



# *Global Compact – 2018*

*Fortschrittsbericht marcapo GmbH*

## Inhaltsverzeichnis

1. Erklärung der geschäftsführenden Gesellschafter
  2. Über die marcapo GmbH
  3. Unternehmenswerte
  4. Menschenrechte
  5. Arbeitsnormen
  6. Umweltschutz
  7. Korruptionsbekämpfung
  8. Schlusswort – Veröffentlichung
-

---

## 1. Erklärung der geschäftsführenden Gesellschafter

Die marcapo GmbH versteht sich als Unternehmen, das die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Bedürfnisse in der unternehmerischen Tätigkeit mitberücksichtigt. Corporate Social Responsibility und Compliance bedeuten für die marcapo GmbH einen Beitrag für die Gesellschaft zu erbringen. Wir übernehmen Verantwortung in unseren Projekten, gegenüber unseren Kunden, unserer Region und unseren Mitarbeiter. Grundlage des Engagements ist der unternehmerische Erfolg zur Sicherung der Arbeitsplätze und der Zukunftsfähigkeit der marcapo GmbH.

Als ein verantwortlich handelndes Unternehmen hat sich die marcapo GmbH entschlossen, das eigene Engagement in diesen Bereichen zu präzisieren, messbar zu machen und Maßnahmen für eine effektive Umsetzung zu treffen. Nach erfolgreichem Abschluss des „EcoVadis Supplier Sustainability Ratings“ ist die marcapo GmbH im März 2017 zusätzlich dem UN Global Compact beigetreten.

Die marcapo GmbH unterstützt die zehn Prinzipien des Global Compact im Bereich der Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung und fördert diese in ihrem Einflussbereich.

Die marcapo GmbH verpflichtet sich auch weiterhin dazu, den Global Compact und seine Prinzipien in die Unternehmensstrategie, die Unternehmenskultur und das Tagesgeschäft zu integrieren und sich an Kooperationsprojekten zu beteiligen, die die allgemeinen Ziele der Vereinten Nationen, insbesondere die Sustainable Development Goals, fördern.

Die Geschäftsführung freut sich, allen Stakeholdern und Interessierten mit diesem jährlichen Fortschrittsberichts die ergriffenen Maßnahmen und Ergebnisse vorstellen zu können.



---

Thomas Ötinger, Geschäftsführer

Christian Schwarzenberger, Geschäftsführer

Marc-Stephan Vogt, Geschäftsführer

---

## 2. Über die marcapo GmbH – Was uns antreibt

Unser Credo bei marcapo ist es, dass jedes Unternehmen – unabhängig von Branche oder Größe – die Chance haben sollte, professionelle Werbung zu betreiben. Die effektive Kommunikation mit Kunden, Mitarbeitern und Stakeholdern ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor in enger werdenden Märkten.

Für Deutschlands und Europas Zukunft ist die Vielfalt der Unternehmensstrukturen immens wichtig. Neben den großen Konzernen werden zunehmend die Innovations- und Tatkraft der klein- und mittelständischen Unternehmen benötigt. Schließlich sind sie es, die inmitten der Gesellschaft, der Verbraucher, verankert sind.

Genau da setzt unser Geschäftsmodell an: Wir bei marcapo verbinden die Strahlkraft großer Marken mit der Marktdurchdringung der lokalen Absatzpartner. Ob Wella bei Friseuren, ERGO bei Versicherungen oder Hansgrohe im Handwerk – wir sorgen dafür, dass große Marken lokal wahrgenommen werden.

Unser marcapo Marketingportal ist dafür die optimale technische Basis. Durch unsere jahrelangen Erfahrungen sind wir zudem zum Service-Marktführer der Branche gewachsen.

Wir bei marcapo sind ein Team aus führenden Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale. Ende 2017 betreuten 129 Mitarbeiter europaweit über 35 Markenunternehmen mit mehr als 45 000 Absatzpartnern. Jährlich wickeln sie bis zu 300 000 Bestellungen ab.

---

## 2. Über die marcapo GmbH – Unsere Unternehmenswerte

**Pioniergeist** – Wir haben den Mut und sind motiviert, neue Wege zu gehen und uns ständig selbst weiterzuentwickeln. Wir denken und handeln flexibel und lernen jeden Tag neu dazu. Unsere Erfahrungen setzen wir in Optimierungen und Innovationen um, die unseren Kunden nützen und unser Geschäft erfolgreicher machen.

**Verbindlichkeit** – Wir stehen hinter dem, was wir tun. Zugesagte Termine halten wir ein und wir beraten und unterstützen unsere Kunden nach bestem Wissen und Gewissen. Diese Zuverlässigkeit zeichnet uns aus und schafft Vertrauen für die tägliche Zusammenarbeit.

**Offenheit** – Unsere Kommunikation zu unseren Kollegen, Kunden und Partnern ist geprägt von Authentizität und Ehrlichkeit. Durch klare und deutliche Aussagen erleichtern wir allen Beteiligten die tägliche Zusammenarbeit und meistern so auch Probleme oder neue Herausforderungen.

