

## Fortschrittsbericht zu den zehn Leitlinien und Leitsätzen 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.

| Thema  | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren  | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise   |
|--|---|--|---|--|
| Strategische Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen | <p>Im Berichtsjahr führen wir in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft und Recht das Kriterien- und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit (KIM) ein und erstellen und veröffentlichen darauf aufbauend die Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Erhebung der für das Modell notwendigen Kennzahlen in den Bereichen Ökonomie, Soziales, Governance und Ökologie</li> <li>Durchführung der Mitarbeiterbefragung für KIM</li> <li>Maßnahmenableitung für die durch KIM identifizierten Handlungsfeldern</li> <li>Erhebung der Indikatoren für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex und erstellen der notwendigen Texte.</li> </ul> | <p>Die KIM-Kennzahlen wurden erhoben und die Mitarbeiterbefragung durchgeführt.</p> <p>Abgeleitete Maßnahmen:</p> <p>Mitarbeiterinformation über das Neuerungen im Bereich Umweltmanagement</p> <p>Einführung eines internen Vorschlagswesens</p> <p>Die Entsprechenserklärung zum DNK wurde erstellt und veröffentlicht</p> |   | <p><a href="#">Entsprechenserklärung zum DNK</a></p> <p><a href="#">Informationen über KIM</a></p> |

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

| Thema                               | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung   | Verweise       |
|-------------------------------------|--|-------------------------|---|----------------|
| Nachhaltige Produkte und Leistungen | <p>Wir wollen kontinuierlich CO2-Emmissionen senken und dies durch entsprechende Produkte in unserem Portfolio ermöglichen.</p> <p>Produkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CO2-Kompensation der Veranstaltung</li> <li>DB Veranstaltungsticket</li> </ul> | [ ]                     | <p>Hier haben wir versucht, durch das Angebot der CO2-Kompensation von Veranstaltungen sowie mit speziellen Veranstaltungstickets der Deutschen Bahn Anreize für eine umweltverträgliche Durchführung von Veranstaltungen zu schaffen. Aufgrund mangelnder Nachfrage denken wir derzeit darüber nach, dieses Angebot aus unserem Portfolio wieder zu entfernen.</p> | EMAS-Erklärung |

### 3. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

| Thema                 | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren   | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung   | Verweise                                |
|-----------------------|--|---|---|---|
| Regionale Lieferanten | <p>Wir wollen im Berichtsjahr konsequent unsere Richtlinie für nachhaltige Beschaffung umsetzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir prüfen bei jedem Beschaffungsvorgang die Nachhaltigkeit des Lieferanten anhand des von uns definierten Nachhaltigkeitsfragebogens für Lieferanten.</li> <li>Bei der Beschaffung berücksichtigen wir neben ökonomischen Kriterien auch ökologische und soziale Parameter. Produkte und Leistungen lokaler und regionaler Lieferanten werden bevorzugt.</li> </ul> | Anwendung des Nachhaltigkeitsfragebogens bei jedem Beschaffungsvorgang. | Da wir als kleines Unternehmen nur sehr eingeschränkte Kapazitäten zur Überprüfung unserer Lieferanten besitzen und keinen großen Druck aufbauen können, versuchen wir dennoch bestmöglich die Einhaltung der Menschenrechte in unserer Zulieferkette sicherzustellen und die regionale Wirtschaft durch die Auswahl regionaler und lokaler Lieferanten zu fördern. | <a href="#">Nachhaltige Beschaffung</a> |

4. ÖKONOMIE in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

| Thema                | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren   | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise   |   |
|----------------------|---|---|---|--|---|
| Innovationsfähigkeit | <p>Unser Ziel in diesem Bereich besteht darin, unsere Produkte jedes Jahr kontinuierlich weiterzuentwickeln und Produktinnovationen an den Markt zu bringen.</p> <p>Steigerung der Innovationsfähigkeit des Unternehmens durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kontinuierliche Marktbeobachtungen und -analysen</li> <li>Systematische Kundenbefragung</li> </ul> | <p>Anzahl der Innovationen (Verbesserungs- und Erneuerungsinnovationen)</p> <p>2013: 28<br/>2014: 56</p> <p>Anzahl durchgeführter Kundenbefragungen:</p> <p>2013: 187<br/>2014: 196</p> |   | Kriterien und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit | + |

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

| Thema            | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren  | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise  |
|------------------|---|--|---|---|
| Umweltmanagement | <p>Seit 2012 sind die Besonderen Orte EMAS-zertifiziert. Damit verpflichten wir uns zur ständigen Verbesserung unserer Umweltleistung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Erfassung der von EMAS vorgeschriebenen KPI: Materialverbrauch, Wasser, Energie, CO2-Emissionen, Biodiversität, Abfallaufkommen</li> <li>Entwicklung von Maßnahmen und Konzepten um die Energieeffizienz unserer Veranstaltungsllocations zu optimieren, Beispiele für Baumaßnahmen in den Locations: Installation von Umwelttechnik in den Locations: 2x PV-Anlage, 2x Gründach, 4x BHKW, Umrüstung Heizung von Öl auf Gas.</li> <li>Seit 2002 ausschließlich Bezug von Ökostrom.</li> </ul> | <p>Materialverbrauch:<br/>2013: 1,05 t<br/>2014: 1,19 t</p> <p>Wärmeenergieverbrauch:<br/>2013: 337.349 kWh<br/>2014: 309.107 kWh</p> <p>Stromverbrauch:<br/>2013: 126.864 kWh<br/>2014: 110.946 kWh</p> <p>Wasserverbrauch:<br/>2013: 1.143 m3<br/>2014: 1.145 m3</p> <p>CO2-Emissionen:<br/>2013: 113.010 kgCO2-Eq.<br/>2014: 89.575 kgCO2-Eq.</p> <p>Flächenverbrauch:<br/>2013: 3.150 m2<br/>2014: 3.492 m2</p> <p>Abfallaufkommen<br/>2013: 29,57 t<br/>2014: 27,37 t</p> | <p>  </p>   | <p>Kriterien und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit</p> |

6. Verantwortlicher Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

| Thema   | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren   | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise                 |
|---|---|---|---|--------------------------|
| Mitarbeiterqualifikation,<br>Mitarbeiterpartizipation | <p>Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolges. Ihr engagierter Einsatz und ihre Fachkompetenz tragen wesentlich zu unserem Unternehmenserfolg bei. Deshalb fördern wir unsere Mitarbeiter kontinuierlich durch entsprechende Qualifikationsmaßnahmen und beziehen sie aktiv bei Entscheidungen ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jährliche Aktualisierung der Qualifikationsmatrix und Identifizierung des Schulungsbedarfs der Mitarbeiter sowie Organisation entsprechender Weiterbildungen</li> <li>Konkrete Ansprache von Weiterbildungsinteresse in den Mitarbeitergesprächen</li> </ul> | <p>Weiterbildungstage pro Jahr 2014: 2,5 Tage pro Mitarbeiter pro Jahr</p> <p>(Die Kennzahl wurde erstmals im Jahr 2014 erhoben, sodass noch kein Vergleichswert existiert)</p> |   | <a href="#">Leitbild</a> |

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.

| Thema  | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren  | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise   |
|--|--|--|---|--|
| Respektvolles, motivierendes Betriebsklima / Antidiskriminierung | <p>In unserem Leitbild bekennen wir uns klar zu einem respektvollen Umgang unternehmens-intern wie extern. Dazu gehört die Ablehnung jeglicher Form von Diskriminierung sowie die Förderung eines offenen wertschätzenden Kommunikationsklimas und das Selbstverständnis als Team zusammen zu arbeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jeder Mitarbeiter muss vor Antritt der Beschäftigung das Unternehmensleitbild anerkennen.</li> <li>Im Rahmen von Teamevents werden der Zusammenhalt der Mitarbeiter sowie der respektvolle Umgang untereinander gefördert.</li> </ul> | <p>Beschwerden wg. Diskriminierung<br/>2013: 0, 2014:0</p> <p>Verhältnis Arbeitsplätze Frauen und Männer<br/>2013: 55%<br/>2014: 57%</p> <p>Verhältnis Arbeitsplätze Frauen und Männer in Führungspositionen<br/>2013: 43%<br/>2014: 43%</p> |   | <p><a href="#">Leitbild</a></p> <p>Kriterien- und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit</p> |

