



Nachhaltigkeitskodex

Präambel

Verantwortung übernehmen ist Ehrensache

1. Verantwortung bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen heißt, bereit und fähig zu sein, **ANTWORTEN** auf Fragen unternehmerischen Handelns zu **GEBEN** und für die Folgen eigenen Handelns einzustehen. Der Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche ist ein branchenspezifischer Kodex. Er bietet allen Beteiligten praktische Orientierung, um dieser Verantwortung gerecht zu werden.

2. Eine nachhaltige Wirtschaftsweise verstehen die Unternehmen der Veranstaltungsbranche vor allem als Chance. Kosten-/Nutzen-Vorteile durch Nachhaltigkeit und die Positionierung der Standortvorteile sollen zum **ERFOLGSFAKTOR** im internationalen Wettbewerb werden.

3. Dieser Kodex ist vom German Convention Bureau e. V. (GCB) und vom Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) initiiert. Er wird von deren Mitgliedern getragen und fortlaufend weiterentwickelt.

4. Die Initiatoren laden alle Beteiligten bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen ein, mit einer Unterstützungserklärung zum Nachhaltigkeitskodex ihr **BEKENNTNIS ZUR VERANTWORTUNG** zu geben. Zehn Leitlinien des Nachhaltigkeitskodex und konkretisierende Leitsätze bieten eine Orientierung zur Umsetzung des nachhaltigen Handelns. Mit einer Unterstützungserklärung als freiwillige Selbstverpflichtung bekennen sich ‚nachhaltige Unternehmer‘ zu nachhaltigem Handeln in allen relevanten Bereichen der Ökonomie, der Ökologie und in den sozialen Aspekten. ‚Nachhaltige Unternehmer‘ berichten regelmäßig über den Fortschritt bei der Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex.

5. Die Verbände GCB und EVVC werden die Umsetzung des vorliegenden Kodex mit ganzer Kraft unterstützen und geeignete Maßnahmen ergreifen, die eine Einführung fördern. Sie werden das **INNOVATIONS- UND WISSENSNETZWERK** der Kodex-Unterzeichner fördern und systematisch in einen Austausch- und Optimierungsprozess „sustainable motion“ führen.

Leitlinien

Leitlinien der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

1. **STRATEGIE**. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.
2. Nachhaltigkeit wird vor allem als **CHANCE** verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.
3. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des **GEMEINWOHLS**.
4. **ÖKONOMIE** in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.
5. Verantwortlicher Umgang mit **RESSOURCEN UND ENERGIE** heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.
6. Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle **SOZIALKOMPETENZ** gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.
7. Aus **RESPEKT** vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.
8. **OFFENHEIT** ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.
9. Die freiwillige **SELBSTVERPFLICHTUNG** zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.
10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt **ANREIZE** zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Partner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

Leitlinien der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

STRATEGIE.

1. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ greift die spezifischen Umstände der Veranstaltungsbranche auf und macht Nachhaltigkeit zu einer wirkungsvollen und prozessbezogenen Strategie im eigenen Unternehmen. Er analysiert damit verbundene Chancen und Risiken für eine langfristig ausgerichtete Nachhaltigkeitsstrategie und handelt entsprechend. Er stellt sich der Selbstkontrolle und legt die Anwendung in seinen operativen Tätigkeitsbereichen dar.

2. Ziele, Regeln und Prozesse zur Implementierung werden offen gelegt und von dem Nachhaltigkeitsbeauftragten des Unternehmens in einem kontinuierlichen Optimierungsprozess zur Umsetzung geführt. Selbst gesetzte Ansprüche sind ehrgeizig und orientieren sich an den jeweils bestmöglichen Lösungen.

CHANCE.

3. Nachhaltigkeitsmanagement versteht der ‚nachhaltige Unternehmer‘ als eine unternehmensstrategische Dimension, die mit Lösungen zu Auswirkungen seines Handelns in der Zukunft beiträgt.

4. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ nutzt die Chancen des nachhaltigen Handelns, z. B. durch Einsparung von Ressourcen und Energie, Erhöhung der Mitarbeitermotivation und Reduzierung der Fluktuation Maßnahmen zur Vermeidung, Reduzierung oder Kompensation von Folgewirkungen erzielen somit neben dem Beitrag zur gesellschaftlichen Problemlösung auch einen wesentlichen Nutzen für das Unternehmen. Der Optimierungsprozess im Sinne einer sustainable motion stärkt die Marktpositionierung als zukunftsorientierter Unternehmer im internationalen Wettbewerb.

5. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ unterstützt Veranstalter und Teilnehmer im Customer Service durch proaktive Hilfestellung mit innovativen Produkten und Dienstleistungen für „green meetings and events“.

GEMEINWOHL.

6. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfüllt seine Verantwortung in der Region. Er leistet einen Beitrag zum Gemeinwesen in seiner Region, um das Gemeinwohl zu stärken und die Weiterentwicklung zu fördern.

7. Regionale Wirtschaftspartner werden als Lieferanten und Leistungserbringer in die Wertschöpfungskette wo möglich einbezogen.

ÖKONOMIE.

8. Ökonomie und Rentabilität sind Voraussetzungen für den Unternehmenserfolg aber nicht der alleinige Sinn des Unternehmens. Nachhaltiges Handeln versteht der ‚nachhaltige Unternehmer‘ als eine Herausforderung, die ökologische und soziale Aspekte im Sinne einer langfristigen Ausgewogenheit zur Ökonomie sieht. Dafür setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ mit ganzer Kraft ein.

9. Für die Wirtschaftspartner des Unternehmens hat die langfristige Stabilität in der Zusammenarbeit ein besonderes Gewicht. Kunden und Zulieferer, Öffentliche Träger und (regionale) Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette sind wesentliche Wirtschaftspartner, die auf eine ökonomische Stabilität des Unternehmens angewiesen sind.

10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfasst und bewertet Umwelt- und Sozialrisiken so selbstverständlich wie die Unternehmens-, Finanzrisiken. Alle Risiken des unternehmerischen Handelns werden zum Erhalt der Stabilität frühzeitig analysiert und ihnen wird soweit wie möglich entgegengewirkt.

RESSOURCEN UND ENERGIE.

11. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ folgt in allen Belangen des Ressourcen- und Energieverbrauchs den Prioritäten 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

12. Langfristig folgt der ‚nachhaltige Unternehmer‘ dem Ziel der klimafreundlichen Veranstaltung und geht diesem

konsequent entgegen. Konkret heißt das, den direkt verursachten Ressourcen- und Energieeinsatz durch Erhebung und Analyse fortlaufend zu reduzieren.

13. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ bezieht den durch alle Beteiligten einer Veranstaltung verursachten Ressourcen- und Energieeinsatz in eine Bilanz ein. Er nutzt und gibt Empfehlungen oder innovative Dienstleistungen im Sinne eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Energie und Ressourcen, die sich aus der Durchführung einer Veranstaltung ergeben können, um die CO₂-Bilanz insgesamt zu verbessern.

14. Eine besondere umweltpolitische Verantwortung liegt in der erhöhten Nachfrage Ressourcen- und Energieschonender Produkte und Dienstleistungen. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ stärkt daher den Markt durch den Einkauf und die Anwendung von innovativen, umweltfreundlichen Leistungen.

RESSOURCEN UND ENERGIE.

15. Vermeidungspotenzial für den Energieverbrauch für Veranstaltungen liegt v. a. in der Mobilität (An- und Abreise) sowie in der Unterbringung der Teilnehmer. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ empfiehlt daher, Veranstaltungszeiten zu wählen, die den Teilnehmern eine problemlose An- und Abfahrt mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln ermöglichen. Für Mobilitätsdienstleistungen werden emissionsarme Fahrzeuge bevorzugt empfohlen.

16. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfasst die verursachte CO₂-Freisetzung, z. B. anhand von CO₂-Rechnern für Veranstaltungen und setzt sich Ziele für die CO₂-Reduktion entsprechend dem Standard des Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Zur Neutralisierung von nicht vermeidbaren Treibhausgas-Emissionen werden Kompensationsmaßnahmen in Erwägung gezogen.

17. Hinsichtlich der Anforderungen an Gebäude werden die Möglichkeiten der Energieeinsparung laufend geprüft und wo möglich verbessert. Bei Renovierung oder Sanierung plant das Gebäudemanagement die Maßnahmen unter energetischen Gesichtspunkten.