**Erfolg** – Mit unserer Erfahrung und unserer Kompetenz erzielen wir messbare Erfolge und einen gewinnbringenden Mehrwert für unsere Kunden. Dieses Ziel erreichen wir durch eine konstant hohe Leistungsbereitschaft und eine strukturierte Arbeitsweise.

**Möglich-Macher** – Wir verstehen Marken, Märkte und Menschen sowie ihre Beziehungen untereinander. Als aktive Netzwerker innerhalb dieses Systems erzeugen wir Begeisterung und unterstützen unsere Partner beim Erreichen ihrer und unserer gemeinsamen Ziele.

**Nähe** – Unser Geschäftsmodell basiert auf Nähe zu den Menschen, mit denen wir arbeiten. Mit Spaß an der Arbeit erzeugen wir eine freundschaftliche und familiäre Atmosphäre. Dabei helfen uns unsere Bodenständigkeit, flache Hierarchien sowie direkte und kurze Abstimmungswege.

---



### 3. Menschenrechte

1. Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.
2. Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

### 3. Menschenrechte – Einleitung

Die marcapo GmbH achtet die Menschenrechte wie sie in der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und in den ersten beiden Prinzipien des UN Global Compact gefasst sind. Diese bilden für die marcapo GmbH die Grundlage ihres wirtschaftlichen Handelns und des Umgangs mit den internen und externen Stakeholdern.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der marcapo GmbH werden unabhängig vom ihrem Geschlecht, Alter, Nationalität, Religion und sexueller Orientierung gleichbehandelt und erhalten eine leistungsgerechte Entlohnung. Diese wird jährlich im Rahmen der zweimal im Jahr stattfindenden Mitarbeiterentwicklungsgespräche geprüft und bei Bedarf entsprechend angepasst.

Für diesen Anspruch an uns selbst stehen die Unternehmenswerte Offenheit, Verbindlichkeit und Nähe.

---

### 3. Menschenrechte – Maßnahmen und deren Umsetzung (1)

#### Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung

- Alle neuen Mitarbeiter werden vom Sicherheitsbeauftragten in das Arbeitsschutzkonzept eingewiesen.
- Jährlich veranstaltet marcapo das Programm „Fit durch den Winter“ mit Gesundheitsberatungen, Vorträgen und zahlreichen Tipps für eine gesundheitsbewusste Arbeitsgestaltung.
- Sportliche Aktivitäten werden mit dem firmeneigenen Fitnessraum, dem EMS-Gerät, der Bezuschussung der Eintrittsgelder für das Frei- und Hallenbad und Lauf- und Trainingsgruppen gezielt gefördert.
- Gesundheitsberatungen umfassen augenärztliche Untersuchungen (bei Bedarf Brillen für Bildschirmarbeitsplätze), Blutdruck- und Rückenuntersuchung und Ergonomie am Arbeitsplatz.
- Für die gesunde Ernährung stehen Obstkörbe und Mineralwasser kostenlos zur Verfügung.

#### Vereinbarkeit von Familie und Beruf

- Die marcapo GmbH bietet Mitarbeiter eine flexible Arbeitszeitregelung mit Zeitkonten von +/- 60h.
  - Teilzeitverträge und Homeoffice-Vereinbarungen sind generell möglich.
  - Familienfreundliche Angebote wie Zuschüsse zu Fahrtkosten, Kinderbetreuung, Ferienprogramm, individuelle Modelle des Wiedereinstiegs nach Elternzeit werden angeboten (Erfolgsfaktor Familie).
-

### 3. Menschenrechte – Maßnahmen und deren Umsetzung (2)

#### Personalentwicklung

- Neue Mitarbeiter werden nach einem definierten Schulungs- und Einarbeitungsplan sowohl in die marcapo Technologie und Prozesse als auch in alle relevanten Themen im Bereich lokales Marketing und lokalen Markenführung eingearbeitet.
- Es werden mit allen Mitarbeitern zweimal pro Jahr Mitarbeiterentwicklungsgespräche geführt. In diesen werden die Entwicklungs- und Fortbildungspotenziale erörtert und verbindlich festgelegt.
- Jedem Mitarbeiter steht ein Kontingent von 5% seiner vertraglich vereinbarten Arbeitszeit für interne und externe individuelle Schulung und Weiterbildung zur Verfügung. Bei Auszubildenden beträgt diese Quote 15%.
- Die marcapo GmbH ermöglicht Interessierten ein duales Studium – in 2015 zwei Abschlüsse, in 2016 ein Abschluss als Jahrgangsbester, 2017 zwei Abschlüsse. Aktuell betreuen unsere Mitarbeiter 11 Werkstudenten. Die Betreuung der Facharbeiten übernimmt wissenschaftlich ausgebildetes Personal.
- Die Leiterin der Personalabteilung wurde in 2016 diesbezüglich für ihr vorbildliches Engagement von der Industrie- und Handelskammer für Würzburg-Schweinfurt (IHK) ausgezeichnet

