpfung berechnet als:

Summe der Löhne + Gehälter	112.950,55 € +	193.066,02 € +
Zinsen und sonstige Finanzerträge	-	-
Jahresergebnis vor Steuern	-11.450,69 €	5.933,23 €
Summe Wertschöpfung:	101.499,86 €	198.999,25 €

Netto-Abgabenquote (in %)	43,6%	19,2%
(errechnet durch Abgaben / Wertschöpfung)		
Durchschnittsnettoabgabenquote für 2019 & 2020:	27,4%	

Im Weiteren die Aufstellung der freiwilligen Leistungen:

Freiwillige CO2-Abgabe	1.196 €
Demonstrationen	240 € (entsprechen 20 Arbeitsstd)
Bienenkönigin Theaterpädagogik Arbeitszeit 2019	3.360 € (entsprechen 280 Arbeitsstd)
Gesamt	4.796 €
Abzüglich	2.000 € (siehe oben)
	2.796 €

entspricht 1,9% des Umsatzes (Erlöse 2019+2020)

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 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 wieder verwendet. 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 nicht erhoben und veröffentlicht. Ansonsten maßen wir den Strom-/Gasverbrauch lediglich anhand der Rechnungen.

Im Berichtszeitraum wurde 2019 wurde ein Umweltkonto durch die Local Heroes im Zusammenhang mit der Produktion „Die Bienenkönigin“ erstellt. Der Einkauf von Materialien wurde strenger geprüft und stark reduziert. Es erfolgte die Prüfung für den Einsatz von Fernwärme und Photovoltaik, was leider beides nicht umsetzbar ist. Es wurde erstmals entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens die relevanten Umweltkonten erstellt und die Daten erhoben:

	2019	2020
Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg	6.733 km bzw. 1.400,464 kg	4.784 km bzw. 995,072 kg
Benzinverbrauch in Liter (Verbrauch 8 Liter/100km) (CO ₂ Äquivalent s.o. Transporte)	538,64 l	382,72 l
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	9.767 kWh bzw. 330 kg	7.770 kWh bzw. 270 kg
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	36.500 kWh bzw. 8.030 kg	31.970 kWh bzw. 7.033,4 kg
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C	Siehe Gasverbrauch, 19 Grad nachts/22 Grad tags	
Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³	Aufgrund von Wasserpauschale nicht messbar	
Papierverbrauch in kg	Ca 20 kg	Ca 15 kg
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh (Scheinwerfereinsatz)	4.937kWh (130 Veranstaltungen)	1.519kWh (40 Veranstaltungen)
Gesamtverbrauch CO₂	9.760,46 kg	8.298,47 kg

Verbesserungspotenzial sehen wir darin die jeweiligen Messwerte in betrieblich relevante Kenngrößen umzulegen, um zukünftig das Ziel der Reduzierung besser überprüfen zu können. Des Weiteren ist eine fortlaufende Veröffentlichung der Daten der Umweltkonten geplant.

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.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie verfolgen wir kurzfristig das Ziel, die öffentliche Kommunikation in erster Linie mit dem hauseigenen Publikum, aber auch mit Neukunden, denen diese Themen wichtig sind, zu intensivieren. Ebenfalls erhoffen wir uns eine verstärkte Wahrnehmung in Fachkreisen und suchen dadurch Möglichkeiten zu neuen Kooperationen und erhoffen uns Impulse von außen. Wir möchten zeitnah Einblicke in den Theaterbetrieb geben, transparenter werden und natürlich die aktuelle Krise des Kulturbetriebs überstehen.

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 Akteure*innen. Zusätzlich möchten wir Einfluss auf die Politik ausüben und darauf hinarbeiten, dass Subventionen nicht dahingehend bewilligt werden, dass man günstig arbeitet, sondern wir möchten erreichen, dass der nachhaltige Aspekt Teil der Förderkriterien wird. Auch wenn es dadurch zu höheren Erstinvestitionen kommt, die sich unserer Meinung nach aber langfristig auszahlen und sei es „nur“ im Sinne des Gemeinwohls. Wir möchten ferner Zukunftsmodelle mit echten Begegnungen sichern, also Präsenzveranstaltungen, da digitale Lösungen nie das unmittelbare Kulturerlebnis und den Austausch vis a vis ersetzen können. Gleichzeitig möchten wir uns jedoch der digitalen Weiterentwicklung nicht verschließen, sondern diese integrieren und - wo es sinnvoll ist - ausbauen. Das Finden einer neuen Betriebsstruktur und einer neuen Führungsform, vor allem in Bezug auf den Generationenwechsel und somit einer langfristigen Erhaltung unseres Hauses, stehen ebenfalls auf der Agenda. 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 der 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

Für das Theater Salz+Pfeffer ist die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz eine spannende Herausforderung, bei der die komplette Mitarbeiterschaft integriert wurde. An die Gemeinwohlökonomie haben wir uns ahnungslos herangewagt und konnten im Laufe der Bilanzerstellung feststellen, dass wir die Grundsätze, die wir bisher erfasst haben, aus vollster Überzeugung tragen können. Als Neulinge sehen wir die Erstellung einer Kompaktbilanz als hervorragende Möglichkeit sich an die komplexe Thematik anzunähern. Dies im Austausch mit anderen Menschen gemeinsam zu erarbeiten, war für uns eine passende Grundlage, um die Gemeinwohlidee zu erspüren.

Als Kulturbetrieb, der sich der Nachhaltigkeit verschrieben hat, haben wir lange nach einer Möglichkeit der „Zertifizierung“ gesucht und sind davon überzeugt, dass die breit aufgestellte Matrix der GWÖ übergreifend auch unsere Sparte integrieren kann. Wir sind gespannt, ob sich weitere Kulturbetriebe davon begeistern lassen. Den Schritt, sich an eine Bilanzierung zu wagen, bereuen wir nicht, da sich dadurch der Anspruch weiterhin nachhaltige Schritte zu gehen, verstärkt hat. Genau das war auch unser Ansatz. Dass sich die GWÖ-Bilanz nicht als Ziel, sondern als immerwährender Prozess darstellt, entspricht unserem Forschungsdrang und so wollen wir in die Zukunft blicken und schreiten.

Datum: 24. Juni 2021