18. Für weitergehende Aspekte bei der Organisation und Durchführung von nachhaltig geplanten Veranstaltungen wird der Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen des BMU/UBA und die darin enthaltenen weiterführenden Empfehlungen beachtet.

SOZIALKOMPETENZ.

19. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erkennt die Auswirkungen auf den Arbeitnehmermarkt in Hinblick auf die demografische Entwicklung der Bevölkerungsstruktur. Zur Sicherung der Beschäftigung und zur Steigerung der Qualifikation aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ergreift er Maßnahmen zur Ausbildung und zur Weiterbildung. Die Maßnahmen werden als Investition in die eigene Zukunftsfähigkeit verstanden.

20. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ legt sein Leitbild und die Werte der Mitarbeiterführung fest, die Chancengerechtigkeit, Mitwirkung bei unternehmerischer Fortentwicklung und die Potenzialentwicklung der Mitarbeiter fördern sollen.

RESPEKT.

21. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ ist sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und schützt die Menschenwürde und die Menschenrechte. National und international anerkannte Standards der Menschenrechte werden respektiert und im Einflussbereich des eigenen Unternehmens geachtet, eingehalten und unterstützt.

22. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ implementiert Prozesse, die der Einhaltung insbesondere der Arbeitnehmerrechte dienen und die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern.

23. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ gestaltet seine Veranstaltungen und Veranstaltungsräume nach den Anforderungen, die die vielschichtigen Besuchergruppen internationaler Veranstaltungen erwarten. Angebote z. B. für Mütter mit Kindern, für ältere Menschen, für Behinderte werden im Gebäude berücksichtigt.

Leitsätze

24. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt sich dafür ein, jegliche Form von Diskriminierung zu unterbinden, z. B. aufgrund von Geschlecht, Rasse oder Religionszugehörigkeit oder politischer Weltanschauung. Er implementiert Prozesse, um Chancengleichheit, Gesundheits- und Arbeitsschutz, Schutz von Minderheiten und die Integration von Migranten und Menschen mit Handicaps zu fördern.

25. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt sich für die Verhinderung von Vorteilsnahme und von Korruption in allen Formen ein. Bei Regelverstößen sollen systematisch Maßnahmen eingeleitet werden, die Wiederholung verhindern. Orientierung bieten akzeptierte Standards (z. B. Transparency International). Darüber hinaus wird empfohlen, Systeme zur Vermeidung von Fehlverhalten im Unternehmen anzuwenden.

OFFENHEIT.

26. Veranstaltungen haben Einfluss auf ökologische, ökonomische und soziale Aspekte der Gesellschaft. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ identifiziert diese Einflüsse und die relevanten Interessensgruppen, die davon betroffen sind. Auf Fragen und Bedenken der relevanten Interessensgruppen wird dargelegt, welche Maßnahmen das Unternehmen nach Art und Umfang ergreift, die der Nachhaltigkeit gerecht werden.

27. Jede Kommunikation und Darstellung über die nachhaltige Unternehmensführung erfüllt den Anspruch der Wahrheit und Klarheit.

SELBSTVERPFLICHTUNG.

28. Unternehmen, die ihre ‚Unterstützungserklärung‘ für den Nachhaltigkeitskodex abgeben, bekennen sich mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung als aktiv ‚nachhaltig handelnder Unternehmer‘. Sie beachten dies in allen relevanten Bereichen der Ökonomie, der Ökologie und in den sozialen Aspekten.

29. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ verpflichtet sich, ein Jahr nach Abgabe der ‚Unterstützungserklärung‘ einen Fortschrittsbericht über den Stand der Maßnahmen auf dem Weg zur Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex zu veröffentlichen. Für jeden Leitsatz legt der ‚nachhaltige Unternehmer‘ dar, welche Ziele festgelegt wurden und welche Maßnahmen er zur Zielerreichung ergriffen hat. Zum Stand (noch) nicht erfüllter Entsprechung eines Leitsatzes erklärt er die Machbarkeit. Die Verbände

GCB und EVVC legen eine Standardmatrix für das Erstellen des Fortschrittsberichts vor.