#### Betriebliches Vorschlagswesen

- Hierfür wurde der marcapo „bessermachen“-Prozess definiert und eingeführt.
  - Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge auch außerhalb seines Fachgebietes bei seinen Führungskräften einzureichen.
  - Eine regelmäßige Berichterstattung über den Stand der Vorschläge erfolgt auf den internen marcapo News.
-

---

### 3. Menschenrechte – Maßnahmen und deren Umsetzung (3)

#### Auftragsvergabe an soziale Organisationen

- Da die marcapo GmbH Werbemaßnahmen und Mediendiensteleistungen für lokale Absatzpartner deutschlandweit vertreibt, ist eine Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen nur äußerst selten möglich.
- Wo eine Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen möglich und unternehmerisch sinnvoll ist, wird dieses umgesetzt. So erfolgt z. B. die Entsorgung der Toner und Tintenpatronen über den Caritasverband Landkreis Haßberge e. V.

#### Einsatz für soziale Anliegen – marcapo Azubiprojekte

- Im Rahmen des Azubi-Projekts veranstalten die Auszubildenden in jedem Jahr ein Projekt im Bereich Umwelt und Soziales in Zusammenarbeit mit der Stadt Ebern oder lokalen Organisationen.
  - Die marcapo GmbH nimmt jährlich an den durch die Bundesministerien für Familie, Senioren, Frauen und Gesundheit sowie Bildung und Forschung ausgerufenen boys day und girls day teil.
  - Die marcapo GmbH besucht regelmäßig Berufsinformationstage und Messen regionaler Schulen und Veranstalter, um Ausbildungsberufe und das Unternehmen vorzustellen – in 2017 insgesamt 17 solcher Veranstaltungen.
  - Zudem hat marcapo wieder an der „Zeig Dich Tour“ der Ausbildungsregion Coburg teilgenommen, bei der sich Schülerinnen und Schüler ein eigenes Bild von Ausbildungsberufen in den Betrieben machen können.
  - Weitere ähnliche Aktionen waren der Bewerbermappencheck, der TAI-Projekttag, die Bildungskonferenz und ein Besuch der Berufsberater.
-

### 3. Menschenrechte – Ergebnisse und Ziele

Ziel	Ergebnis 2015	Ziel 2016	Ergebnis 2016	Ziel 2017	Ergebnis 2017	Ziel 2018
Keine Arbeitsunfälle, Anzahl der Arbeitsunfälle	0	0	0	0	0	0
Es werden bis zu 15% der Arbeitszeit für Fortbildungen bereitgestellt. Mitarbeiter 5%, Auszubildende 15%.	-/-	5-15%	8%*	5-15%	6%	5-15%

\*Hier sind die Stunden für die Berufsschule nicht enthalten.

Kommentar zum Ergebnis in 2017:

- Die Zahl der Arbeitsunfälle konnte in 2017 bei 0 gehalten werden. Die vorgenommenen Maßnahmen zum Arbeitsschutz bleiben daher in bisherigem Rahmen bestehen.
- In 2017 wurden 6% der Arbeitszeit für Fortbildungen verwendet. Diese Zahl ist am unteren Rand der gewünschten Bandbreite. Ein Grund war die hohe Arbeitsbelastung in 2017 aufgrund zahlreicher neuer Kunden. Um dennoch eine höhere Prozentzahl zu erreichen, wurden alle Führungskräfte angewiesen, ihre Kolleginnen und Kollegen nochmals empfehlend auf dieses Angebot hinzuweisen.



## 4. Arbeitsnormen

3. Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlung wahren.
4. Unternehmen sollen sich für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit einsetzen.
5. Unternehmen sollen sich für die Abschaffung von Kinderarbeit einsetzen.
6. Unternehmen sollen sich für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung einsetzen.

## 4. Arbeitsnormen – Einleitung

Als sozial verantwortlicher Arbeitgeber spricht sich die marcapo GmbH gegen jede Art von Kinder- und Zwangsarbeit sowie Diskriminierung aus.

Mit dem Beitritt zum UN Global Compact im März 2017 haben wir unseren Standpunkt zum Menschenrechte und Arbeitsnormen veröffentlicht und uns zur uneingeschränkten Anerkennung dieser Normen bekannt.

Die marcapo GmbH ist ein Dienstleister mit den Schwerpunkten Entwicklung und Betrieb von online Portalen für lokale Markenführung und lokales Marketing sowie ein Retailer verschiedenster Werbemittel und Mediadienstleistungen. Daher sind für uns im Rahmen der Arbeitsnormen auch die Themen von besonderer Bedeutung:

- Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards sowie Menschenrechte entlang der Lieferkette
- Verantwortungsvolles Marketing
- Unabhängige Bewertung als Arbeitgeber

Alle Mitarbeiter der marcapo GmbH genießen die volle Vereinigungsfreiheit.

---

## 4. Arbeitsnormen – Maßnahmen und deren Umsetzung (1)

Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards sowie Menschenrechte entlang der Lieferkette

Die marcapo GmbH arbeitet, wenn möglich mit einem der TOP drei Dienstleister in einem Medien- oder Werbemittelbereich zusammen, der in Deutschland produziert oder seine Dienstleistungen anbietet.

