



Leitfaden für die Erstellung des **Fortschrittsberichtes**

„**Dauerhaft ist eine Entwicklung**, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. [...] Im Wesentlichen ist dauerhafte Entwicklung ein Wandlungsprozess, in dem die Nutzung von Ressourcen, das Ziel von Investitionen, die Richtung technologischer Entwicklung und institutioneller Wandel miteinander harmonieren und das derzeitige und künftige Potenzial vergrößern, menschliche Bedürfnisse und Wünsche zu erfüllen.“

World Commission on Environment and Development, 1987

Verantwortung übernehmen

Nachhaltigkeit soll die Folgen des eigenen Handelns für die Zukunft berücksichtigen. Der Nachhaltigkeitskodex für die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen benennt dafür die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft/Soziales. Diese Bereiche haben in der Gesamtbetrachtung erhebliche Bedeutung für das Unternehmen und für die Bezugsgruppen des Unternehmens. Die Verbände der Veranstaltungsbranche das GCB German Convention Bureau e. V. und der EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. und ihre Mitglieder sehen wachsende marktwirtschaftliche Bedeutung für das Thema Nachhaltigkeit. Der Anspruch und die Nachfrage bei den Kunden der Anbieter der Veranstaltungswirtschaft wachsen. Die Positionierung für „Green Meetings“ ist eine Chance im internationalen Wettbewerb um zukunftsfähige Veranstaltungsformate.

Um die Rahmenbedingungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Veranstaltungsbranche in Einklang mit den Anforderungen der Nachhaltigkeit zu bringen, haben die Verbände GCB und EVVC den Nachhaltigkeitskodex *fairpflichtet* im Dialog mit ihren Mitgliedsunternehmen entwickelt und 2012 als freiwillige Selbstverpflichtung zur nachhaltigen Wirtschaftsweise verabschiedet. Der Kodex beschreibt die Anforderungen für nachhaltiges Wirtschaften in der Veranstaltungsbranche und ist damit ein Referenzrahmen für die beteiligten Unternehmen.

Über 100 Unternehmen mit rund 350 Betriebsstätten haben im ersten Jahr die Unterstützungserklärung des Nachhaltigkeitskodex unterzeichnet und haben sich damit zur Selbstverpflichtung für nachhaltiges Wirtschaften in der Veranstaltungsbranche bekannt. Diese Unternehmen setzen die zehn Leitlinien des Nachhaltigkeitskodex in die Praxis um.

Der Nachhaltigkeitskodex ist ein Standard für transparentes Nachhaltigkeitsmanagement in der Veranstaltungsbranche im deutschsprachigen Raum. Die Anwendung des Nachhaltigkeitskodex ist freiwillig und eigenverantwortlich. Unternehmen, die eine Unterstützungserklärung abgegeben haben, übernehmen Verantwortung für die Nachhaltigkeit ihres Unternehmens.

Die Verbände GCB/EVVC begleiten die mitmachenden Unternehmen bei der Einführung des Nachhaltigkeitskodex im Unternehmen und bei der Erstellung des regelmäßigen Fortschrittsberichtes.

Sichtbarkeit als Ziel

Ein Jahr nach Abgabe der Unterstützungserklärung wird von den teilnehmenden Unternehmen der Veranstaltungsbranche erwartet, dass sie die praktischen Schritte der konkreten Maßnahmen gemäß dem *fairpflichtet* Leitfaden aufzeigen und den Fortschritt der Umsetzung öffentlich darstellen. Der Anspruch in der Praxis besteht darin, ein Management-System zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen darzustellen – mit Zielen, Entwicklungsschritten, Maßnahmen und (ersten) Ergebnissen. Der Fortschrittsbericht ermöglicht die Vergleichbarkeit der Unternehmen, die den Nachhaltigkeitskodex anwenden.

Als Beitrag zur Vereinfachung und mit dem Ziel der Vergleichbarkeit bietet dieser Leitfaden eine Tabellenvorlage zur Erstellung des Fortschrittsberichtes an. Er soll den Unternehmen im ersten Jahr nach der Unterstützungserklärung auch Hilfe und Orientierung bei der Implementierung auf dem Weg zu einer Nachhaltigkeitsstrategie geben. Die wenigsten Unternehmen werden nach dem ersten Berichtszeitraum ein vollständig eingeführtes System vorzeigen, das alle Handlungsfelder bereits vollständig abdeckt. Die Unterstützungserklärung zum Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungsbranche ist häufig der Anfang auf dem Weg zu einem nachhaltigen Managementsystem. Auf diesem Weg werden die Verbände die Mitgliedsunternehmen begleiten.

Mit der Offenlegung machen die Unternehmen ihre Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften sichtbar und sie erfüllen die Erwartung der Transparenz, die mit dem Nachhaltigkeitskodex verbunden ist.

Nachhaltig besser sein

Die Entwicklung von Branchenlösungen soll durch einen Austausch unter den teilnehmenden Unternehmen gefördert werden. Denn nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungsbranche ist möglich, wenn neue Denkweisen sich zum Besseren durchsetzen.

Transparenz und Austausch sollen dazu beitragen, eine Vergleichbarkeit bei den Unternehmen der Branche zu erreichen und die Veranstaltungsbranche im Marktvergleich mit anderen Branchen zu positionieren.

Verantwortung umsetzen – ein Überblick

Die mit dem Leitfaden angebotene Vorlage ist keine Pflichtform, es können auch eigene Vorlagen verwendet werden. Im ersten Jahr wird es darauf ankommen, die wesentlichen Maßnahmen der ersten Schritte darzustellen und offen zu legen. Der fertige Fortschrittsbericht muss daher auf der Website des Unternehmens veröffentlicht und zum Download angeboten werden. Er kann auch zusätzlich auf andere Weise angeboten werden, z.B. integriert im Geschäftsbericht oder im Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens.