30. Darüber hinaus wird empfohlen, dass der ‚nachhaltige Unternehmer‘ seine Unternehmenspolitik und seine Nachhaltigkeitsstrategie darlegt.

ANREIZE.

31. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ fördert das Ziel der Nachhaltigkeit durch Anreize zum Umdenken und Handeln. Management, Mitarbeiter, Kunden und alle Marktpartner sollen motiviert werden, eine Nachhaltigkeits-Performance im ständigen Verbesserungsprozess zu erreichen.

32. Erstens setzt der ‚nachhaltige Unternehmer‘ direkte Anreize, indem er Aspekte für nachhaltiges Handeln qualifiziert und/oder quantifiziert in Ziel- und Beurteilungssysteme für die Mitarbeiter/innen und für das Management des Unternehmens aufnimmt.

33. Zweitens empfiehlt der ‚nachhaltige Unternehmer‘ allen bei der Veranstaltung Beteiligten sowie Marktpartnern konkrete Maßnahmen zur Erfüllung der Nachhaltigkeit bei der Durchführung von Veranstaltungen. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ bietet aktiv seine Unterstützung bei der Konzeption und Organisation geeigneter Maßnahmen an, z. B. die Vermittlung von Kooperationen und Angeboten zur verstärkten Nutzung von Bus & Bahn.

34. Drittens setzt der ‚nachhaltige Unternehmer‘ Markt-anreize für Effekte nachhaltigen Handelns. Er wählt bevorzugt Produktgruppen, Dienstleister und Hotels aus, die in den relevanten Handlungsfeldern wie Mobilität, Klima und Energie, Catering, Abfallmanagement möglichst konform zum Kodex handeln.

35. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ nutzt das betriebliche Vorschlagswesen, um alle Mitarbeiter/innen zur Erfüllung der Nachhaltigkeit einzubeziehen und nutzt die Möglichkeiten der Sozialleistungen, z. B. durch die finanzielle Bezuschussung der ÖPNV Nutzung, Gesundheitsvorsorge sowie die Aus- und Weiterbildung oder Stipendien. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ finanziert im Rahmen seiner Möglichkeiten interne oder externe Förderprogramme, Initiativen oder Projekte.

Praktische Hinweise

Praktische Hinweise für einen guten Anfang

DIALOG-PROZESS MIT ERGEBNIS

Nachhaltigkeit spielt heute für einen großen Teil der Bevölkerung eine wichtige Rolle. Dabei zeigt sich, dass immer mehr Unternehmen durch ihre Führung einen Beitrag zum Ausgleich von wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekten leisten wollen. Die Veranstaltungsbranche sieht die Herausforderung für nachhaltiges Handeln als Chance und will das Vorgehen in einer geschlossenen und glaubwürdigen Initiative gestalten. In einem mehrmonatigen offenen Dialog-Prozess mit Internet Foren und Workshops, zu dem alle Mitglieder der initiiierenden Verbände German Convention Bureau e. V. und Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. eingeladen waren, entstand der weltweit erste Nachhaltigkeitskodex der Branche. Die Initiatoren laden alle Beteiligten der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen ein, den Kodex für ihr Unternehmen und für sich als ‚nachhaltiger Unternehmer‘ mit einem Bekenntnis zur Verantwortung anzunehmen.

WAS IST DER KODEX?

Der Nachhaltigkeitskodex ist eine freiwillige Selbstverpflichtung zur unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Zehn Leitlinien fassen den Kodex zusammen. Sie geben das qualitative Ziel der Ausgeglichenheit von ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten wider. Konkretisierende Leitsätze bieten eine Orientierung bei der Umsetzung nachhaltigen Handelns.

FÜR WEN GILT DER NEUE KODEX?