So können Liefersicherheit, Qualität, Arbeits- und Umweltschutz zunächst einmal vorausgesetzt werden.

Bei der Auswahl der Dienstleister greift ein definierter Prozess bei den unter den Auswahlkriterien auch

- Zertifikate wie Arbeitssicherheit, Druckereiwesen, Qualität, Umweltschutz
- Selbstverpflichtungen und Unternehmensphilosophie in den Bereichen Arbeitsschutz, Qualität und Umweltschutz
- Preise und Auszeichnungen in den Bereichen Arbeitsschutz, Qualität und Umweltschutz
- Soziales Engagement

bewertet werden.

Die finale Entscheidung erfolgt nach dem Vier-Augen-Prinzip und liegt bei der Geschäftsführung.

---

## 4. Arbeitsnormen – Maßnahmen und deren Umsetzung (2)

### Verantwortungsvolles Marketing (1)

Nur ein faires Marketing entwickelt oder bestärkt das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmen in dialogische Kommunikation. Ziel ist es, von der jeweiligen Zielgruppe als Partner wahrgenommen zu werden. Eine der Anforderungen an die CSR von Unternehmen in der Marketing- und Mediabranche betrifft daher ein „verantwortungsvolles Marketing“.

Die marcapo GmbH ist nicht mehr Mitglied des Deutschen Dialogmarketing Verbandes, da die marcapo GmbH kaum Agenturleistungen im klassischen Sinne (werbliche Inhalte) erbringt. Dennoch fühlen wir uns dem Ehrenkodex des DDV zu einem verantwortungsvollen Verhalten in der Werbung verpflichtet. Dieser Ehrenkodex umfasst die folgenden Prinzipien:

1. Wahrheit und Klarheit
  2. Beachtung von Verbraucherrechten
  3. Grundsätze des Datenschutzes/DDV-Robinsonliste
  4. Telefonmarketing
  5. Digitale Medien
  6. Verlosungen als zulässige Aufmerksamkeitswerbung für Produkt- und Serviceangebote
  7. Angebote an Kinder und Jugendliche
  8. Nachhaltigkeit
-

## 4. Arbeitsnormen – Maßnahmen und deren Umsetzung (3)

### Verantwortungsvolles Marketing (2)

Der Ehrenkodex findet für sämtliche eigenen Marketingmaßnahmen Anwendung, über die marcapo GmbH mit Privatpersonen, Unternehmen und Organisationen zu werblichen Zwecken kommunizieren, unabhängig von den Kommunikationsmitteln oder den Marketingformen.

Ergänzend werden alle neuen Mitarbeiter im marcapo Schulungsprogramm mit folgenden Themen vertraut gemacht:

- DDV-Ehrenkodex
- Werberecht
- Verhaltensregeln des deutschen Werberates

Die Schulungsunterlagen stehen über das hauseigene wiki als Informationsmaterial zur Verfügung.

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist über das Intranet in seiner jeweiligen aktuellen Fassung abrufbar.

Für Fragen zum Thema verantwortungsvolles Marketing stehen ein Ansprechpartner aus der Abteilung Marketing und Vermarktung und der Datenschutzbeauftragte zur Verfügung.

Wie geplant wurde in 2017 eine Schulungsunterlage „Verantwortungsvolles Marketing“ erstellt, kommuniziert und in das Schulungsprogramm für alle neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter integriert.

---

## 4. Arbeitsnormen – Maßnahmen und deren Umsetzung (4)

Unabhängige Bewertung als Arbeitgeber

Die marcapo GmbH ist auf dem Bewertungsportal kununu für Arbeitgeber gelistet. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden aktiv aufgefordert, dass Unternehmen, gerne auch kritisch zu bewerten.

Die marcapo GmbH ist eines von 6,0% der auf kununu bewerteten Unternehmen, die sich für das Siegel „TOP COMPANY“ Siegel qualifiziert haben.

Zudem sind wir eines von nur knapp 1% der Unternehmen auf kununu, die sich als „OPEN COMPANY“ qualifiziert haben

(Quellen: <https://www.kununu.com/de/unternehmen/hilfe/guetesiegel>; <https://www.kununu.com/de/marcapo3>)



## 4. Arbeitsnormen – Maßnahmen und deren Umsetzung (5)

marcapo als Ausbildungsbetrieb

Die marcapo GmbH übernimmt als Ausbildungsbetrieb in der Region Verantwortung und bietet jungen Menschen einen Einstieg ins Berufsleben und eine berufliche Perspektive.