Mit der Unterstützungserklärung zum Nachhaltigkeitskodex wurde die freiwillige Selbstverpflichtung zur Einführung und kontinuierlichen Umsetzung eines Nachhaltigkeitsmanagements nach den Richtlinien des Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche gegeben. Die Leitlinien sind das Ergebnis eines konsensorientierten Dialogprozesses der Veranstaltungsbranche. Sie zeigen den Branchenstandard, der von den teilnehmenden Unternehmen erreicht werden sollte. Die einzelnen Schritte, die Schwerpunkte und der Zeitplan bis dieser Standard erreicht ist, werden von jedem Unternehmen individuell festgelegt. Jedes Unternehmen braucht also einen eigenen Plan.

Der **ERSTE SCHRITT** auf dem Weg von der Unterstützungserklärung zum Fortschrittsbericht ist die Ermittlung der derzeitigen unternehmerischen Leistung zur Nachhaltigkeit und der Vergleich mit den Ansprüchen des Branchenstandards. Das Unternehmen legt fest, was es mit der Umsetzung des Nachhaltigkeitskodex erreichen will, welche Grundsätze für eine spezifische Nachhaltigkeitsstrategie für das Unternehmen gelten sollen und entscheidet über Programme für die einzelnen Handlungsfelder, die der Kodex beschreibt.

Der **ZWEITE SCHRITT** ist die konkrete Festlegung auf Maßnahmen in den Handlungsfeldern, die der Nachhaltigkeitskodex mit den Leitsätzen aufzeigt. Legen Sie fest, anhand welcher Indikatoren die (Teil-) Ergebnisse bis zur Erfüllung dargestellt werden. Indikatoren sind Leistungsangaben oder -daten, die im Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens erbracht worden sind. Ausführliche Beschreibungen von Vorhaben oder Zuständen sind als Indikatoren nicht geeignet. Das Unternehmen setzt die Indikatoren zum sachlichen Maßstab für nachhaltige Ergebnisse. Es sollten Indikatoren festgelegt werden, die einfach zu ermitteln sind und die verständlich sind. Nicht alle Handlungsfelder müssen mit dem Maßnahmenprogramm auf einmal angegangen werden. Es sollten Schwerpunkte gesetzt werden für wesentliche Handlungsfelder und Maßnahmen. Das Programm sollte priorisiert werden, um so in einen Zeitplan übertragen zu werden. Indikatoren können beispielsweise sein: Verbrauchszahlen (Energie, Wasser, Abfall etc.), Anzahl Lieferanten, die eine nachhaltige Alternative anbieten, Anzahl an Auszeichnungen für nachhaltiges Engagement (z.B. Meeting Experts Green Award) usw.

Der **Dritte Schritt** ist die Erstellung des Fortschrittsberichtes. Mit der Festlegung auf Handlungsfelder und auf das Maßnahmenprogramm für das erste Jahr können die Themen der Handlungsfelder sowie qualitative Ziele und konkrete Maßnahmen bereits in den Fortschrittsbericht übertragen werden. Der Fortschrittsbericht umfasst die Rechenschaftslegung für den Status nach einem Jahr. Dieser Status wird vor allem mit den Angaben zu den bereits erreichten Ergebnissen der Indikatoren gegeben.

Der **VIerte Schritt** ist die Offenlegung des Fortschrittsberichtes. Mit der Veröffentlichung nach einem Jahr wird die unternehmerische Leistung zur Erfüllung des Nachhaltigkeitskodex dargestellt. Gleichzeitig bestätigt der Berichtersteller durch Offenlegung des Fortschrittsberichtes, dass der Nachhaltigkeitskodex kontinuierlich umgesetzt wird. Der Fortschrittsbericht soll eine angemessene und vor allem übersichtliche Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung auf wenigen Seiten beinhalten. Für weitergehende Informationen werden vom Berichtersteller Verweise auf Veröffentlichungen oder Dokumente angeboten, die veröffentlicht sind oder den Anspruchsgruppen auf Nachfrage zur Verfügung gestellt werden. Damit wird der Dialog mit interessierten Gruppen eröffnet.

Der **Fünfte Schritt** ist für den fortgeschrittenen Berichtersteller. In der Einführungsphase konnten im Wesentlichen qualitative Ziele formuliert werden. Auf der Grundlage einiger Jahre Erfahrung werden im fünften Schritt messbare, quantitative Ziele für die einzelnen Handlungsfelder benannt. Mit dem Erreichen des fünften Schrittes sollten die bisherigen Indikatoren der Fortschrittsberichte noch einmal abgestimmt und ggf. auf messbare Ziele umformuliert werden. Auch hier gilt: Jedes Unternehmen setzt sich sein Ziele selbst. Es wird empfohlen, mittelfristige Ziele festzulegen, die in einem Zeitraum von 3-5 Jahren erreichbar sind.

Die wichtigsten Handlungsfelder in der Veranstaltungsbranche

Unternehmen, die in der Veranstaltungsbranche tätig sind, beschäftigen sich insbesondere mit den Handlungsfeldern, die der Nachhaltigkeitskodex enthält:

Etablierung einer Nachhaltigkeitsstrategie, Nachhaltigkeit als Chance verstehen, gesellschaftliche Verantwortung übernehmen im Sinne des Gemeinwohls, Ökonomie als eine Voraussetzung für nachhaltiges Wirtschaften, ressourcenschonendes Wirtschaften, Bedeutung der Sozialkompetenz für einen „nachhaltigen Arbeitgeber“, Einhaltung der Menschenrechte, Kommunikation und Transparenz sowie Einbeziehung der relevanten Stakeholder (bspw. Lieferanten und Dienstleister, Kunden etc.).

Darüber hinaus gibt es weitere veranstaltungsspezifische Handlungsfelder, die für Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft relevant sein können: Abfallmanagement, Mobilitätsmanagement (sowohl unternehmens- als auch veranstaltungsbezogen), Catering, Auswahl der Location und der Unterbringung.