Alle Beteiligten in der Prozesskette der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen sind eingeladen, sich dem Nachhaltigkeitskodex anzuschließen. Die Beteiligten entscheiden frei, ob die Leitlinien des Nachhaltigkeitskodex für die Gestaltung ihrer Geschäftspolitik gelten sollen und wie die Umsetzung der Leitsätze ausgestaltet wird. Eine Kontrolle von außen oder eine Zertifizierung durch Dritte findet nicht statt. Diese Freiheit ist gleichzeitig eine Verpflichtung, sie spricht die Unternehmensverantwortung an. ‚Verantwortung‘ ist

daher die Überschrift zum Nachhaltigkeitskodex. Die Glaubwürdigkeit des ‚nachhaltigen Unternehmers‘ entsteht durch die praktischen Schritte zu qualitativen Standards, die er ‚auf dem Wege zur Nachhaltigkeit‘ umsetzt und dadurch, dass er transparent über den Fortschritt auf seinem Weg berichtet.

WIE GEHT EINE BETEILIGUNG?

Der Anspruch ‚AUF DEM WEG‘ zu sein, umschreibt das Umsetzungskonzept, das vom Dialogforum der Veranstaltungsbranche und in Workshops gefunden wurde. Das Umsetzungskonzept orientiert sich an den wohl weitest reichenden Prinzipien der Nachhaltigkeit weltweit, an den Prinzipien des GLOBAL COMPACT.

DER ERSTE SCHRITT – SCHRIFTLICHE UNTERSTÜTZUNGSERKLÄRUNG MIT UNTERSCHRIFT

Die Unterstützungserklärung für den Nachhaltigkeitskodex gibt ein Mitglied der Führungsspitze des Unternehmens schriftlich an die Verbände GCB oder EVVC ab. Die unterschriebene Erklärung drückt aus, dass die Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex anhand der Leitlinien und der konkretisierenden Leitsätze als freiwillige Verpflichtung angenommen wird und das Unternehmen sich bemühen will, diese Anforderungen in Zukunft zu erfüllen. Unternehmen, die eine Unterstützungserklärung zur Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex abgeben, bekennen sich als ‚nachhaltig handelnder Unternehmer‘. Von der Unternehmensleitung wird erwartet, dass sie in ihrer Kommunikation, z. B. im Internetauftritt auf den Nachhaltigkeitskodex hinweisen, ein unterstützendes Statement abgeben und die Maßnahmen zur Umsetzung darstellen. Dabei wird von keinem, nachhaltigen Unternehmer‘ erwartet, dass er alle Leitsätze des Nachhaltigkeitskodex bereits von Anfang an erfüllt, oder dass er in allen Handlungsfeldern neu beginnt. Von den eher kleineren und mittelständischen Unternehmen der Veranstaltungsbranche wird auch nicht erwartet, dass sie die gleiche Tiefe und Breite einer Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen wie große Konzerne das tun. Vielmehr wird erwartet, dass die Unternehmen ihre praktischen Schritte in den Handlungsfeldern des

Praktische Hinweise

Nachhaltigkeitskodex zusammenfassen, ihre bisherigen Maßnahmen für sich selbst bewerten, Verbesserungen und Ergänzungen identifizieren und einen Plan für die Erfüllung des Nachhaltigkeitskodex aufstellen.

DER FORTSCHRITT – FORTSCHRITTSBERICHT ZU DEN LEITSÄTZEN

Ein Jahr nach Abgabe der Unterstützungserklärung wird von den teilnehmenden Unternehmen erwartet, dass sie die praktischen Schritte der konkreten Maßnahmen darstellen, die den Fortschritt der Umsetzung aufzeigen. In einem Berichtszeitraum ergriffene Maßnahmen zeigen das Engagement des Unternehmens. Fortlaufende Maßnahmen werden entsprechend gekennzeichnet. Der Fortschrittsbericht wird mit einer Erläuterung auf bis zu einer Seite und in einfacher Form mit einer tabellarischen Listung auf zwei bis drei Seiten entsprechend der zehn Leitlinien erstellt. Zu den Handlungsfeldern der zehn Leitlinien erfolgen eine Aussage zum Fortschritt, die sich an den konkretisierenden Leitsätzen orientiert und eine Listung der durchgeführten Maßnahmen, wie sie beispielsweise im Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen des Bundesumweltministeriums sowie des Umweltbundesamtes vorgeschlagen werden. Viele Unternehmen werden Handlungsfelder noch nicht vollständig erfüllt oder einzelne Handlungsfelder noch gar nicht begonnen haben. Möglicherweise gibt es auch praktische Hinderungsgründe für einzelne Punkte. Entsprechende einschränkende Angaben werden offen dargelegt und tragen damit insgesamt zur Glaubwürdigkeit des Unternehmens bei. Es gilt: Jeder erste Fortschrittsbericht ist ein guter Anfang.