Das Angebot für die Auszubildenden umfasst:

- Verantwortung für eigene Projekte von Anfang an
- Arbeit in einem jungen, engagierten Team für namhafte Markenunternehmen
- Gute Aussichten auf eine Übernahme, denn marcapo bildet nach Bedarf aus
- Azubiprojekte - zum Ausprobieren, Dazulernen und Spaß haben, insbesondere auch solche mit sozialen
- Ausbildungsbonussystem - für gute Leistungen und besonderes Engagement
- Intensive Betreuung durch einen IHK-geprüften Ausbilder
- Umfangreiches internes Ausbildungsprogramm
- Angemessene Ausbildungsvergütung - 1. Jahr 810 €, 2. Jahr 910 €, 3. Jahr 1010 €

Die Auszubildenden der marcapo GmbH stellten 2016 zwei und 2017 einen Kammersieger. Zudem hat eine Auszubildende beim Wettbewerb "Young Professionals - Talente im Dialog" in Berlin den zweiten Platz belegt.

---

## 4. Arbeitsnormen – Ergebnisse und Ziele

Ziel	Status 2015	Ziel 2016	Ergebnis 2016	Ziel 2017	Ergebnis 2017	Ziel 2018
Keine Verletzung der Arbeitsrechts ist zu melden.	0	0	0	0	0	0
Anteil der erwerbstätigen Frauen halten oder steigern.	53%	≥ 53%	53,5%	≥ 53,5%	57,48%	≥ 57,48%
Qualifizierung TOP und OPEN COMPANY kununu erhalten.	-/-	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Schulungsunterlage „Verantwortungsvolles Marketing“	-/-	-/-	-/-	Wird erstellt	Ist bereitgestellt	Code of Conduct einführen

Kommentar zum Ergebnis in 2017:

- Alle in 2017 gestellten Ziele wurden erfüllt.
- Die Schulungsunterlage „Verantwortungsvolles Marketing“ wurde bereitgestellt.
- Anfang 2018 wurde ein Code of Conduct von der Geschäftsführung genehmigt und an die Führungskräfte kommuniziert. Dieser soll in 2018 unternehmensweit eingeführt werden.



## 5. Umweltschutz

7. Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen präventive Maßnahmen ergreifen.
8. Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen.
9. Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

## 5. Umweltschutz – Einleitung

Generell ist die marcapo GmbH bestrebt, den Energie- und Ressourcenverbrauch des Unternehmens auch bei einer steigenden Zahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kontinuierlich pro Kopf zu senken. Ein sparsamer Umgang mit Energie und Ressourcen wird über Schulungs- und organisatorische Maßnahmen unterstützt.

Die konsequente Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften ist selbstverständlich. Hier ist im Fall der marcapo GmbH die ordnungsgemäße Entsorgung des Sondermülls (Druckerpatronen, Computerhardware) zu nennen.

Der Umweltschutz ist eine Aufgabe aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der marcapo GmbH. Bewusst wird im Rahmen des betrieblichen Vorschlagswesens („bessermachen“) von den Führungskräften eine direkte Beteiligung der Kolleginnen und Kollegen gefördert.

Aus Sicht der marcapo GmbH sind es insbesondere die im Folgenden genannten Bereiche, in denen wir uns engagieren möchten.

- Energieverbrauch
- Abfallentstehung, -vermeidung und -entsorgung
- Sonderabfälle und Sondermüll
- Nachhaltige, umweltfreundliche Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen – vor allem Dienstreisen

In diesen Feldern werden Ziele und Maßnahmen definiert und kommuniziert, um auch als mittelständisches Unternehmen im Dienstleistungssektor einen nachhaltigen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

---

---

## 5. Umweltschutz – Maßnahmen und deren Umsetzung (1)

### Vermeidung von Umweltbelastung

Die marcapo GmbH ist bestrebt, den Energie- und Ressourcenverbrauch des Unternehmens auch bei einer steigenden Zahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kontinuierlich pro Kopf zu senken.

- Energieverbrauch senken: Maßnahmen, um den firmeneigenen Energie- und Wasserverbrauch pro Kopf zu senken.
- Abfälle vermeiden: Ein sparsamer Umgang mit Energie und Ressourcen wird über Schulungs- und organisatorische Maßnahmen unterstützt.
- Ordnungsgemäße Entsorgung sicherstellen: Die konsequente Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften ist selbstverständlich. Hierfür wurde ein Prozess „Umweltmanagement und Abfallentsorgung“ definiert und über das unternehmenseigene wiki allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Verfügung gestellt.

### Steigerung der Ressourceneffizienz, Verringerung des Verbrauchs

Wir sind bestrebt, unsere Dienstleistungen ressourcenschonend anzubieten. Auch von unseren Dienstleistern und Lieferanten erwarten wir eine ressourcenschonende und risikominimierende Umsetzung ihrer Leistungen.

- Dienstleistungen nachhaltig bereitstellen: Es wurden Maßnahmen zur Reduzierung der Geschäftsreisen und deren möglichst CO<sub>2</sub>-frei Abwicklung umgesetzt. Die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel ist dabei erste Option.
  - Alle 9 eingesetzten Dienstwagen erfüllen die Euro-5 oder Euro-6 Norm.
  - Produkte nachhaltig bereitstellen: Bei der Auswahl neuer Vertragspartner sowie der Auswahl neuer Medien und Werbemittel für die Marketingportale werden Unternehmen mit einer definierten und zertifizierten Umweltpolitik und zertifizierten Produkten bewusst bevorzugt.
-

## 5. Umweltschutz – Maßnahmen und deren Umsetzung (2)

### Sensibilisierung der Mitarbeiter

Wir schärfen das Bewusstsein unserer Mitarbeiter in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich für die Wichtigkeit des nachhaltigen Umgangs mit natürlichen Ressourcen.

