

Nachhaltigkeitsprofil

zu den zehn Leitmotiven der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit
bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen.

Unser **fairpflichtet** Nachhaltigkeitsprofil berücksichtigt die Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen ([SDG Sustainable Development Goals](#)).
Beispielhaft finden Sie für drei SDG's, die für die Veranstaltungsbranche eine besondere Bedeutung haben, die entsprechende Zuordnung der [fairpflichtet Leitlinien](#):



fairpflichtet Leitmotive:
6 • 7



fairpflichtet Leitmotive:
1 • 3 • 4 • 5 • 8 • 9 • 10



fairpflichtet Leitmotive:
1 • 2 • 3 • 4 • 5 • 6 • 8 • 10

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
Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen]	<p>Ziel ist es dabei, die Bedürfnisse der Gegenwart in der Form gerecht zu werden, dass auch künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen können. Die Entwicklung eines Leitbildes der Nachhaltigkeit kann als Antwort auf diesen gesellschaftlichen Sinneswandel begriffen werden. Es setzt voraus, dass Abhängigkeiten zwischen ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Entwicklungszielen anerkannt und vor dem Hintergrund der Grenzen des Ökosystems (ökologische Dimension), der Bedürfnisbefriedigung der Menschen (ökonomische Dimension) und der Gerechtigkeit zwischen sowie innerhalb der Generationen im lokalen wie globalen Kontext (soziale Dimension) betrachtet werden müssen.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die stärkere Vermarktung nachhaltiger Angebote wird auf verschiedenen Kommunikationskanälen realisiert. „Nachhaltigkeit“ wird dabei als strategischer Ansatz verstanden, der über das Themenmarketing hinausgeht. - Stärkung des Vertriebs nachhaltiger Angebote - intensive Zusammenarbeit mit den Bezirken] 	<p>Es kommt uns darauf an an,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Koordination des Nachhaltigkeitsprozesses auf allen Ebenen sicherzustellen, - eine engagiertes Akteursnetzwerk aufzubauen und Möglichkeiten der Kooperation zu eruieren (z.B. Partnerprogramm) - Leistungsträgern Anreize und Möglichkeiten zu einem sukzessiven Einstieg in den Nachhaltigkeitsprozess zu geben, - Transparenz und Vertrauenswürdigkeit sicherzustellen, - die Angebote an die Gäste stetig und auch im Zusammenhang mit „Mainstream-Produkten“ zu kommunizieren] 	[]	<p>https://www.hamburg-tourism.de/das-ist-hamburg/nachhaltigkeit-erleben/</p> <p>https://www.hamburg-convention.com/nachhaltigkeit/</p> <p>https://www.hamburg-tourism.de/fileadmin/redaktion/5_Footer/2_Business_Medien/Marktforschung/Publikationen/Nachhaltigkeitsstrategie_HHT_Aktualisierung_2023.pdf]</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 Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
[Auf Unternehmensebene]	[Entwicklung einer Nachhaltigkeits-Guideline für interne Veranstaltungen]	[Location mit dem Rad, zu Fuß und/oder dem ÖPNV erreichbar - Zusammenarbeit mit regionalen Partnern]	[]	[]

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
[Green Globe Zertifizierung]	[]	[Aktiver Austausch im Netzwerk / Erfahrungsaustausch mit anderen Mitgliedern.]	[]	https://www.greenglobe.com/
[Umweltpartner der Stadt Hamburg]	[]	[Aktiver Austausch im Netzwerk / Erfahrungsaustausch mit anderen Mitgliedern.]	[]	https://www.hamburg.de/umweltpartnerschaft/]
[Ökoprofit Hamburg]	[]	[Aktiver Austausch im Netzwerk / Erfahrungsaustausch mit anderen Mitgliedern.]	[]	https://www.hamburg.de/oekooprofit/]

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 Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
[Auf Unternehmensebene]	[Green Team, um weitere Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit und Umweltschutz einleiten zu können.]	[Standard: Duplex-Druck / s/w-Druck]	[]	[]
[Auf Unternehmensebene]	[Möglichkeit des Fahrrad-Leasings über die DD Deutsche Dienstrad GmbH]	[Energie- und Kostenersparnis für die Mitarbeiter:innen]	[]	[]

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

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
[Büromaterial / -mittel]	[Moderne IT-Infrastruktur mit Fokus auf energiesparende Geräte - Papier sparen Flyer & Broschüren werden nur gedruckt, wenn es unerlässlich ist]	[Realistische Planung von Druckmitteln Alle Drucker automatisch s/w]	[]	[]
[Fahrzeugflotte]	[Abschaffung wenig genutzter Pool-Fahrzeuge Sukzessive Umstellung der Firmenfahrzeuge auf E-Mobilität]	[]	[]	[]
[Müllvermeidung/-trennung]	[Sensibilisierung für verantwortungsvolles Verhalten innerhalb und außerhalb des Büros]	[]	[]	[]
[Vermeiden]	[Möglichst papierloses Büro - Digitale Ablage]	[Rechnungen werden ausschließlich digital verarbeitet]	[]	[]
[Förderung der schadstoffarme Mobilität]	[• Einsatz von Elektro-und Hybridfahrzeugen • Installation einer Schnellladestation (50kW) • Angebot Carsharing • Angebot HVV-Proficard für alle Mitarbeitenden]	[]	[]	[]
[Kompensation]	[Die Emissionen aller Dienstreisen von Mitarbeitenden werden kompensiert.]	[Automatische Emissions-Kalkulation mit jeder Abrechnung]	[]	[]

