

# NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

MAMPE SPIRITUOSEN GMBH

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

SEPTEMBER 2023

NACHHALTIGKEIT

TRADITION & KULTUR

GEMEINWOHL

WIRTSCHAFTLICHKEIT

Wir sind eine Eventlocation in der Mampe Manufaktur, die direkt an der Bergmannstraße im Zentrum Berlins vorzügliche Spirituosen herstellt. Unser Anspruch ist die Kreation nachhaltiger Erlebnisse. Unsere Gäste nehmen großartige Erinnerungen mit nach Hause.

Mampe steht seit knapp 200 Jahren als die Berliner Marke für Qualität, Tradition, Nachhaltigkeit und Lebensfreude. Wir möchten unsere Kunden begeistern und sie dazu inspirieren, das Leben in vollen Zügen in einer nachhaltigen Art und Weise zusammen mit Mampe Berlin zu genießen. Wir erbringen täglich den Beweis dafür, dass sich Qualität, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit gegenseitig befruchten.

NACHHALTIGKEIT

TRADITION & KULTUR

GEMEINWOHL

WIRTSCHAFTLICHKEIT

MAMPE Berlin ist ein traditionelles Familienunternehmen. Gestartet 1831 durch den Arzt und Apotheker Carl Mampe. Eine Cholera-Epidemie breitete sich ab 1830 in Europa aus. Mediziner und Apotheker bemühten sich fieberhaft, wirksame Gegenmittel zu entwickeln. 1831 war sich der praktische Arzt und Königlich Preußische Geheime Sanitätsrat Dr. Carl Friedrich Mampe (1796–1873) sicher, ein solches Medikament erfunden zu haben: In Stargard (Pommern) stellte er aus Alkohol und diversen Heilkräutern seine Bitteren Tropfen her und verkaufte sie mit großem Erfolg in den Apotheken der Umgebung.

Mampe handelt als familiengeführtes Unternehmen nach klaren Werten: Bodenständigkeit und Menschlichkeit, Mitarbeiterverantwortlichkeit, Partnerschaftlichkeit und Wirtschaftlichkeit. Unser Anspruch und Ziel ist es, unsere Herkunft als Familienunternehmen zu wahren und unabhängig zu bleiben. Aus Erfahrung der Vergangenheit lernen wir: Turbulenzen in Führung und Team zerstörten das einst erfolgreichste Export-Unternehmen der Welt 1980 Mampe, was deren Unabhängigkeit kostete. Der jährliche Firmenumsatz sackte um fünfzig Prozent auf dreizehn Millionen DM ab. Auch die Übernahme der Gesellschaftsanteile Maurers durch einen neuen Investor und der Kauf der traditionsreichen Brennerei Hammer in Heilbronn brachten das Unternehmen nicht wieder auf die Beine. Am 7. Juni 1983 titelte die Bild-Zeitung: »Mampe in der Krise: Likör alle«. Den Vertrieb der Mampe-Erzeugnisse übernahm die Firma Lehmann, was die Pleite aber nicht mehr abwenden konnte. 1995 erwarb die Likörfabrik Berentzen die Markenrechte und stellte später auch Mampes Hauptprodukte Halb und Halb und Lufthansa-Cocktail unter Lizenz her. Als das Berentzen-Management die Produkte vom Markt nehmen wollte, fanden sich zwei Interessenten, die Mampe als »echte Berliner Schnapsmanufaktur« reaktivierten. Seit 2013 ist Mampe wieder herausgelöst von einem Großkonzern eigenständiges Unternehmen.

Bereits 2007 gab es eine private Initiative, den Namen Mampe in Berlin vor der Vergessenheit zu bewahren: Karin Erb gründete ein Mampemuseum.