Hierzu werden alle neuen Mitarbeiter mit einer Reihe von Maßnahmen vertraut gemacht, die ein ressourcenschonenden Arbeitsalltag ermöglichen. Dies betrifft die Heizungen, die Lüftung der Geschäftsräume, Wassersparen und der sparsame Einsatz von Papier.

Beispiel Papierverbrauch:

- doppelseitiger Druck
- Meeting ohne Papier/ Kopien nur bei Bedarf, z. B. eher per E-Mail oder als PDF weiterleiten
- Erst auswählen, dann nur die benötigten Seiten drucken
- Ausdrücke als Schmierpapier weiterverwenden
- Vor dem Druck, Schrift verkleinern
- Mehr Seiten pro Blatt
- Notwendigkeit vor jedem Ausdruck prüfen

Erinnerungen erfolgen in regelmäßigen Abständen über das Intranet.

---

## 5. Umweltschutz – Ergebnisse und Ziele (1)

Ziel	Ergebnis 2015	Ziel 2016	Ergebnis 2016	Ziel 2017	Ergebnis 2017	Ziel 2018
Bahnfahrten (CO <sub>2</sub> frei) gemessen an der CO <sub>2</sub> -Ersparnis gegenüber PKW um 5% senken	9.346	8.879	8.394	7.931	9.117	8.661,15
Prozent im Vergleich zum Vorjahr	100%	95,00%	94,54%	94,48%	114,95%	95,00%
Fahrtkilometer mit Firmenfahrzeugen um 5% senken	358.302	340.387	262.418	249.297	247.267	234.904
Prozent im Vergleich zum Vorjahr	100,00%	95,00%	73,24%	95,00%	94,23%	95,00%
TOP 10 Dienstleister sind zu 80% zertifiziert, verfügen über eine eigene Umweltpolitik.	-/-	8	7	8	7	8

---

## 5. Umweltschutz – Ergebnisse und Ziele (2)

Kommentar zum Ergebnis in 2017:

### Gefahrene Bahnkilometer

Die Umweltschutzziele wurden in 2017 bei den gefahrenen Bahnkilometern klar verfehlt. Statt einer Senkung um 5% ist eine Steigerung um 14.95% festzustellen.

Dies ist einerseits auf die gestiegene Zahl der Kunden zurückzuführen. So konnte ein sehr großer Kunde gewonnen werden, für den marcapo in 2018 die kompletten lokalen Kampagnen umsetzt. Hier war aufgrund der Komplexität des Projekts ein erheblicher Abstimmungsbedarf erforderlich.

Zudem auch auf die zusätzlichen Mitarbeiter im Vertrieb, die teilweise größere Strecken pendeln müssen.

Als Gegenmaßnahme werden die Termine nach Möglichkeit als Telefonkonferenzen abgehalten. Hierzu wurden alle im Vertrieb und im Projektmanagement tätigen Mitarbeiter auf die Einsparungsmöglichkeiten hingewiesen.

Zudem ist die Fahrt per Bahn (CO2-frei) vom Reisemanagement mit Priorität zu buchen. Fahrten mit dem Firmenwagen sollen nur in begründeten Fällen bevorzugt werden.

TOP 10 Dienstleister sind zu 80% zertifiziert, verfügen über eine eigene Umweltpolitik.

Hier konnten laut Aufstellung nur 7 von 10 der TOP-Lieferanten eine eigene Umweltpolitik oder Zertifizierung aufweisen. Allerdings 5 der TOP-6 Lieferanten. Die nicht zertifizierten sind langjährige und sehr zuverlässige Dienstleister, die nach Entscheidung der Geschäftsführung nicht ausgewechselt werden sollen.

Bei der Auswahl neuer Dienstleister ist der Einkauf angehalten, wie auch im Auswahlprozess definiert, Lieferanten ohne entsprechende Zertifizierungen oder Umweltpolitiken nicht weiter zu berücksichtigen.

---

## 5. Umweltschutz – Ergebnisse und Ziele (3)

Ziel	Ergebnis 2015	Ziel 2016	Ergebnis 2016	Ziel 2017	Ergebnis 2017	Ziel 2018
Stromverbrauch je Mitarbeiter um 5% senken (kWh)	1.593	1.513	1.554	1.476	1.372	1.303
Mitarbeiter	116	116	114	114	129	129
Vergleich Stromverbrauch je Mitarbeiter in % mit Vorjahr	100,00%	95,00%	97,55%	95,00%	88,27%	95,00%
Gasverbrauch je Mitarbeiter konstant halten oder senken	2.537	2.410	2.997	2.847	2.100*	≥ 2.100
Mitarbeiter	116	116	114	114	129	129
Vergleich Gasverbrauch je Mitarbeiter in % mit Vorjahr	100,00%	95,00%	118,13%	95,00%	70,07%	≥ 100,00%

\*Hochrechnung aufgrund der aktuellen Abschlagszahlen. Eine final Zahl lag bei Erstellung des Berichts noch nicht vor.