Der Fortschrittsbericht kann in den Geschäftsbericht oder in den Nachhaltigkeitsbericht integriert werden oder er wird auf der Website des Unternehmens veröffentlicht. Der Bericht ist vom Unternehmen regelmäßig fortzuschreiben. Der fertige Bericht kann dazu verwendet werden, den Dialog mit den Anspruchsgruppen zu führen.

ZIELE FESTLEGEN UND ERGEBNISSE MESSEN

Unternehmen, die freiwillig noch einen Schritt weitergehen, berichten zusätzlich über selbst gesetzte Ziele und messbare Ergebnisse nach den einzelnen Leitsätzen. Die Formulierung von Zielen ist eine wirksame Form, Leistungsvorhaben und erwartbare Ergebnisse in ihrer Reichweite und Wirkung verständlicher darzustellen. Wo Ziele und Ergebnisse quantitativ messbar sind, ist dies einer qualitativen Bewertung vorzuziehen. Hierzu können Bezüge zu anerkannten Nachhaltigkeitsstandards oder Zertifizierungen mit Indikatoren und Messgrößen verwendet werden. Die durch eigene Zertifizierung belegten Messgrößen können auf den Fortschrittsbericht übertragen werden.

Die Verbände werden rechtzeitig eine praktische Anleitung für die Erstellung eines Fortschrittsberichts und für das Messen von Zielen und Maßnahmen geben.

Begriffserklärung

Begriffserklärung

- **LEITFADEN FÜR DIE NACHHALTIGE ORGANISATION VON VERANSTALTUNGEN VON BMU/UBA**

Praktischer Leitfaden des Bundesumweltministeriums sowie des Umweltbundesamtes für die Organisation und Planung von Veranstaltungen. Der Leitfaden enthält Hilfestellungen, um das Thema Nachhaltigkeit zu erkennen. Er bietet Hilfestellung für Zielformulierung und Maßnahmenfindung in alle relevanten Handlungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements für die Veranstaltungsbranche.

- **GLOBAL COMPACT**

Der Global Compact wurde 1999 von UN-Generalsekretär Kofi Annan anlässlich des Weltwirtschaftsforums in Davos allen Unternehmensführern und Leitern von Zivilgesellschaften, Regierungen und Organisationen angeboten. Die Internationale Handelskammer, ICC und Kofi Annan vereinbarten in enger Zusammenarbeit einen globalen Pakt der Vereinten Nationen, um die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Die Teilnahme am Global Compact wird durch einen kurzen Brief an den UN-Generalsekretär erklärt. Der Brief enthält den Willen des Unternehmensführers, sich darum zu bemühen, in Zukunft bestimmte soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten. Die Grundsätze des Global Compact sind in zehn Prinzipien gefasst. Von den Mitgliedern des Global Compact wird erwartet, dass sie sich mit ihren Anspruchsgruppen in einem jährlichen Fortschrittsbericht – Communication of Progress, CoP – austauschen. Der Austausch findet durch Offenlegung statt, d. h. durch Veröffentlichung einer einfachen Berichtsform, die den Anspruchsgruppen frei zugänglich ist. Mehr als 2000 Unternehmen aus 80 Ländern haben sich dem globalen Pakt angeschlossen. Global Compact ist die weltweit größte Corporate Citizenship Initiative.

- **GHG**

Die Greenhouse-Gas-Protocol Corporate Standards (GHG-Protocol) sind ein praktischer Leitfaden für Unternehmen. Die Kategorien des GHG-Protocol haben eine hohe Bedeutung für das Carbon Accounting im Unternehmenskontext gewonnen. Das GHG-Protocol definiert die Grundprinzipien der Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz,

Transparenz und Genauigkeit. Es definiert Regeln zur organisationalen Abgrenzung einer Treibhausgasbilanz und zur operativen Abgrenzung.