Im Bewusstsein dieses Gegensatzes von selbstständigem Unternehmertum und drohendem Untergang von Unternehmen und der Marke möchte Mampe die Werte der eigenständigen Familienunternehmenschaft sichtbar machen und die Kernbotschaft der verantwortungsbewussten und zugleich unabhängigen Unternehmenskultur in die Welt hinauszutragen. Wir möchten unsere Verpflichtung wahrnehmen und Vorbild sein, damit unsere Gesellschaft laufend ein Stückchen besser wird. Beruf ist für uns Berufung und kein Job und ein wesentlicher Sinnbestandteil unseres Lebens. Wenn dies alle Stakeholder spüren, leben und nachahmen, sind wir auf dem Weg zur Zielerreichung. Wir nehmen umgekehrt immer Anregungen auf, die auch uns jeden Tag ein wenig besser machen.

Dies ist die Grundlage für die Strukturierung bei Mampe. Daraus leiten sich unsere Ziele ab. Unser Team soll möglichst weit und fortgebildet, bereit zum Austausch untereinander und zur gegenseitigen Unterstützung gewillt sein. Wir geben unseren Stakeholdern Zeit, mittel- und langfristige Ziele umzusetzen und hören ihnen bei Sorgen und Ideen zu. Heute zusätzlich investierte Mittel für Nachhaltigkeit bedeuten Wirtschaftlichkeit in der Zukunft. Um dies zu erreichen, muss im Sinne eines

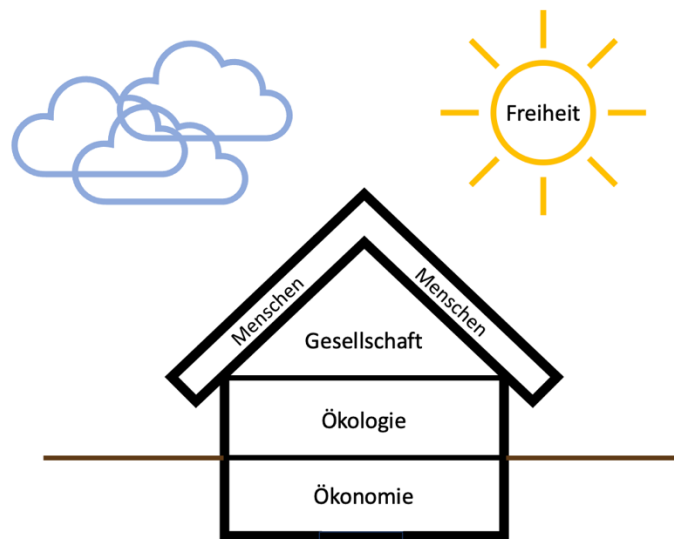
Stage-Gate-Prozesses, Schritt für Schritt vorgegangen werden, um strategische und konkrete Ziele zu erreichen.

Mampe fokussiert auf die klassischen Säulen der Nachhaltigkeit: Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Zusätzlich möchten wir in weiteren Bereichen und kontinuierlich weiterentwickeln.

#### Menschen & freiheitliche Gesellschaft

Mampe hält sich natürlich an Recht und Gesetz und bekennt sich darüber hinaus zu fairem Miteinander in der Belegschaft und mit den Stakeholdern, also im gesamten unternehmerischen Kontext von Mampe. Dabei bedingt wirtschaftliches Verhalten immer auch Nachhaltigkeit und v.a. wechselseitig. Transparent gelebte Vielfalt und auch Freiheit sind essenzielle Werte einer freien Gesellschaft. Unsere Kundschaft sowie Dienstleisterschaft beeinflussen Mampe-Mitarbeiter initiativ mit Vorschlägen und gehen in die nötigen Dialoge, um Veranstaltungen nachhaltiger zu machen. Wir tun das gerne. Wir tun dies aus Überzeugung.

## DAS MAMPE NACHHALTIGKEITS-HAUS



### MENSCHEN bei MAMPE

„Wir mögen Menschen“. Ein Unternehmen entscheidet sich durch die Menschen, die dort arbeiten. So stehen diese im Mittelpunkt aller Überlegungen und Anstrengungen. Diese hängen nicht einfach in der Luft, sondern sind Teil unserer Gesellschaft, weshalb sich dies direkt einschließt. Dass die Umwelt, in der alle stattfindet zu schützen ist, liegt für uns auf der Hand und deshalb selbstverständliche Erkenntnis.