## 55. Umweltschutz – Ergebnisse und Ziele (4)



### Strom- und Gasverbrauch

Die für 2017 gesetzten beim Strom- und Gasverbrauch Ziele wurden erreicht.

Der Rückgang im Gasverbrauch ist sowohl absolut als auch je Mitarbeiter deutlich.

Da die Anzahl der Mitarbeiter weiter steigt, hat sich die marcapo GmbH entschlossen, komplett auf Ökostrom umzustellen – siehe nebenstehendes Zertifikat.

### Energetische Sanierung

Die geplante umfangreiche energetische Sanierung des älteren Gebäudeteils (Baujahr 1892) in 2017 konnte vom Besitzer der Gebäude nicht umgesetzt werden.

Für 2018 sind daher weiterhin Sanierungsmaßnahmen im Bereich Dach, Fenster und Heizung geplant. Die marcapo GmbH ist als Mieter hier auf die Zusammenarbeit mit dem Vermieter angewiesen.



## 6. Korruptionsbekämpfung

10. Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

## 6. Korruptionsbekämpfung – Einleitung

Die marcapo GmbH verpflichtet sich Unterschlagungen, Betrug, Interessenkonflikte Bestechung und Korruption zu verbieten, zu verhindern und alle diesbezüglichen Gesetze in diesem Sinne anzuwenden.

Die marcapo GmbH beteiligt sich an keinerlei Geschäften, die nachweislich auf Korruption basieren.

Die marcapo GmbH schätzt generell das Risiko der Korruption als ein in Deutschland ansässiges Unternehmen, dessen Dienstleister und Kunden in der Regel in Deutschland ansässig sind, eher gering ein.

Der Korruptionswahrnehmungsindex (Corruption Perceptions Index, CPI) misst die in Wirtschaft, Politik und Verwaltung wahrgenommene Korruption auf der Grundlage verschiedener Expertenbefragungen. In 2016 wurden 176 Länder untersucht. Auf einer Skala von 0 (hohes Maß an wahrgenommener Korruption) bis 100 (keine wahrgenommene Korruption) erreicht Deutschland wie bereits im vergangenen Jahr 81 Punkte und rangiert damit neben Luxemburg und Großbritannien auf dem zehnten Platz. (Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Korruptionswahrnehmungsindex#2016> )

Mit definierten Prozessen und dem Vier-Augen-Prinzip beim Vertragsabschluss mit neuen Dienstleistern und Partnern strebt die marcapo GmbH an, jeglicher Form von Korruption und sonstigen Straftaten gegen den Wettbewerb vorzubeugen und ausschließlich mit vertrauenswürdigen Partnern zusammenzuarbeiten.

---

## 6. Korruptionsbekämpfung – Maßnahmen und deren Umsetzung (1)

### Meldung von Verdachtsfällen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind dazu aufgerufen, Fälle von Korruptionsverdacht oder unfairer und ungesetzlicher Einflussnahme unmittelbar an die Geschäftsführung zu melden.

Die Geschäftsführung wird diese Fälle umgehend prüfen und geeignete Maßnahmen zur Korruptionsabwehr ergreifen.

### Auswahl von neuen Dienstleistern und Partnern

Siehe auch „Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards sowie Menschenrechte entlang der Lieferkette“

Die marcapo GmbH arbeitet, wenn möglich mit einem der TOP drei Dienstleister in einem Medien- oder Werbemittelbereich zusammen, der in Deutschland produziert oder seine Dienstleistungen anbietet.

Bei der Auswahl der Dienstleister greift der definierte Prozess „Auswahl von neuen Lieferanten“. Für die Einhaltung dieses Prozesses ist der Bereichsleiter Einkauf und Produktion verantwortlich. Dieser Prozess ist als Arbeitsanweisung allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über das hauseigenene wiki zugänglich.

Bei der Vergabe von Aufträgen an Dienstleister und Partner werden immer mindestens zwei Angebote eingeholt.

Die finale Entscheidung erfolgt nach dem Vier-Augen-Prinzip und liegt bei der Geschäftsführung.

### Code of Conduct

Es ist geplant in 2018 einen Code of Conduct, die marcapo Verhaltensregeln aufzustellen und in das Einführungs- und Schulungsprogramm zu integrieren. Der Code of Conduct ist bereits erstellt und bei den Führungskräften eingeführt.

---

---

## 6. Korruptionsbekämpfung – Maßnahmen und deren Umsetzung (2)

### Antikorruptionsvereinbarungen

Die marcapo GmbH bietet allen Kunden (Betreiber der Marketingportale) die Unterzeichnung einer Antikorruptionsvereinbarung nach den Anforderungen und Wünschen des Kunden an.