Weitere Handlungsfelder, die die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens darstellen, können von den Unternehmen ergänzt werden. Grundsätzlich gilt, dass die Auswahl der Themen ausgewogen und angemessen sein sollte.

Einige Regeln für die Anwendung des Fortschrittsberichtes

Die Leitlinien des Nachhaltigkeitskodex sind der gültige Rahmen nach Branchenstandard, innerhalb dessen das mitmachende Unternehmen seine spezifische Nachhaltigkeitsstrategie festlegt. Die Freiwilligkeit der Unterstützungserklärung und die damit proklamierte eigene unternehmerische Verantwortung für die Umsetzung lassen den Unternehmen bewusst den Freiraum, ihre eigenen Ziele und Maßnahmen festzulegen. Sie werden auch abhängig von den praktischen Möglichkeiten des Unternehmens entwickelt; abhängig vom Standort, der Größe, den zur Verfügung stehenden Gebäuden, von der Art der Veranstaltungen u.a. Eine Überprüfung von Dokumenten und Prozessen in den Unternehmen durch Dritte oder eine Zertifizierung der beteiligten Unternehmen findet nicht statt.

Für die Anwendung des Kodex gelten jedoch Regeln, die trotz unterschiedlicher Ziele und Ansprüche der Unternehmen den Vergleich miteinander ermöglichen sollen.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE. Das mitmachende Unternehmen entwickelt Nachhaltigkeit als mittelfristig angelegte, unternehmerische Strategie, die mit den Zielen des Unternehmens verbunden ist. Das Unternehmen stellt seine Nachhaltigkeitsleistung damit in einen größeren Zusammenhang der Unternehmensstrategie, des Managementansatzes und zeigt ihr Nachhaltigkeitsverständnis der Organisation im Rahmen einer strategischen Perspektive. Die Unterstützungserklärung für den Nachhaltigkeitskodex wird nicht für eine kurzfristige Profilierung angesehen.

ORGANISATION ZUR IMPLEMENTIERUNG. Unternehmen organisieren die Umsetzung mit Managementsystemen, die geeignet sind, unternehmerische Zielsetzungen zu erreichen. Dazu gehören die Festlegung von Zuständigkeiten und Kompetenzen im Unternehmen, die Benennung eines verantwortlichen Ansprechpartners, die Verfügung über notwendige Ressourcen für die zielgerichtete Handlung und die Festlegung einer Ablauforganisation für Prozesse und Maßnahmen.

BERICHTSGRENZEN. Das Unternehmen legt fest, für welche Bereiche des Unternehmens der Berichtsinhalt Gültigkeit hat, also welche Gesellschaft, Tochtergesellschaft, Organisationseinheit mit der Nachhaltigkeitsleistung dargestellt wird. Es kann in der Praxis durchaus vorkommen, dass bestimmte Bereiche oder eine Betriebsstätte nicht in die Berichterstattung einbezogen sind. Eine teilnehmende Hotelkette wird aus praktischer Erwägung vielleicht für jede Betriebsstätte einen separaten Fortschrittsbericht erstellen, weil die Zusammenfassung unterschiedlicher Häuser die Aussagekraft für das einzelne Hotel verlieren könnte.

HANDLUNGSFELDER. Die zehn Leitlinien und deren Leitsätze geben den Rahmen der Umsetzung für das Unternehmen an. Das mitmachende Unternehmen legt eine Auswahl der Handlungsfelder und Themen fest, die mittelfristig für das Unternehmen gelten. Die begründete Festlegung von Prioritäten für die Umsetzung ist die Maßgabe für die Aktivitäten der Verantwortlichen.

ZIELSETZUNG. Bei der Definition der zu erreichenden Ziele sollte stets das SMART Modell berücksichtigt werden. Das heißt, Ziele sollten Spezifisch, Messbar, Akzeptiert, Realisierbar und Terminierbar sein. „Bis zum 30. Juni 2014 wollen wir den Anteil nachhaltig organisierter Veranstaltungen in unserem Haus um 10 % steigern.“ Dieses Ziel ist spezifisch, sofern der momentane Anteil nachhaltig organisierter Veranstaltungen bekannt ist, ist es messbar, wenn es gemeinsam mit den Mitarbeitern erarbeitet wurde, ist es akzeptiert. Die 10 %ige Steigerung muss realistisch sein und es ist durch die Angabe eines konkreten Datums terminiert.

OFFENLEGUNG. Wesentliche Maßnahmen und erreichte Ziele zu den zehn Leitsätzen des Nachhaltigkeitskodex werden ein Jahr nach der Abgabe der Unterstützungserklärung mit dem Fortschrittsbericht offengelegt. Die Vorlage wird periodisch 2-jährig wiederholt. Es werden jeweils diejenigen Ergebnisse offen gelegt, die in einem Berichtszeitraum erzielt wurden. Mit der Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes auf der Unternehmens-

Website erfüllt das unterstützende Unternehmen sein Bekenntnis zur Verantwortung für nachhaltige Wirtschaftsweise und bringt die fortsetzende Unterstützung zum Ausdruck.

VERNETZT. Teilnehmende Unternehmen informieren die Initiatoren GCB oder EVVC über die Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes auf ihrer Website und stellen den Fortschrittsbericht sowie einen Link zur Vernetzung mit der Website www.fairpflichtet.de zur Verfügung. Auf der Website von *fairpflichtet* wird eine Liste der Unternehmen geführt, die das Bekenntnis zur Verantwortung auf Grundlage des Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungsbranche abgegeben haben.

Die Liste unter der Rubrik „Fortschrittsbericht“ zeigt den Status des teilnehmenden Unternehmens an. Die Selbstverpflichtung wird angezeigt, indem das Unternehmen in der Liste der Unterstützer geführt wird. Der Status „erfüllt“ ist erreicht, sobald der erste Fortschrittsbericht in der Tabelle sichtbar ist und abgerufen werden kann. Die Anzahl der eingereichten Fortschrittsberichte zeigt den Level des Fortschritts des unterstützenden Unternehmens an.

