

# 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 Leitlinien:**  
6 • 7



**fairpflichtet Leitlinien:**  
1 • 3 • 4 • 5 • 8 • 9 • 10



**fairpflichtet Leitlinien:**  
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>Bereits viele Jahre, bevor man sich „fairpflichtet“ hat, wurde vom Management des GZH (als eine der ersten vergleichbaren und ähnlich großen und strukturierten Veranstaltungsstätten Deutschlands überhaupt) eine „Marketing-Konzeption“ (und ein Unternehmens-Leitbild) erstellt.</p> <p>Darin waren seinerzeit ansatzweise bereits die CSR-Aspekte beinhaltet. Heute ist dies fester Bestandteil des Leitbildes. Der EVVC hat dem GZH dafür im Jahr 1999 den ersten europäischen Marketing-Award verliehen.</p> <p>Im Rahmen von Corporate Social Responsibility hat das GZH dann ein Nachhaltigkeits-Leitbild entwickelt, welches wesentlich zum Inhalt hat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ökologische Aspekte</li> <li>2. Ökonomische Aspekte</li> <li>3. Gesellschaftliche (soziale) Aspekte</li> </ol> <p>Diese Nachhaltigkeit ist heute wesentlicher und fixer Bestandteil der Marketing-Konzeption</p>	<p>Schriftlich dokumentierte „Marketing-Konzeption“ sowie Nachhaltigkeits-Leitbild</p>	<p>1996</p> <p>1999</p> <p>2009</p>	<p>Marketing-Konzeption (und Unternehmens-Leitbild)</p> <p>sowie Rubrik „Green GZH“ auf <a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a></p>

	<p>und wird (wie auch die gesamte Konzeption) laufend modifiziert.</p> <p>Das Unternehmens-Leitbild wird laufend modifiziert.</p> <p>Die Unternehmens- und Nachhaltigkeits-Konzeption wird fortlaufend angepasst und weiterentwickelt.</p>		<p>2016</p> <p>2021</p>	<p>Leitbild- und Nachhaltigkeits-Konzeption (zu finden auf <a href="https://gzh.de/green-gzh.html">https://gzh.de/green-gzh.html</a>)</p>
	<p>Benennung einer neuen Nachhaltigkeitsbeauftragten</p> <p>Im Berichtsjahr wollen wir das Unternehmensleitbild weiterentwickeln und das Thema Nachhaltigkeit darin noch stärker einbinden bzw. ausbauen.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Workshops und Brainstorming-Termine in div. Abteilungen des Unternehmens durchführen, um die Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit lebendig zu halten, um good practice-Abläufe, aber auch Verbesserungspotenzial zu identifizieren.</li> <li>- Einbindung aller Abteilungen für Konsolidierung in der gesamten Unternehmensstruktur</li> <li>- Schulung der Mitarbeiter für erfolgreiche Implementierung</li> </ul>	<p>Erfolgt</p> <p>Schriftlich verfasstes Unternehmensleitbild</p> <p>Wiederkehrend thematisiert bei</p>	<p>2020</p> <p>2022</p> <p>2022/2023 fortlaufend</p>	<p>Leitbild- und Nachhaltigkeits-Konzeption (zu finden auf <a href="https://gzh.de/green-gzh.html">https://gzh.de/green-gzh.html</a>)</p>

**GCB**  
Meetings made in Germany  
German Convention Bureau

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
-------	-------------------	-------------------------	---	----------

<p>Nachhaltigkeit als Unternehmensleitbild</p>	<p>Wir sind uns unseres sensiblen und ökologischen Umfelds – das GZH liegt unmittelbar am Ufer des Bodensees – bewusst und handeln danach. Verantwortung zu übernehmen ist für uns selbstverständlich und zeigt sich in unserer täglichen Arbeit – auch vor allem in Bezug auf unsere Umwelt. Dies betrifft nicht nur Themenfelder wie Emissionsschutz oder Energiesparmaßnahmen, sondern auch Auswirkungen im sozialen, gesellschaftspolitischen Bereich. Wir denken und handeln ganzheitlich.</p> <p>Aufgrund „Green Globe“-Zertifizierung Einhaltung diverser Regeln und Reglementierungen.</p> <p>Nachhaltigkeit spielt bei allen Kundengesprächen eine nicht unerhebliche Rolle bezüglich Kostenminimierung durch Energieeffizienz etc. sowie durch Einsatz von fast ausschließlich regionalen Produkten im Bereich der Hallengastronomie/Catering.</p> <p>Wir leben und arbeiten in einer ökologisch einzigartigen Region. Das Kultur- und Kongresszentrum Graf-Zeppelin-Haus Friedrichshafen befindet sich in direkter Ufernähe.</p>	<p>s. Leitbild „Green GZH“ auf <a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a></p>	<p>2009</p> <p>2010 bis 2012</p>	<p><a href="https://gzh.de/green-gzh.html">https://gzh.de/green-gzh.html</a></p>
--	---	---	----------------------------------	--