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

| Thema                                 | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren | Erklärung bei<br>Nichterfüllung/ Zeitpunkt<br>der Umsetzung | Verweise   |
|---------------------------------------|---|-------------------------|---|--|
| Nachhaltigkeitsbericht-<br>erstattung | <p>Wir berichten offen, transparent und kontinuierlich über unsere Leistung im Bereich Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung des Kriterien und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit</li> <li>• Jährliche Veröffentlichung der EMAS-Umwelterklärung</li> <li>• Jährliche Veröffentlichung des Fortschrittsberichtes zu „fairpflichtet“</li> <li>• Beitritt zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (Berichtsjahr 2014)</li> </ul> | [ ]                     | [ ]   | <p>EMAS-Erklärung</p> <p><a href="#">Entsprechens-<br/>erklärung zum DNK</a></p> <p>fairpflichtet-<br/>Fortschrittsbericht</p> |



9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

| Thema  | Ziele & Maßnahmen   | Ergebnisse/ Indikatoren  | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung  | Verweise   |   |
|--|---|--|--|--|---|
| Das Unternehmen als Botschafter der Nachhaltigkeit | <p>Die nachhaltige Ausrichtung unseres Unternehmens ist ein Grundbestandteil unseres Unternehmensleitbildes.</p> <p>Wir sehen es als unseren gesellschaftlichen Auftrag Stakeholder für nachhaltiges Wirtschaften zu sensibilisieren.</p> <p>Dies tun wir u.a. durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitgliedschaften in Branchenverbänden</li> <li>• Durchführung von Schülerpraktika</li> <li>• Darstellung von Nachhaltigkeitsthemen in externen Newslettern</li> <li>• Kontinuierliche Berichterstattung über unsere Nachhaltigkeitsleistung</li> </ul> | <p>Mitgliedschaft in Branchenverbänden:<br/>2013: 3<br/>2014: 2</p> <p>Durchführung von Schülerpraktika:<br/>2013: 3<br/>2014: 2</p> | Wir werben aktiv an Schulen für eine Ausbildung oder ein Praktikum in unserem Unternehmen. Die Zahl der durchgeführten Praktika hängt wesentlich vom Interesse der Schüler ab. | <p><a href="#">Leitbild</a></p> <p>Kriterien- und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit</p> | + |

10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

| Thema                    | Ziele & Maßnahmen  | Ergebnisse/ Indikatoren   | Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung | Verweise  |
|--------------------------|--|---|---|---|
| Mitarbeiterpartizipation | <p>Generell sollen wir unsere Mitarbeiter die Entscheidungsfindung und den kontinuierlichen Verbesserungsprozess unserer Nachhaltigkeitsleistung einbeziehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung eines Prämien basierten internen Vorschlagswesens, um die Partizipation der Mitarbeiter zu steigern</li> </ul> | <p>Anzahl eingebrachter Verbesserungsvorschläge pro MA (2014): 11,3</p> <p>Anzahl umgesetzter Verbesserungsvorschläge pro MA (2014): 3,8</p> <p>(Die Kennzahlen wurden 2014 das erste Mal erhoben, deshalb existieren noch keine Vergleichswerte)</p> |   | <p>Kriterien und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit</p> |

## Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

Das Kriterien und Indikatorenmodell zur Messung von Nachhaltigkeit (KIM) enthält unternehmenssensible Daten, weshalb eine komplette Offenlegung nicht möglich ist. Die aufgeführten Kennzahlen sind auf der Grundlage des Modells erhoben.

| Firmierung                             | Berichtszeitraum        | Datum      |
|--|-------------------------|------------|
| BESONDERE ORTE Berlin Umweltforum GmbH | 01.01.2014 - 31.12.2014 | 07.12.2015 |

| Verantwortliche Person | E-Mailadresse                   | Telefonnummer          |
|------------------------|---------------------------------|------------------------|
| Anke Stopperich        | a.stopperich@besondere-orte.com | +49 (030) 5268021 - 22 |

Leere hinzugefügte Tabellenzeilen löschen