Die Offenlegungen der Unterstützungserklärung und der periodischen Fortschrittsberichte ist verpflichtende Voraussetzung, um auf der Liste als *fairpflichtet* Unternehmen geführt zu werden.

Unternehmen können nach der Unterstützungserklärung einmalig eine Verlängerung des Zeitraums bis zur ersten Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes erklären.

VERBINDLICHKEIT. Die von den Unternehmen ausgewählten Handlungsfelder und Themen für nachhaltiges Wirtschaften werden mittelfristig über drei bis fünf Jahre verbindlich festgelegt. Die selbst bestimmten Indikatoren legen geeignete Größen fest, die es ermöglichen, über einen längeren Zeitraum vergleichbare Aussagen und Daten zu erfassen. Sie sollen Informationen über die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen/sozialen Leistungen des Unternehmens geeignet dar-

stellen können, d.h. sie sind dann geeignet, wenn sie vergleichbare Größen sind, die

- beschrieben werden als qualifizierte Indikatoren und/oder
- gemessen werden als quantitative Indikatoren.

ZUVERLÄSSIGKEIT. Die Interessensgruppen sollen auf die Richtigkeit der Informationen vertrauen können. Die freiwillige Selbstverpflichtung des Nachhaltigkeitskodex unterliegt einer besonderen Selbstkontrolle, weil auf eine Prüfung und Zertifizierung durch Dritte bewusst verzichtet wird. Alle Angaben im Fortschrittsbericht werden nach den ethischen Grundsätzen der Objektivität und Wahrheit angegeben. Die Rechenschaftslegung im Fortschrittsbericht wird nur mit zuverlässigen Informationen aus verlässlichen Quellen geführt. Die Darstellung von Zielen, Maßnahmen und Ergebnissen zu den aufgeführten Indikatoren sollen durch eine interne Kontrolle und Dokumentation protokolliert sein. Die Protokolle enthalten die Definitionen der angewendeten Indikatoren und Ziele sowie die Ergebnisse des Berichtszeitraums. Die Zusammenstellung von Informationen und Daten zur Nachhaltigkeitsleistung wird ausgewogen und objektiv dargestellt. Einseitige oder irreführende Darstellungen entsprechen nicht den Grundsätzen der lautereren Verhaltensregeln.

TRANSPARENZ. Eine wichtige Voraussetzung für den gesellschaftlichen Dialog stellt die Transparenz über den Beitrag der Unternehmen dar. Im Sinne des Nachhaltigkeitskodex wird die Transparenz zur Pflicht an sich selbst. Das Unternehmen lädt zudem zur Auseinandersetzung mit dem Nachhaltigkeitsmanagement ein. Die Qualität und Auswahl der Informationen soll es Dritten ermöglichen, die Leistung des Unternehmens angemessen und fair zu beurteilen.

Einige Regeln für die Anwendung des Fortschrittsberichtes

KLARHEIT. Die mit diesem Leitfaden angebotene Vorlage für den Fortschrittsbericht soll den Lesern ermöglichen, Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens ohne größeren Aufwand zu finden. Die klar strukturierte Berichtsform sollte durch klare, verständliche Formulierungen unterstützt werden. Alles, was an vertiefenden Informationen angeboten werden kann, wie Dokumente, Grafiken, Tabellen, Berichte etc., wird über die Spalte „Verweise“ angeboten. Der erste Fortschrittsbericht wird noch mit wenigen Verweisen und Zusatzangeboten auskommen. Im Laufe der periodischen Fortschreibungen werden die Verweise dann eher zunehmen.

GENAUIGKEIT. Die Genauigkeit der Angaben sollte bei quantitativen Angaben durch Dokumente der Erfassung der ermittelten Daten hinterlegt sein. Qualitative Angaben erreichen eine Genauigkeit durch die Klarheit der Formulierungen und durch den Bezug auf erreichte Ziel-Zustände und weniger durch Beschreibung von Vorhaben und Maßnahmen.

VERGLEICHBARKEIT. Eine Leistung kann von außenstehenden Personen nur bewertet werden, wenn sie vergleichbar mit anderen Unternehmen ist. Die Vergleichbarkeit wird durch die kontinuierliche Benutzung der gewählten Form des Fortschrittsberichtes gefördert, v.a. wenn die Unternehmen der Veranstaltungsbranche die gleichen Maßstäbe ansetzen und eine vergleichbare Form der Berichterstattung wählen. Erst die Beständigkeit der Anwendung machen Jahresvergleiche möglich.

AKTUALITÄT. Der Zeitraum für Folgeberichte ist auf zwei Jahre angesetzt. Eine regelmäßige Information über den Fortschritt im zeitlichen Verlauf ist beabsichtigt. Umso wichtiger ist es daher, die Informationen, die der Fortschrittsbericht enthält, möglichst zeitnah zur Berichterstattung zu erfassen. Diese Anforderung an die Aktualität ist mittel- bis langfristig einzurichten. Der erste Fortschrittsbericht kann nur die Daten wiedergeben, die im Unternehmen vorhanden sind. Doch die langfristige Planung eines periodischen Fortschrittsberichtes ermöglicht eine Datenerfassung mit Bezug auf den Zeitraum der Berichterstattung.

AUSGEWOGENHEIT. Der Fortschrittsbericht sollte auch negative Aspekte der Nachhaltigkeitsleistung aufgreifen. Die Leistungen sollen sachlich zu erkennen sein und keine positive Verzerrung entstehen lassen.

OFFENHEIT. Nachfragen von Seiten der Interessensgruppen werden mit weitergehenden Informationen und Dokumenten im Dialog beantwortet. Die interessierte Öffentlichkeit soll anhand der Auswahl und der Darstellung der Ziele, Maßnahmen und Indikatoren in der Lage sein, sich ein Bild von den Nachhaltigkeitsleistungen zu machen und Veränderungen über die Jahre nachvollziehen können.