Daraus leiten wir Unternehmensgrundsätze ab und können diese mit Leben füllen

- Der Beruf ist Teil des Lebens – so gehören Beruf und Familie zusammen. Wir schaffen dafür das Umfeld durch flexible Arbeitszeiten. Ortsunabhängige Arbeit (wo möglich und sinnvoll), Elternzeiten und Sabbaticals sind bei uns Normalität.
- Mampe tauscht sich aus, wöchentlich im Manufaktur-Team-Meeting zu allen Themen. Vorschläge kommen hier auf den Tisch und werden umgesetzt, sofern sinnvoll.
- Mampe ist bunt. Dazu brauchen wir keine Charta oder andere Erklärungen – wir leben Diversität im Team. Mampe ist auf dem CSD laut für die Freiheit, ist ein save Space für alle Menschen und wird als solcher auch als Kulturort genutzt. Diskriminierung, Vorurteile oder Ungleichheit haben bei uns keinen Raum – für uns ist jeder Mensch gleich wertvoll.
- Wir sprechen über Fehler und pflegen so eine innovative Fehlerkultur – wir lernen aus Fehlern. Dabei gilt der Grundsatz „Sorry works“, denn über Fehler zu sprechen, verbessert und vermeidet Folgeschäden.
- Jedes Teammitglied führt mindestens 2x jährlich ein Gespräch mit der Geschäftsführung zur Thematisierung von Zufriedenheit, Selbst- und Fremdeinschätzung vor dem Hintergrund der Leistungen und Potentiale der Person. Gemeinsam festgelegte und angepasste Ziele sind häufig Teil der Arbeitsverträge und bilden - wo sinnvoll - auch Unternehmensziele aus den Bereichen Wirtschaftlichkeit / Nachhaltigkeit mit ab.

Wir haben uns strategische Ziele für die ELEFANTEN, ähm, MENSCHEN bei MAMPE gesetzt:

Aufrechterhaltung des Eintritts für Freiheit trotz gestiegener Kosten und Komplexität.  
Die MAMPE Herde schätzt und genießt dieses Engagement und zieht einen großen Teil ihrer Motivation hieraus.

Mit unserem modernen Partner für das Betriebliches Gesundheitsmanagement führen wir regelmäßig Vorträge, Workshops und Trainings für die Elefantenherde durch.

Wir möchten weiterhin Menschen mit Beeinträchtigungen inklusive der nicht anerkannten, wie Rechtschreibschwäche, Dyskalkulie zur Bewerbung ermutigen und stehen diesen mit Lösungsideen bei. Geeignete Tools stehen im digitalen Zeitalter jedem offen.

Wir wollen möglichst barrierefreie Umgebungen schaffen und möchten, dass jeder unsere Einrichtungen hindernisfrei betreten und genießen kann. Deshalb versuchen wir durch geeignete Maßnahmen sicher, dass unsere Standorte und Veranstaltungsorte unabhängig von körperlichen Fähigkeiten zugänglich sind. Wir haben bauliche Anpassungen vorgenommen, um Barrieren zu beseitigen, alternative Zugangswege geschaffen und uns kontinuierlich bemüht, unsere Einrichtungen so zu verändern, dass sie leicht zugänglich sind. Ein Beispiel ist z.B. der Umzug der Mampe Bar in der Mampe Manufaktur von der 1. Ebene, die nicht barrierefrei zugänglich ist, auf die Ebene 0.

Unser Veranstaltungsort ist leicht erreichbar. Die Anfahrt zu Mampe kann einfach und umweltfreundlich geleistet werden, da wir verkehrsgünstig zum öffentlichen Nah- und Fernverkehr liegen. Zwei verschiedene U-Bahnhaltestellen (Platz der Luftbrücke / Mehringdamm) sowie verschiedene Bushaltestellen sind fußläufig zu erreichen. Somit ist emissionsarmen Transport möglich und von uns bevorzugt empfohlen. Auch unterstützen wir unsere Gäste in der Organisation einer optimalen An- und Abreise.