Inhalte betreffen in der Regel:

- Unmittelbar oder mittelbare Mehrheitsbeteiligungen natürlicher und/oder juristischer Personen
  - Keine den Wettbewerb beschränkenden Abreden und Angebote an keine Beteiligung an unzulässigen Wettbewerbsbeschränkungen
  - Offenlegung anhängiger oder drohende Kartellstrafverfahren, Strafverfahren wegen sonstiger Straftaten gegen den Wettbewerb oder Strafverfahren wegen vermögensrechtlicher Straftatbestände und nach (drohenden) Ausschlüssen vom Wettbewerb bei Angebotsabgabe und während der Vertragslaufzeit
  - Dritten Vorteile irgendwelcher Art anzubieten, zu versprechen oder zu gewähren, die Amtsträgern und Vertretern anderer oder öffentlicher Institutionen, die ihre Unabhängigkeit bzw. Integrität in Frage stellen können
  - Für die marcapo GmbH oder für Dritte Vorteile weder zu fordern, zu versprechen oder anzunehmen
  - Implementierung von Prozessen zur Korruptionsbekämpfung und -vermeidung
  - Inhalte der Verpflichtungen werden an alle in einem Projekt beteiligten Mitarbeiter kommuniziert und es wird im Rahmen der Arbeitgeberbefugnisse für deren Einhaltung auch durch diese Mitarbeiter aktiv Sorge getragen
-

## 6. Korruptionsbekämpfung – Ergebnisse und Ziele

Ziel	Ergebnis 2015	Ziel 2016	Ergebnis 2016	Ziel 2017	Ergebnis 2017	Ziel 2018
Intern gemeldete und bekanntgewordene Fälle von Korruption	0	0	0	0	0	0
Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit Geschäftsethik (z. B. Korruption und Bestechung, wettbewerbswidrige Praktiken)	0	0	0	0	0	0

Kommentar zum Ergebnis in 2017:

- Die für 2017 gesetzten Ziele wurden erreicht.
- Es werden keine weiteren Maßnahme ergriffen.
- Der Code of Conduct wird im Jahre 2018 unternehmensweit eingeführt, um auch zukünftig einen hohen Standard der Verhinderung von Korruption zu gewährleisten.
- Zudem wurde im Rahmen der erneuten Teilnahme am Ecovadis Survey eine offizielle Stellungnahme der Geschäftsführung zum Thema Geldwäsche abgegeben.

---

## 7. Schluss – Veröffentlichung des Fortschrittsberichts

### Reporting und Aktualisierung

Der COP wird über die von der ISO 9001:2015 geforderte Managementbewertung abgebildet.

- Der Qualitätsmanagementbeauftragte (QMB) fragt die benötigten Informationen in den Fachabteilungen ab und erstellen den COP. Die Fachabteilungen reichen Vorschläge für die Maßnahmen im Sinne des Global Compact des nächsten Jahres ein.
- Der QMB leitet die Berichte mit den Vorschlägen (Ziele, Zielsetzungen und Maßnahmen) an das Managementteam.
- Das Managementteam bewertet, prüft die Gültigkeit der vorhandenen und legt neue Ziele und Maßnahmen fest.
- Die Berichte und Ergebnisse werden in die Managementbewertung aufgenommen.
- Der QMB aktualisiert das CSR Konzept, ggf. die Schulungsunterlagen und aktualisiert den COP. Die Entscheidungen werden vom QMB an die Fachabteilungen und Beauftragten weitergeleitet.
- Der QMB veröffentlicht den neuen COP termingerecht
- Diese aktualisieren die Programme, ggf. die Schulungsunterlagen, archivieren die Berichte und die alten Konzepte, informieren die betroffenen Fachbereiche und setzt die Maßnahmen in Kooperation mit den Fachabteilungen und Führungskräften um.

Als Teilnehmer des Global Compacts erstellen wir jährlich einen Fortschrittsbericht. Dieser kann jederzeit von Interessenten und Stakeholdern über [info@marcapo.com](mailto:info@marcapo.com) angefordert werden.

Zudem wird er auf der Webseite des Global Compact ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)) zur Verfügung gestellt.

---

Unsere Preise verstehen sich netto, zzgl. der gesetzlich geltenden MwSt.. Sie basieren auf dem derzeit gültigen Stand der Lohn- und Materialkosten und sind 30 Tage gültig. Bei anschließenden Veränderungen behalten wir uns eine Angleichung vor.

marcapo GmbH © 2018

Die Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und gewerbsmäßige Verbreitung des Werks oder dessen Inhalte ist nur mit dem Einverständnis der marcapo GmbH zulässig.

Ebern, 12.03.2018

**marcapo GmbH**

Bahnhofstraße 4

96106 Ebern

Telefon +49 9531 9220 0

Telefax +49 9531 9220 92

[info@marcapo.com](mailto:info@marcapo.com)

[www.marcapo.com](http://www.marcapo.com)

Geschäftsführer: Thomas Ötinger, Marc-Stephan Vogt, Christian Schwarzenberger

Reg: Bamberg HRB 697; Ust.IdNr.: DE 133891583

---