Den Fortschrittsbericht erstellen

Die mit diesem Leitfaden angebotene Vorlage für den Fortschrittsbericht ist auf einen vollständigen Bericht ausgelegt. Es wird empfohlen, den Fortschrittsbericht nach dem vorgelegten Muster zu erstellen. Dabei wird nicht erwartet, dass kleinere und mittelständische Unternehmen den gleichen Umfang an Maßnahmen erfüllen wie große Unternehmen. 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. Andere Unternehmen bauen auf Ergebnisse auf, die schon vor der Unterstützungserklärung begonnen wurden und können so Ergebnisse zu allen zehn Leitlinien und zu allen Leitsätzen abgeben. Der erste Fortschrittsbericht sollte deshalb darauf hinweisen, mit welcher Vorleistung das Unternehmen im ersten Jahr begonnen hat, d.h. er sollte analog eines Status-quo-Berichtes die Ausgangssituation zum Zeitpunkt der Unterzeichnung des Nachhaltigkeitskodex widerspiegeln. Die Leistung des Unternehmens kann so über einen (künftigen) Zeitraum in ihrer Entwicklung dargestellt werden. Dies veranschaulicht, wie sich das Unternehmen den Ansprüchen an die Nachhaltigkeit stellt und dies erleichtert den Anspruchsgruppen, die Leistung des ersten Jahres realistisch einzuschätzen. Entsprechende Angaben werden offen dargelegt und tragen damit insgesamt zur Glaubwürdigkeit des Unternehmens bei.

Der erste Fortschrittsbericht legt diejenigen Ergebnisse vor, die in der Einführungsphase im ersten Jahr erreicht wurden. Orientieren Sie sich an den zehn Leitlinien und den konkretisierenden Leitsätzen und machen Sie zu den zehn Handlungsfeldern der Leitlinien in ihrem ersten Bericht jeweils mindestens eine Aussage zu den Zielen/Maßnahmen und zu den Ergebnissen. Sie können die einzelnen Zeilen unterhalb eines Leitsatzes für den Anfang auch zu einer Zeile zusammenfassen. In künftigen Fortschrittsberichten können die Aussagen entsprechend eines Fortschritts ergänzt werden.

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE

Unternehmen können nicht jeden Aspekt der Nachhaltigkeit in einen Bericht aufnehmen, weil die Bandbreite zu groß wäre. Der Bericht sollte sich auf das Wesentliche der ausgewählten Handlungsbereiche beschränken. Wesentlich ist, was auf mittlere bis lange Sicht aus der Folgenabschätzung unternehmerischen Handelns bedeutende ökonomische, ökologische oder gesellschaftliche bzw. soziale Einflüsse haben kann. Wesentlich ist auch, was aus externer Sicht der Interessensgruppen einen bedeutenden Einfluss auf die Einstellung, das Verhalten bzw. die Entscheidungen der Interessensgruppen haben kann. Das Wesentliche verlangt aktives Management. Die Auswahl sollte daher begründet sein und dokumentiert werden. Denn diese Auswahl ist die Ursache für die spätere Festlegung von Programmen und Aktivitäten; sie sollte nachvollziehbar bleiben.

Spalte ZIELE UND MASSNAHMEN

In dieser Spalte werden das Prinzip bzw. die Grundsätze und die Verfahren beschrieben, die entsprechend der Leitlinie für das Unternehmen gelten. Welche Ziele wurden festgelegt und welche wesentlichen praktischen Maßnahmen wurden zur Umsetzung der Leitlinie im Unternehmen ergriffen? Falls möglich, sollte zwischen Maßnahmen, die im eigenen Einflussbereich des Unternehmens liegen und den Maßnahmen, die im Einflussbereich der Veranstalter bei der Durchführung liegen, unterschieden werden.

Spalte ERGEBNISSE/INDIKATOREN

Um die Wirkung von Ihren Systemen und Maßnahmen darzustellen, wird angegeben, an welchen quantitativen oder qualitativen Indikatoren sich das Unternehmen orientiert. Nennen Sie bitte die Ergebnisse Ihrer Maßnahmen – wie weit wurden die Ziele schon erreicht? Es ist ausreichend, die Messgröße zu definieren, die als Leistungsdaten der Organisation gelten und sie mit Soll-/Ist Angaben darzustellen. Dies können z.B. Input-/

Output-Daten darstellen (Energie, Wasser, Material, Abfall, ...) Wo es möglich ist, sollten die Indikatoren nach Art, Umfang, Menge, Gewicht, Volumen etc. in gebräuchlichen Maßeinheiten dargestellt werden. Hilfreich ist es zudem, einen verhältnismäßigen Anteil zu einer relevanten Bezugsgröße zu wählen, z.B. Angaben je 1.000 Besucher oder Veränderungen zum Vorjahr. Es sollen nur Indikatoren und Ergebnisdaten angegeben werden, die protokolliert und dokumentiert sind.

Spalte VERWEISE

Zunächst wird in dieser letzten Spalte ergänzend angegeben, woran sich das Unternehmen bei der Festlegung von Zielen und Maßnahmen orientiert. Ein Verweis beispielsweise auf den „BMU-Leitfaden für nachhaltige Organisation von Veranstaltungen“ oder auf anerkannte Standards wie Green Globe, Ökoprotif u. a. erspart in der Berichterstattung detaillierte Erläuterungen.

Die letzte Spalte des Fortschrittsberichtes gibt auch Verweise auf anderweitige Quellen, Dokumente und Veröffentlichungen des Unternehmens. Jahresabschlüsse, Projektberichte, Personalberichte etc. enthalten möglicherweise Informationen über genannte Maßnahmen oder Ergebnisse, die Nachhaltigkeitsleistungen mit Details konkretisieren. Mit Informationen anhand Indikatoren als Leistungsmaßstab wird angegeben, welche Ergebnisse erreicht worden sind. Diese Ergebniszahlen erhalten dann z.B. einen Verweis auf Quellen oder Dokumente des Unternehmens. Verweisen Sie auf nur interne Quellen, die Sie bei Nachfrage auch offen legen.