- **GRI**

Global Reporting Initiative ist eine netzwerkbasierte Organisation, die einen weltweit eingesetzten Standard der Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt hat. Der Standard gilt als anspruchsvolle Qualitäts-Referenz und wird weltweit von über 3000 meist größeren Unternehmen eingesetzt. Vgl. auch: GRI Sustainable Reporting Guidelines & Event Organizers Sector Supplement. In Vorbereitung auf die Olympischen Spiele London 2012 entstand eine spezielle Reporting-Richtlinie für den Eventsektor.

- **ISO 26000**

Der Leitfaden gibt Orientierung und Empfehlungen, wie sich Organisationen jeglicher Art verhalten sollten, damit sie als gesellschaftlich verantwortlich angesehen werden können. Der Leitfaden wurde im November 2010 veröffentlicht und seine Anwendung ist freiwillig. In Deutschland ist diese Norm als DIN ISO 26000 mit Ausgabedatum Januar 2011 veröffentlicht.

- **LEISTUNGSINDIKATOREN (KPI)**

Quantifizierte Kennziffern, die eine Vergleichbarkeit von verwendeten Messgrößen in Bezug auf die Erfüllung von Kodexkriterien vereinfachen. KPI's dienen dazu, Ergebnisse zu vergleichen und/oder zusammenzufassen. Als Quelle wichtiger Nachhaltigkeitsindikatoren gelten beispielsweise die Global Reporting Initiative, GRI | European Federation of Financial Analysts Societies, EFFAS | Global Compact | Deutscher Nachhaltigkeitskodex, DNK |

- **MASSNAHMEN**

Die Darstellung von praktischen Maßnahmen, die als Schritt ergriffen wurden, um der Erfüllung des Nachhaltigkeitskodex nachzukommen. Maßnahmen zeigen auf, was konkret und tatsächlich getan wird, um einen Beitrag in einem Handlungsfeld zu leisten. Der Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen des BMU/

Quellen

UBA zeigt wesentliche Maßnahmen für alle Handlungsfelder auf und empfiehlt weitere Maßnahmen, die mit Handlungsanleitungen verbunden sind.

- **MINDESTSTANDARDS**

Gültigkeit für die mindestens einzuhaltenden Standards. Mindeststandards haben eine hohe Verbindlichkeit hinsichtlich der Berichterstattung, Bewertung und Prüfung. Erforderlich ist eine Übereinkunft der beteiligten Gruppen.

- **NACHHALTIGKEITSSTANDARDS**

Standards für Nachhaltigkeit zu verwenden macht Prozesse, Maßnahmen und Ergebnisse transparent, es hilft der Dokumentation und dem Vergleich. Da es einen einheitlichen Nachhaltigkeitsstandard nicht gibt, besteht die Möglichkeit, sich auf bestehende und anerkannte Standards zu beziehen, sofern diese für die eigene Arbeit bereits angewendet werden. Beispiele geeigneter Standards sind die zum Stichwort Leistungsindikatoren genannten Standards GRI, EFFAS, Global Compact, DNK oder auch der BS 8901 zur ISO 20121. Die 2007 vom British Standards Institute (BSI) herausgegebene Norm umfasst ökonomische, ökologische und soziale Aspekte im Sinne der Nachhaltigkeit der gesamten Wertschöpfungskette einer Veranstaltung. Er wurde als Nachhaltigkeitsstandard für die Olympischen Spiele 2012 in London entwickelt.

- **OFFENLEGUNG**

Der Austausch von relevanten Informationen zur Erfüllung des Nachhaltigkeitskodex mit den Interessensgruppen des Unternehmens ist ein wesentlicher Aspekt von Nachhaltigkeit. Der Austausch findet durch Offenlegung von Informationen statt, d. h. durch Veröffentlichung in einfacher Berichtsform, z. B. im Internet.

- **SELBSTVERPFLICHTUNG**

a) im Rahmen dieses Nachhaltigkeitskodex

Die freiwillig und selbst auferlegte Verpflichtung, die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens entsprechend der Leitsätze des Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungsbranche sozialer und ökologischer zu gestalten.

b) im Rahmen spezifischer Engagements

Die freiwillig und selbst auferlegte Verpflichtung, die in einer eigenen Erklärung mit Bezug oder Verweis auf einen geltenden Standard besagt, dass dieser spezifische Standard für das erklärende Unternehmen gilt. Beispiel ist die eine Verpflichtung zum Schutz der Menschenrechte

et durch einen Verweis auf einen internationalen Standard wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte.