6. 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 Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
[Personal]	[Weiterbildung der Mitarbeiter:innen für mehr Qualifikationen und Know-How - Teamarbeit hat hohen Stellenwert. - Hohes Maß an Eigenverantwortung.]	[Motivierte und fachkundige Mitarbeiter:innen - Anpassung der Qualifikationen an dynamische Arbeitssituationen - Förderung von Wissenstransfer]	[]	[]
[Mitarbeiter:innen-Incentives für „Feel Good“ Gruppe]	[Hochwertige Kaffeemaschine auf allen Etagen - Bio-Süßigkeiten-Kiste auf jeder Etage]	[Bindung der Mitarbeiter:innen und Schaffung positiver Arbeitsbedingungen]	[]	[]
[Personal]	[Flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit, in Teilen remote zu arbeiten]	[Mitarbeiter:innen-Motivation - Anpassung an sich verändernde Arbeitswelt]	[]	[https://www.hamburg-tourism.de/business-medien/jobs/]

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
[Compliance-Grundsätze]	[Festlegung von Compliance-Standards als ethische und rechtliche Leitlinien im Büroalltag, die für alle Mitarbeiter:innen verbindlich und verpflichtend gelten]	[- Verantwortungsvolles Handeln aller Mitarbeiter:innen - Bildung einer nachhaltigen internen wie externen Vertrauensbasis]	[]	[]

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

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
[Wissenstransfer]	[Regelmäßiger teamübergreifender Wissenstransfer zu verschiedenen Themen mittels „MySession“-Vorträgen]	[leichter Zugang zu wertvollem Wissen innerhalb des Unternehmens/der Teams]	[]	[]
[Intranet & Wiki]	[Wertvolles Wissen wird regelmäßig im Intranet geteilt, damit alle im Unternehmen davon profitieren können]	[- Zeitersparnis durch Teilen von Erfahrungen und Know-How - Sicherstellung einer hohen Service-Qualität]	[]	[]
[Selbstverständnis Nachhaltigkeit bei Hamburg Tourismus GmbH]	[Nachhaltigkeit bedeutet für uns, heute schon an das Morgen zu denken. In Hamburg sollen sich Gäste genauso wohl fühlen wie Einheimische.]	[Kommunikation nachhaltiger Aktivitäten in Hamburg]	[]	[https://www.hamburg-tourism.de/das-ist-hamburg/nachhaltigkeit-erleben/]

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
Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen]	<p>Ziel ist es dabei, die Bedürfnisse der Gegenwart in der Form gerecht zu werden, dass auch künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen können. Die Entwicklung eines Leitbildes der Nachhaltigkeit kann als Antwort auf diesen gesellschaftlichen Sinneswandel begriffen werden. Es setzt voraus, dass Abhängigkeiten zwischen ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Entwicklungszielen anerkannt und vor dem Hintergrund der Grenzen des Ökosystems (ökologische Dimension), der Bedürfnisbefriedigung der Menschen (ökonomische Dimension) und der Gerechtigkeit zwischen sowie innerhalb der Generationen im lokalen wie globalen Kontext (soziale Dimension) betrachtet werden müssen.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die stärkere Vermarktung nachhaltiger Angebote wird auf verschiedenen Kommunikationskanälen realisiert. „Nachhaltigkeit“ wird dabei als strategischer Ansatz verstanden, der über das Themenmarketing hinausgeht. - Stärkung des Vertriebs nachhaltiger Angebote - intensive Zusammenarbeit mit den Bezirken] 	<p>[Es kommt uns darauf an an,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Koordination des Nachhaltigkeitsprozesses auf allen Ebenen sicherzustellen, - eine engagiertes Akteursnetzwerk aufzubauen und Möglichkeiten der Kooperation zu eruieren (z.B. Partnerprogramm) - Leistungsträgern Anreize und Möglichkeiten zu einem sukzessiven Einstieg in den Nachhaltigkeitsprozess zu geben, - Transparenz und Vertrauenswürdigkeit sicherzustellen, - die Angebote an die Gäste stetig und auch im Zusammenhang mit „Mainstream-Produkten“ zu kommunizieren] 	[]	<p>https://www.hamburg-tourism.de/das-ist-hamburg/nachhaltigkeit-erleben/</p> <p>https://www.hamburg-convention.com/nachhaltigkeit/</p> <p>https://www.hamburg-tourism.de/fileadmin/redaktion/5_Footer/2_Business_Medien/Marktforschung/Publikationen/Nachhaltigkeitsstrategie_HHT_Aktualisierung_2023.pdf]</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
[Intern]	[Green Team, Feel Good Gruppe, Austausch mit Geschäftsführern ermöglichen allen Mitarbeiter:innen ihre Gedanken zu äußern und sich einzubringen]	[]	[]	[]
[Intern]	[Nachhaltigkeits-Guideline für interne Veranstaltungen regen zum Überdenken des eigenen Handelns an]	[]	[]	[]
[Intern]	[Anreize zur Nutzung des ÖPNV]	[Zuschuss zum Deutschlandticket]	[]	[]

Erläuterungen zum Nachhaltigkeitsprofil

I

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
[Hamburg Tourismus GmbH Hamburg Convention Bureau Wexstraße 7 20355 Hamburg]	[2023]	[07.07.2023.2023]

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
[Michaela Flint]	[Michaela.flint@hamburg-convention.com]	[040-30051-410]