Mit einem Verweis auf externe Quellen können ergänzende Informationen zu den Leistungsindikatoren gegeben werden, die externalisierte Nutzen oder Lasten aufzeigen, z.B. durch den Einbezug nachhaltig gestalteter Leistungen bei der Anreise oder der Unterbringung der Veranstaltungsbesucher.

ERKLÄRUNG BEI NICHTERFÜLLUNG

Der Nachhaltigkeitskodex formuliert „Jeder erste Fortschrittsbericht ist ein guter Anfang.“ Es wird nicht beim ersten Mal der vollständige Bericht erwartet, sondern der Bericht, der offen darlegt, wo das Unternehmen steht. Unternehmen können von Empfehlungen des Leitfadens im Einzelfall abweichen. Da, wo noch keine inhaltlichen Angaben zu Zielen, Indikatoren oder Maßnahmen gemacht werden, verweisen Sie auf Zeitpläne oder Prioritäten. Machen Sie Angaben zu den Gründen, warum bestimmte Themen noch nicht aufgegriffen wurden und wann sie ggf. aufgegriffen werden sollen. Es gilt der Grundsatz „comply or explain“, der besagt, dass Abweichungen von den Empfehlungen offen dargelegt und begründet werden.

Leitfaden für die Erstellung des Fortschrittsberichtes

Beispiele für verschiedene Akteure der Veranstaltungsbranche

Unternehmensart	Thema	Ziele und Maßnahmen	Ergebnisse/Indikatoren	Verweise
Hotel	Eigener Ressourcen- und Energieeinsatz	<p>Im Berichtsjahr wollen wir den Heizmittelverbrauch unseres Hotels um 10 % senken.</p> <p>Maßnahmen, die zur Erreichung des Ziels umgesetzt wurden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschaltfunktion der Heizung bei geöffneten Fenstern/Balkontüren • Witterungsgesteuerte Heizungsanlage • Heizen der Lagerräume nur noch bei Minusgraden • Hinweis Türen/Außentüren im Backoffice-/Lager-/Küchenbereich geschlossen zu halten 	<p>Verbrauch an Heizmittel im Berichtsjahr im Vergleich zum Jahr davor</p> <p>Ggf. Hinweise auf Investitionskosten und erwartete Amortisationszeit</p>	<p>Heizkostenabrechnung</p> <p>Rechnungsbelege von Neuan-schaffungen oder Umbaumaßnahmen</p>
Veranstaltungszentrum	Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen	<p>Im Berichtsjahr wollen wir ein Unternehmensleitbild erstellen, welches auch das Thema Nachhaltigkeit beinhaltet und darauf aufbauend eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln, die in die Unternehmensstrategie eingebunden ist.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In Workshops wurde gemeinsam mit Mitarbeitern aller Abteilungen das Unternehmensleitbild erarbeitet und dann sowohl von der Geschäftsführung als auch von den jeweiligen Verantwortlichen der Abteilungen an die Kollegen kommuniziert • Nachhaltigkeit auf allen Ebenen wurde als Querschnittsaufgabe in die gesamte Unternehmensstrategie implementiert • Betriebsausflug wurde genutzt, um allen Mitarbeitern das Thema Nachhaltigkeit und dessen Bedeutung für das Unternehmen zu verdeutlichen 	<p>Schriftlich verfasstes Unternehmensleitbild</p> <p>Stellenbeschreibung „Nachhaltigkeitsverantwortliche/r“ und Benennung der jeweiligen Person</p>	<p>Unternehmensleitbild</p> <p>Nachhaltigkeitsbericht</p>
Caterer	Leistungen und Services	<p>Im Berichtsjahr wollen wir unseren Anteil an regionalen Produkten um 10 % steigern.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lieferantenaudit zur Erfassung des möglichen Angebots • Ausschreibung in der Region auch über regionale Netzwerke/Verbände, um auch regionale Erzeuger, mit denen wir bisher nicht zusammenarbeiten, zu erreichen • Erstellung kreativer saisonaler Angebote für unsere Kunden (ohne Verzichtcharakter!) • Proaktive Bewerbung dieser Angebote inkl. einer Erläuterung, warum wir diese eingeführt haben 	<p>Anzahl gebuchter saisonaler Angebote</p> <p>Anzahl Lieferanten, die saisonale Produkte in der gewünschten Qualität und Quantität liefern können</p> <p>BSP. FÜR NICHTERFÜLLUNG: Es konnte kein adäquater Lieferant, der unseren hohen Qualitätsansprüchen entspricht, gefunden werden. Wir sind allerdings mit mehreren Anbietern weiterhin in Kontakt, um diese Herausforderung im kommenden Jahr zu meistern, und unseren Kunden dann entsprechende Angebote unterbreiten zu können.</p>	<p>Verträge mit Lieferanten bzw. Kunden.</p> <p>Beispiel eines Angebotes</p> <p>Nachweise über Bewerbung der saisonalen Angebote</p>