Ziele: 1,3,4,5,8,10,12



Die GESELLSCHAFT um MAMPE herum

Wir legen nicht fest, was die Menschen zu denken haben, die in der Mampe Manufaktur tagt, feiert, lehrt, lernt oder anderes tut. Wir sind der Rahmen, der nicht auswählt oder einschätzt, wer gut und böse ist. Dazu halten wir uns an Recht und Gesetz. Gleichwohl ermöglichen wir frei- & gemeinnützigen Organisationen, Kultur- und Kunstschaffenden und gemeinwohlorientierten Organisationen präferiert Zugang zu unserer Manufaktur. Unser wirtschaftliches Handeln ist freiheitlich-solidarisch und fordert Kreativität und Miteinander von Mitarbeiterschaft sowie Stakeholder und auch Kundschaft. Das Miteinander und die Begegnung macht für Mampe alles aus. Mampe ist für alle da! Deshalb arbeiten wir täglich nicht nur für Leistungspositionen auf Angeboten für unsere Event-Kundschaft, sondern sehen den größeren Zusammenhang unseres Handelns.

Gleichzeitig erkennen wir, dass wir ohne wirtschaftliche Stärke der Gesellschaft wenig, bis nichts erreichen können. Nur durch wirtschaftlichen Erfolg können wir gesellschaftliche Relevanz erlangen.

#### MAMPE IST FÜR DIE GESELLSCHAFT DA:

- MAMPE Berlin steht intern und extern zu seiner Vision und Mission.
- MAMPE Berlin hat diese Nachhaltigkeitserklärung erarbeitet und veröffentlicht.
- Anpassung des Leistungs- und Produktangebots wie die Einführung einer „Freiheits-/Pride Flasche mit wechselnden Motiven und bewusste Platzierung dieser in herausfordernden und sich ändernden Kontexten.
- Freiwilliger Einsatz der Elefantenherde in diversen Bereichen von frühkindlicher Erziehung bis zu Senioren-Unterstützung von Vereinen wie Initiativen sowie Foodsharing Aktivitäten der Mitarbeiterschaft und von Mampe selbst. Demoteilnahmen wie CSD – außerhalb der Arbeitszeit.
- Die MAMPE Manufaktur ist eine Kulturstätte mit Ausstellungen, Lesungen, Konzerten, Sponsoring-Preisen, Förderung von Kunst und Musikschaffenden.

#### WAS WIR NOCH ERREICHEN WOLLEN:

- Erweiterte Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen, Künstlern.
- Erhöhung der Sichtbarkeit unserer Herkunft aus dem genossenschaftlichen Verbund und somit Verbreitung der Kernbotschaft der Genossenschaften.

Internationalisierung unsere Produkte und Angebote

Vollständige Umstellung der Energieverbräuche auf LED, Wareneinsatz ohne Verpackungsmaterialien wo möglich

Ziele: 3,4,5,8,10,11,12,14,15,16



# ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

17 ZIELE, DIE UNSERE WELT VERÄNDERN





## MAMPE UND DIE ÖKOLOGIE

Robert Exner hat als Geschäftsführer um 1900 herum erkannt, dass Verantwortung für unsere Umwelt besondere Werbewirkung hat. Auch wenn es heute nicht mehr aktuell zu sein scheint – um die vorletzte Jahrhundertwende herum hat der Berliner Zoo mit Hallen und Freigehegen als einer der ersten Zoos weltweit Tiere nicht mehr nur in Käfigen gehalten. Dies erkannte Mampe vor 120 Jahren als Differenzierungsmöglichkeit und sponsorte dem Zoo zum ersten Mal einen Elefanten, „Mampe“

Hier gingen Tierwohl und Wirtschaftlichkeit im Nachhinein wohl Hand in Hand, denn die Tiere in den Gehegen wurden älter und Ersatzbeschaffungen unnötiger. Die Verbesserung in der Haltung hat auch zugleich die wirtschaftliche Situation des Zoos verbessert.

Als einzigartige Location, Premium-Erlebnisanbieter und Getränkehersteller fühlen wir uns verantwortlich für einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck. Ob unsere getroffenen Maßnahmen wie geplant funktionieren, überprüfen wir regelmäßig und steuern nach.