- **TRANSPARENCY INTERNATIONAL**

Transparency International Deutschland e.V. arbeitet gemeinnützig und ist politisch unabhängig und setzt sich für eine Bekämpfung und Eindämmung der Korruption ein. Transparency Grundprinzipien sind Integrität, Verantwortlichkeit, Transparenz und Partizipation der Zivilgesellschaft. Die Organisation will das öffentliche Bewusstsein über die schädlichen Folgen der Korruption schärfen und Integritätssysteme stärken.

- **UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG**

Verantwortung heißt für die Unternehmen der Veranstaltungsbranche, bereit und fähig zu sein, Antworten auf Fragen unternehmerischen Handelns zu geben und für die Folgen eigenen Handelns einzustehen.

- **VERANTWORTUNGSBEREICH**

Besonders relevant für die Veranstaltungsbranche ist die Reichweite der Verantwortung z. B. für Ressourcenverbrauch und Emissionen, wenn diese nicht im direkten Einflussbereich des Unternehmens liegen. In Anlehnung an das Greenhouse Gas Protocol wird von den teilnehmenden Unternehmen erwartet, dass sie die Verantwortung je nach Einflussbereich übernehmen.

Beispiel für Ressourcenverbrauch und Emissionen:

Scope 1 umfasst direkt selbst, im eigenen Handlungsbereich erzeugten Ressourcenverbrauch und Emissionen.

Scope 2 umfasst den erzeugten Ressourcenverbrauch und Emissionen aufgrund der Durchführung von Veranstaltungen durch die Kunden.

Scope 3 umfasst den Ressourcenverbrauch und Emissionen aus Dienstleistungen und Vorleistungen Dritter.

Quellen & Impressum

Weitergehende Quellen

- **LEITFADEN** für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen – BMU/UBA PDF Download eines Praxisratgebers mit Vorschlägen und Beispielen für die Veranstaltungsbranche
<http://www.umweltbundesamt.de/uba-info-medien/4059.html>
- **DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX:** Standard für Transparenz über Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen.
<http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/>
- **GLOBAL COMPACT**
Dokumente und Leitfaden für den Globalen Pakt (Global Compact) sowie Informationen zur Verständnishilfe
<http://www.unglobalcompact.org/languages/german/index.html>
- **GRI GLOBAL REPORTING INITIATIVE**
Weltweiter Standard der Nachhaltigkeitsberichterstattung
<https://www.globalreporting.org>
- **GRI SUSTAINABLE REPORTING GUIDELINES & EVENT ORGANIZERS SECTOR SUPPLEMENT**
<https://www.globalreporting.org/reporting/sector-guidance/event-organizers/Pages/development-of-the-event-organizers-supplement.aspx>
- **ISO 26000**
Leitfaden für die Erfüllung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen
<http://www.normapme.eu/en/page/527/iso-26000-normapme-user-guide-for-european-sm>

Herausgeber

GCB GERMAN CONVENTION BUREAU E. V.

Kaiserstraße 53
60329 Frankfurt am Main
Deutschland

Telefon : +49 (0)69 242930-0
Telefax : +49 (0)69 242930-26

EVVC EUROPÄISCHER VERBAND DER VERANSTALTUNGS-CENTREN E. V.

Eschersheimer Landstraße 23
60322 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0) 69 / 915096980
Telefax: +49 (0) 69 / 915096989
E-Mail: info@evvc.org
www.evvc.org
Deutschland / Germany

Verantwortliche für den Inhalt:
Matthias Schultze, Vorstand GCB
Joachim König, Präsident EVVC

Konzeption und Redaktion:
Deep White GmbH, Bonn

Gestaltung:
www.blaueQuelle.de, Göttingen

April 2014





fairpflichtet

Leitsätze, praktische Hinweise, weiterführende Links
und vieles mehr finden Sie unter

www.fairpflichtet.de

Eine Initiative von

GCB
Meetings made in Germany
■ ■ ■ German Convention Service

EVVC 
Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.