Leitfaden für die Erstellung des Fortschrittsberichtes

Beispiele für verschiedene Akteure der Veranstaltungsbranche

Unternehmensart	Thema	Ziele und Maßnahmen	Ergebnisse/Indikatoren	Verweise
Eventagentur	Lieferanten (Druckereien, Technikanbieter, Möbelanbieter, Caterer etc.)	<p>Wir wollen die Anzahl unserer Lieferanten, die nachhaltige Angebote in ihrem Portfolio haben im Berichtsjahr um 5 erhöhen.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Recherche, welche Label und Siegel üblich sind• Nachfrage bei unseren bisherigen Lieferanten, ob sie Produkte in ihrem Portfolio haben, die über diese oder adäquate Siegel verfügen• Round Table-Gespräche mit unseren Lieferanten zum Thema Nachhaltigkeit• Falls das Angebot der bisherigen Lieferanten nicht ausreicht, Recherche von Lieferanten, die über ein entsprechendes Portfolio verfügen• Rahmenverträge mit diesen abschließen	Anzahl an Lieferanten (im Vergleich zum vorherigen Jahr)	<p>Verträge mit Lieferanten</p> <p>Labelguide</p> <p>Protokolle der Round Table-Gespräche</p>
Technikanbieter	Umgang mit externen Mitarbeitern	<p>Beim Einsatz von Dienstleistern, insbesondere von Freelancern, achten wir stets darauf, dass alle geltenden Gesetze und Vorschriften – im Speziellen auch alle Vorschriften rund um das Thema „Scheinselbständigkeit“ – beachtet und eingehalten werden.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Erstellung eines Leitbildes zum Umgang mit externen Mitarbeitern• Gespräche mit unserem bisherigen Personaldienstleister und Vorstellen unseres Leitbildes• Recherche von Alternativen, da diese Gespräche nicht zufriedenstellend verlaufen sind• Auswahl eines geeigneten Personaldienstleisters, der unsere Philosophie vertritt	Wechsel zu einem neuen Personaldienstleister, da dieser unseren Ansprüchen genügt und durch diverse Maßnahmen dafür garantiert, dass alle geltenden Gesetze und Vorschriften eingehalten werden.	<p>Leitbild zum Umgang mit externen Mitarbeitern</p> <p>Gesprächsprotokolle</p> <p>Vertrag mit neuem Personaldienstleister</p>

Kommunikation

... motiviert mitmachen, motiviert

Die unternehmerische Verantwortung des Arbeitgebers und eine eigene Beteiligung an den Aktivitäten, z.B. zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung, gehören zu den Themen, die viele Mitarbeiter zum Mitmachen motivieren. Viele Untersuchungen weisen sogar auf Zusammenhänge hin, dass nachhaltiges Wirtschaften des Arbeitgebers eine positive Wirkung auf Motivation und Leistungsbereitschaft der Arbeitnehmer insgesamt hat. Es lohnt sich also, die Mitarbeiter/innen von vornherein bei der Planung und Einführung des Nachhaltigkeitskodex im Unternehmen zum Mitmachen zu motivieren.

Die Unterzeichnung der Unterstützungserklärung als Selbstverpflichtung des Unternehmens ist die erste Gelegenheit für eine Information an die Mitarbeiter. Begründen Sie das Engagement des Unternehmens und erläutern Sie, welche Schritte in der Umsetzung folgen werden. Gerade in der ersten Zeit, wenn es um die Bestandsaufnahme im Unternehmen geht oder um die Festlegung von Themenfeldern und Aktivitäten, ist eine breite Beteiligung der Mitarbeiter/innen sinnvoll. Alle Informationen sollten von einem Verantwortlichen koordiniert werden, der das Projekt von Beginn an steuert und die Informationen bündelt, die später für den Fortschrittsbericht benötigt werden.

Der oder die Projektverantwortliche hält die Motivation aufrecht, wenn die vorhandenen Möglichkeiten der internen Kommunikation, wie Newsletter, Intranet, Mitarbeiterversammlungen etc. regelmäßig für ein „update“ genutzt werden. Die erfolgreiche Implementierung des Nachhaltigkeitskodex lebt aber erst von hundert Kleinigkeiten. Es hat sich daher hilfreich für den Prozess erwiesen, wenn der Dialog, die Diskussion und Vorschläge zum ‚Programm Mitarbeiterbeteiligung‘ gemacht werden. Intranet, Chats, Blogs ... das Rüstzeug der Social Media bietet eine Reihe von Möglichkeiten, eine Arbeitsgemeinschaft im Unternehmen zu bilden, die sich virtuell und für einen gewissen Zeitraum eigenständig organisiert (gebräuchlicher Begriff: Community of Practice).

Es können zudem auch Betriebsausflüge genutzt werden, um den Mitarbeitern das Thema Nachhaltigkeit näher zu bringen und sie mit Freude an das Thema heranzuführen (bspw. Ausflüge mit Elektro-Fahrrädern oder Ähnliches).

OFFENLEGUNG

Der Fortschrittsbericht ist das Ergebnis einer eigenen Bewertung und sachlichen Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung des teilnehmenden Unternehmens. Der Bericht wird sicherlich viele positive Aspekte des Erreichten enthalten. In Sinne der mehrfach in dieser Leitlinie angesprochenen Offenheit sollte der Fortschrittsbericht aber auch negative Aspekte, z.B. noch nicht erreichte Zielsetzungen enthalten. Das Unternehmen, das sich auf den Weg zur Nachhaltigkeit macht, ist dann besonders glaubwürdig, wenn mit der eigenen Bewertung auch offene Punkte und nicht erreichte Ziele thematisiert werden.

Eine Offenlegung erfolgt gegenüber Interessensgruppen, die eine Beziehung zum Unternehmen haben, wie z.B. Kunden, Personen und Organisationen, die am Unternehmen beteiligt sind, Geschäftspartner, die in Aktivitäten des Unternehmens einbezogen sind oder Besucher von Veranstaltungen. Aber auch Interessensgruppen, die berechnete Erwartungen an das Unternehmen haben – im weitesten Sinne die Öffentlichkeit – gehören zu den Lesern und Nutzern des Fortschrittsberichtes.

Eine übersichtliche und verständliche Form des Fortschrittsberichtes sollte allen Gruppen die Möglichkeit geben, sich einen Überblick über die wesentlichen Nachhaltigkeitsleistungen des Unternehmens zu verschaffen. Voraussetzung ist die einfache Zugänglichkeit des Fortschrittsberichtes über unterschiedliche Kanäle. Mindestens sollte der Fortschrittsbericht als Download über die Website des Unternehmens angeboten werden mit einem Link-Angebot zur Website www.fairpflichtet.de. Hier wird von GCB/EVVC künftig eine fortlaufende

Online-Berichtsliste der beteiligten Unternehmen geführt. Die Unternehmen werden gebeten, den erstellten Fortschrittsbericht an die Initiatoren GCB/EVVC zu senden und einen Link zur eigenen Veröffentlichung zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus kann eine Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes beispielsweise im Rahmen eines Geschäftsberichtes, eines Nachhaltigkeitsberichtes oder eines anderen Unternehmensberichtes erfolgen. Es ist sinnvoll, den Fortschrittsbericht als Ausdruck zu produzieren, um diesen bei Nachfragen per Post, für die Auslage oder Weitergabe bei Veranstaltungen etc. zur Verfügung zu stellen.