Wir nutzen seltener preisintensive Messverfahren, sondern handeln oft pragmatisch und realisieren schnell umzusetzenden Verbesserungen direkt. Wöchentlich tauschen wir uns in der Elefantenrunde in der Manufaktur mit der kompletten Belegschaft zu Umweltthemen aus. MAMPE Berlin verpflichtet sich als kleines Unternehmen auf allen Ebenen zu den hier festgesetzten Grundsätzen. Die Geschäftsführung schult die Belegschaft zu den Themen und ist Vorbild mit Verantwortung.

## ENERGIE

Strom/Heizung/Wasser/Abwasser

MAMPE BERLIN hält seine Energienutzung optimal. Dabei finden alle Medien Beachtung: Wir überprüfen die genutzten Medien ständig.

MAMPE BERLIN dokumentiert seine Energieverbräuche jährlich und sucht laufend nach Maßnahmen zu Einsparungen. Diese überprüfen wir jährlich und steuern bzw. regeln auch unterjährlich, wenn dies erkennbar möglich ist.

Wir kompensieren aktuell anfallende, nicht zu vermeidende Emissionen durch eigene Initiativen wie mit unserer Wildblumenwiese im Logistik-Standort am Pyramidenring. Mehrere Bienenstöcke, die Schaffung bzw. den Erhalt von Naturschutzgebieten auf Grundstücken in unserem Einflussbereich als Urban Gardening. Initiativen außerhalb unseres Einflussbereichs versuchen wir aufgrund von Verwaltungs- Transaktionskosten und mangelnder Transparenz und Kontrollmöglichkeit zu vermeiden. Wir kritisieren intransparente Kompensationsgeschäfte.

MAMPE MACHT MUT, denn wir haben schon einige erreicht:

- MAMPE Berlin bezieht 100% Ökostrom
- MAMPE Berlin bezieht Cateringleistungen, wo immer möglich durch die lokale Nachbarschaft und bezieht dort wiederum aufgrund kurzer und nachhaltiger Bezugswege und -quellen
- MAMPE Berlin kauft saisonal
- MAMPE Berlin sensibilisiert seine Elefantenherde im Umgang mit Medien sowie (Büro) Materialien
- MAMPE Berlin wartet seine technischen Anlagen regelmäßig und passt sie technisch an
- MAMPE Berlin hat Licht (fast) komplett auf LED umgestellt

- MAMPE Berlin fördert emissionsarmen Transport und Reisen

#### Die künftigen MAMPE MEILENSTEINE

- Gebäude in Abstimmung mit Vermieter energieeffizienter machen
- weitere Senkung von CO2-Emissionen
- Trinkwasserverbrauch verringern

#### EINKAUF

MAMPE beschafft Güter und Dienstleistungen energieeffizient und bewertet vor Beschaffung auf ökologische und ökonomische Aspekte gleichermaßen. Hauptaugenmerk ist die Frage nach Recyclebarkeit, Ressourcenverbrauch, Schadstoffemissionen, Logistikwege usw. im gesamten Produkt- oder Dienstleistungslebenszyklus.

Wir kaufen nicht nur fair und regional, wir interessieren uns auch für Herkunft und Produktionsbedingungen. Wir bevorzugen nachhaltig wirtschaftende Lieferanten und ermutigen auch zur Unterzeichnung einer Selbstverpflichtung auch ohne Verpflichtung aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

MAMPE MACHTs maximal gut, nämlich hier:

- MAMPE Berlin bevorzugt regionale Liefernde, die sich selbst den SDGs der UN verpflichten
- Bio-Qualität vor konventioneller Quelle
- Kommunizieren bewusst mit Bezugsquellen zu Nachhaltigkeit und Umwelt

MAMPEs To-Do:

- Erarbeitung eines Kriterienkataloges für den Einkauf von Waren und Dienstleistungen, Personaldienstleistungen, Technikunternehmen und Vermietungen

#### WERKSTOFF

MAMPE Berlin denkt das Werkstoff/Abfallmanagement vom Einkauf der Waren und Dienstleistungen bis zum Recycling durch. Wir stimmen uns ständig mit unseren Liefernden ab, binden unsere Partnerunternehmen in den Umgang mit Wertstoffen und die Vermeidung von (Verpackungs-)Müll aktiv ein und verwandeln selbst Müll in Wertstoffe, wenn wir unsere Karton-Verpackungen zu Polstermaterial „veredeln“.