OFFEN FÜR DEN DIALOG – UND VORBEREITET

Die Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes auf der Website ist im übertragenen Sinne auch ein Angebot, mit den interessierten Gruppen in den Dialog zu treten. Beziehen Sie die für Ihr Unternehmen wichtigen Bezugsgruppen aktiv in diesen Dialog ein. Über bestehende Newsletter-Verteiler oder über Direct Mails an selektierte Zielgruppen kann der Hinweis zum Download im Internet mit einer Einladung in den Dialog verbunden werden. Wichtig ist dabei ein ‚Ansprechpartner mit Gesicht‘. Also nicht die allgemeine E-Mail-Adresse für Anfragen, sondern der Kontakt zum/zur kompetenten Ansprechpartner/in mit Name und Bild ist gefragt – zu einer Person, die den Dialog professionell aufnimmt. Ggf. sollte der Umgang mit Nachfragen trainiert werden, um einerseits die Anforderungen an Transparenz, Offenlegung und weitergehende Informationen zu erfüllen, andererseits aber auch mit schwierigen Themen oder kritischen Fragen souverän umgehen zu können.

Nachfragen von Interessierten kommen möglicherweise an verschiedenen Stellen des Unternehmens an. Und sicherlich können Informationen und Dokumente in verschiedenen Abteilungen der Organisation, z.B. im Gebäudemanagement, der Personalabteilung oder in der

Buchhaltung, verfügbar sein. Im Sinne einer Klarheit und professionellen Dialogführung ist es aber sinnvoll, die Nachfragen an eine Stelle weiterzuleiten und alle Dokumente der einfacheren Zugänglichkeit wegen auch an dieser einen Stelle zu bündeln.

POSITIONIERUNG ALS „NACHHALTIGER UNTERNEHMER“

Unternehmen, die eine Unterstützungserklärung abgegeben haben, übernehmen Verantwortung für die Ansprüche der künftigen Generationen aus den Folgen unseres Handelns. Sie haben sich nach dem Nachhaltigkeitskodex *fairpflichtet* und machen sich auf den Weg zum nachhaltigen Wirtschaften. Im Wettbewerb von Markt und Meinungen kann diese Positionierung als nachhaltiges Unternehmen einen Beitrag zum Erfolg leisten.

Die Selbstverpflichtung zum Branchenkodex kann als sachliche Information in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens aufgenommen werden. Geben Sie z.B. eine Pressemitteilung heraus, die das Engagement sachlich darstellt, haften Sie ein kurzes Fact Sheet mit den wichtigsten Eckdaten bereit: mit Handlungsfeldern, Zielsetzungen etc. und knüpfen Sie 1 x jährlich mit einer aktualisierten Mitteilung an die Informationen an.

Auch in der Unternehmensdarstellung, in Broschüren, in der Werbung und in der Kundenansprache kann der Hinweis auf das *fairpflichtet* Engagement ein gutes Argument sein. Die Positionierung als nachhaltiges Unternehmen für green meetings bietet also Chancen für die Kommunikation. Inhalte und Gestaltung der Kommunikation sind in jedem Falle angemessen und verhältnismäßig einzusetzen und sollen den ethischen Grundsätzen der Wahrheit und Klarheit entsprechen.

Erläuterungen

zum Fortschrittsbericht

Hier finden Sie Raum für ggf. notwendige Erläuterungen. Halten Sie die Erläuterungen kurz und sachlich wie ein Protokoll.

Pflichtangabe ist ein Kurzprofil des Unternehmens

- Name
- Sitz des Unternehmens
- Begrenzung der Berichtslegung (geografisch, organisatorisch, gesellschaftsrechtlich)
- Verantwortlicher Geschäftsführer
- Unterschrift Geschäftsführung

ZUSÄTZLICHE ANGABEN (FREIWILLIG)

- Kurze Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens
- Reflexion der Erfahrung des letzten Berichtszeitraums
- Einschätzung der Leistung des Unternehmens
- Besondere Vorkommnisse
- Ausblick auf kommende Berichtsperiode
- Hinweis auf Qualitätssysteme und Zertifizierungen, die das Unternehmen erfüllt, sowie eigene Richtlinien
- Definitionen verwendeter Begriffe, wie z.B. der Begriff regional, überregional geografisch
- Kenngrößen, Umsatz, Anzahl Mitarbeiter
- Kennzahlen der Veranstaltungsbranche (Besucherdahlen p.a., Anzahl umgesetzter Projekte, Anteil umgesetzter GreenMeetings, Auslastung etc.)

Herausgeber



fairpflichtet

GCB GERMAN CONVENTION BUREAU E. V.

Kaiserstr. 53
60329 Frankfurt am Main
Telefon : +49 (0) 69 / 242930 - 0
Telefax : +49 (0) 69 / 242930 - 26
E-Mail: info@gcb.de
www.gcb.de

EVVC EUROPÄISCHER VERBAND DER VERANSTALTUNGS-CENTREN E. V.

Eschersheimer Landstraße 23
60322 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0) 69 / 91509698 - 0
Telefax: +49 (0) 69 / 91509698 - 9
E-Mail: info@evvc.org
www.evvc.org

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

Konzeption und Redaktion:
Deep White GmbH, Bonn

Gestaltung:
www.blaueQuelle.de, Göttingen

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

www.fairpflichtet.de

Juli 2013

GCB
Meetings made in Germany
German Convention Bureau

EVVC
Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.