#### LEBENSMITTEL

Wir beziehen bei unseren Stammlieferanten, die in eigener Küche in der Nachbarschaft unter Einhaltung aller Hygiene und good manufacturing practices arbeiten. Wir passen Bestellmengen den tatsächlichen Bedarfen an und retten Lebensmittel vor Verfall entweder selbst oder arbeiten mit foodsharing-Organisationen zusammen.

## GEFAHRSTOFFE UND VERBRAUCHSMATERIALIEN

Schadstoffarmut und Umweltverträglichkeit und Recyclebarkeit sind die drei Schlagwörter, denen sich während Veranstaltungen verwendete Materialien zur Ausstattung, Dekoration und auch zum Verbrauch oder zur Reinigung unterordnen müssen. Alles unter Beachtung der Gefahrstoffverordnung, die durch das QM des MAMPE Manufaktur Produktionsbetriebes in der MAMPE Manufaktur überwacht wird. Auch hier gilt: Vermeidung, wo möglich.

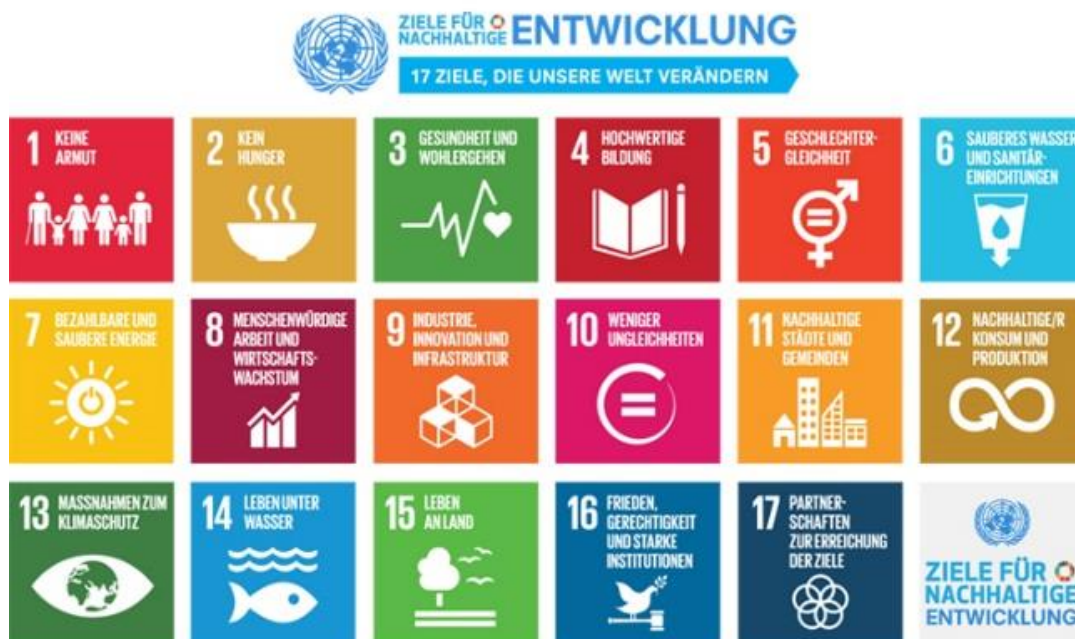
MAMPE hat im Bereich Wertstoff schon viel getan, wir wollen aber immer besser werden:

- Lebensmittel werden auch aktiv von MAMPE Berlin gerettet und transparent zum Verzehr angeboten.
- MAMPE Berlin reduziert aktiv den Einsatz von Schadstoffen und Chemikalien
- MAMPE Berlin optimiert die Müllvermeidung, Wertstofftrennung durch Infrastruktur und Schulungen
- MAMPE Berlin kommuniziert aktiv mit der Kundschaft über Nachhaltigkeit
- MAMPE Berlin reduziert den Verbrauch von Einweg- Artikeln wie Kunststofffolien, auch in Absprache mit der Lieferantenschaft und Kunden
- MAMPE nutzt das Mehrweg- und Pfandsystem im Belieferfall

MAMPE Berlin möchte aber über erste Experimente hinaus in den folgenden Bereichen permanent besser werden:

- Speisen, die bei der Veranstaltung auf einem Buffet übrigbleiben, können von den Gästen in extra bereitgestellten „to Go-Boxen“ mit entsprechender Haftungsfreistellung mit nach Hause genommen werden.
- Danach oder, falls diese Praxis nicht angewandt werden kann, kommen Lebensmittelretter zum Einsatz

Ziele: 1,2,6,7,8,11,12,13



## BEI UNSEREN eigenen MAMPE BERLIN - ERLEBNISSEN WOLLEN WIR ...

... wo immer möglich regionale Komponenten für unsere Produkte, die im Mittelpunkt der Erlebnisse einsetzen, bzw. diese selbst zubereiten aus Rohstoffen, die wiederum regional sind und deren Herkunft bzw. auch die Herstellenden Personen können. Wenn wir Apfelmus oder Kirschen destillieren, wissen wir, dass unser zugekaufter Alkohol ein regionales Weizenfeindestillat aus der deutsch-österreichischen Region ist und auch, wer die Äpfel und Kirschen wo angebaut und wie geerntet hat. Diesen Vorteil erklären wir als klares Asset und bauen auf die Wertschätzung unserer Kundschaft.

Wir lehnen es ab, unsere Kundschaft zu belehren. Wir machen lieber proaktiv Vorschläge zur Steigerung der Erlebnisqualität und beraten so unaufdringlich zu Nachhaltigkeitsthemen über die kompletten MAMPE-Berlin Erlebnisse hinweg. Unsere jeweiligen Gäste informieren wir über die Nachhaltigkeit bei unseren Events und Touren und versuchen jede Veranstaltung umweltverträglich durchzuführen.

Wir klären zur verantwortungsvollen Nutzung der Mampe Berlin Spirituosen auf und achten auf maßvollen Genuss

Uns ist bewusst, dass unterschiedliche Ernährungsformen mehr oder weniger CO2 verursachen und versuchen demnach wo sinnvoll vegetarische und vegane Anteile zu steigern. Darüber hinaus hat MAMPE Berlin in seiner kompletten Geschichte schon immer Alkohol restlos verwertet – das versuchen wir auch mit allen anderen Lebensmittelkomponenten nach den schon beschriebenen Grundsätzen und Werkzeugen.

Ziele: 3,6,8,10,11,12



## ENGAGEMENT & SPENDEN

Gehören zu Mampe seit 1831 und gehören heute zu unserem nachhaltigen Handelsstrategie. MAMPE Berlin engagiert sich und bündelt dazu alle Kräfte. Mampe Berlin verzichtet auf Geschenke für Stakeholder zu diversen Anlässen, sondern spendet stattdessen z.B. für Themen von Freiheit bis Artenschutz z.B. über Patenschaften wie dem Berliner Zoo.

Unsere CO<sub>2</sub>-Emissions-Kompensationen erwirtschaften wir selbst durch die Pflege unserer 2.500m<sup>2</sup> großen Wildblumenwiese am Pyramidenring 10, die selbst rund 3,2 t CO<sub>2</sub> pro Jahr speichert. Darüber hinaus wandeln wir 10.000 m<sup>2</sup> am von uns für Events genutzten Elsensee in Wildblumen-Areale um und erzielen damit nochmals rund 12,5 t CO<sub>2</sub> Bindung. Gleichzeitig helfen wir so dem Artenschutz und das mitten in Berlin.

Das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiterschaft wird von MAMPE Berlin gesondert anerkannt.

MAMPE Berlin will noch mehr:

- Fortdauernde Unterstützung begonnenen gemeinnützigen Projekte und deren Erhalt
- Immer neue förderungsfähige Veranstaltungen anziehen und durchführen

Ziele: 2,6,7,13,15,16



## ÖKONOMIE

MAMPE Berlin kann wirtschaftlich erfolglos auch nicht nachhaltig handeln. Deshalb sind wir wachsam in der Beobachtung von Markt und Mitbewerbern sowie bei der Risikoabwägung extern sowie intern. Gleiches gilt für Chancen.

MAMPE ist Aussteller und Gast auf Kongressen und Messen und steht sehr aktiv mit Kundschaft, Partnerbetrieben und auch Wettbewerbern in Kontakt. Alle Stakeholder sind für MAMPE Berlin relevant vor dem Hintergrund, dass es neue oder wiederkehrende Kunden sein könnten und sich auch des Zusammenhangs zwischen Ökonomie und Nachhaltigkeit nicht verschließen können.

Wir besuchen Messen und Events, sprechen mit unseren Kund:innen, Partner:innen und unseren Mitbewerber:innen. Stakeholderdialoge sind uns sehr wichtig. Wir nutzen alle Medien, um mit unseren Stakeholdern zu kommunizieren. Um all unsere Kund:innen zu wiederkehrenden zu machen und neue zu generieren, setzen wir den Fokus auf Nachhaltigkeit.

MAMPE Berlin hat ein sehr strukturiertes und erfolgreiches Qualitätsmanagement in der Produktion wovon andere Bereiche, z.B. im Bereich Gefahrstoffe, profitieren. Wir machen wertvolle Erinnerungen für unsere Kundschaft mitnehmbar und müssen bei Abweichungen von diesem Ziel stets reagieren können. Dabei weiß jeder und jede im Team um seine Rolle(n).

#### MAMPE BERLIN WILL NOCH

- Chancen und Risiken früh- und rechtzeitig erkennen
- Starkes aber gesundes Wachstum
- Portfolio an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen ausbauen

Ziele: 1,5,8,9,10,11,12,13,14,15



#### UNTERNEHMENSFÜHRUNG

MAMPE Berlin ist ein inhabergeführtes Unternehmen. Die Geschäftsführung fördert flache Hierarchien, respektvollen Umgang nach allen ethischen Grundsätzen. Zusammen mit der Mitarbeiterschaft, den Partnerunternehmen und der Kundschaft bringen wir MAMPE zurück zu einem Unternehmen, das weltweite Bekanntheit genießt. So analysiert die Geschäftsführung heute



regelmäßig die zentralen Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung.

MAMPE Berlin hält sich stets an gesetzliche Bestimmungen. Sei es Datenschutz, Arbeitssicherheit, Arbeitnehmerrechte oder Hygiene. Code of Conduct und Compliance-Richtlinien sind für alle Mitarbeitenden verpflichtend.

## DIE MAMPE STAKEHOLDER

Bei MAMPE BERLIN geschehen Stakeholder Dialoge v.a. in der Manufaktur: Darüber hinaus gibt es Jahresgespräche mit unserer Lieferantenschaft sowie Dienstleistenden. Neben dem Austausch geht es um Neues. Wir halten jeden Beteiligten über Newsletter, Social Media, unsere Website oder auch mal ganz klassisch über Pressemeldungen auf dem Laufenden.

## WAS MAMPE NOCH ERREICHEN WILL:

- Einbezug von Angeboten von gemeinnützigem Unternehmen in künftige Einkaufsprozesse

Ziele: 5,8,9,10,11,12



Mampe ist als Unternehmen nicht nur in Sachen Nachhaltigkeit öffentlich transparent. Auch die Gesellschafterstrukturen stellen wir transparent im Handelsregister da. Um Mampe aus Gesellschaftersicht nicht nur bei den Nachhaltigkeitsthemen voranzubringen, treffen sich die Gesellschafter sich mindestens 1 x im Jahr. 2022 waren es sogar deutlich mehr Sitzungen. Dabei sind

alle Gesellschafter geladen. Zu diversen Berichtsanslässen laden die Gesellschafter weitere Personen eingeladen, auch das Thema Nachhaltigkeit wird und wurde zentral thematisiert.

#### KONTAKTE

Kontaktiert MAMPE Berlin mit allen Verantwortlichen: <https://mampe.berlin/>