	Der Bodensee in der Vierländerregion D-A-CH-Lie ist Trinkwasserspeicher für Millionen von Menschen, ist Freizeitparadies für Urlauber aus aller Welt und beliebte Messe-, Tagungs- und Kongressdestination für nationale und internationale Kunden.			
Unternehmerische Dimensionen und Nutzen für das Unternehmen	Nachhaltigkeit als zukunftsfähig und auf lange Sicht angelegte Unternehmensstrategie, bei gleichzeitiger Erschließung neuer Zielgruppen durch sich neu ergebende Chancen.	Hybride Veranstaltungen dauerhaft im Portfolio verankert	2021	<a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a>
Digitalisierter Kunden-Feedbackbogen	<p>Maßnahme: Digitalisierung des Kunden-Feedbackbogens über webbasierte Lösung</p> <p>Ziel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Höhere Usability</li> <li>- Steigerung der Rücklaufquote</li> <li>- Statistische Auswertungen</li> <li>- Verbesserungspotenzial gezielt ermitteln und nutzen</li> </ul>	<p>Statistische Auswertungen</p> <p>Kundenbindung Weiterentwicklung von Formaten Attraktives Arbeitsumfeld</p>	<p>2023</p> <p>Noch offen</p>	



<p>Leistungen und Services für Veranstaltungskunden und -besucher</p>	<p>An- und Abreise, Mobilität a Veranstaltungsort:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationen zu umweltverträglichen Verkehrsmitteln (Fernverkehr, ÖPNV) – Hinweise dazu in den Anreise-Wegbeschreibung</li> <li>- Informationen zu ÖPNV</li> </ul> <p>Infrastruktur vor Ort:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Überdachter Fahrradständer</li> <li>- Beschilderung, wo sich nächste ÖPNV-Haltestellen befinden</li> </ul> <p>Ziel:</p> <p>2024: eigene ÖPNV-Haltestelle (gemeinsame Umsetzung mit ÖPNV-Anbieter)</p> <p>2024: Info-Monitore u.a. mit ÖPNV-Abfahrtszeiten</p> <p>Verkehrsabwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hauseigene Tiefgarage (2021 generalsaniert, energiesparend) mit 422 Stellplätzen, inkl. Ladestationen für Elektro-Fahrzeuge, Behinderten-, Mutter-Kind- und Frauen-Stellplätze</li> </ul> <p>Abfallmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mülltrennung im Bürobereich</li> <li>- Fachgerechte Entsorgung von Sondermüll</li> </ul>	<p>Im Berichtjahr 2022 sollen umgesetzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Umstellung Papierhandtücher auf Recycling-Papier (Blauer Engel); Anfrage bei bisherigem Anbieter und zwei weitere Vergleichsangebote einzuholen</li> </ul>	<p>Seit 2018</p> <p>2022 ÖPNV-Hinweis nicht umgesetzt, Digitalisierung des Beschilderungssystems 10/23 abgeschlossen: ÖPNV-Pläne sollen dort ab 2024 ausgespielt werden</p> <p>2021</p> <p>2022</p> <p>2023: Papierkorbeinsätze aus recyceltem Plastik an</p>	<p>Auf der Homepage: <a href="https://gzh.de/anreise.html">https://gzh.de/anreise.html</a></p> <p>Links zu Fahrplanauskunft DB, ÖPNV etc.)</p> <p>Unterschiedliche Sammelbehälter (Batterien, Akkus, Altmittel, Papier etc.)</p>
---	---	--	---	--

<p>Digitaler Hausrundgang 360°-Tour</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung von Glasflaschen und Mehrwegbechern am Wasserspender (aufbereitetes Leitungswasser) im Büro-/Backstage-Bereich</li> <li>- Doppelseitiger Druck als Standard-Einstellung aller Drucker</li> <li>- Digitale Akten-/Dokumentenablage; „Scannen statt Kopieren“</li> <li>- Umstellung auf elektronische Rechnung</li> </ul> <p>Maßnahme: Erstellen eines digitalen Hausrundgangs, abrufbar über GZH-Homepage</p> <p>Ziel: Reduzierung von Besichtigungsterminen vor Ort; Location-Checks möglich, unabhängig vom Aufenthaltsort des Interessenten (weltweit)</p>	<p>Elektronische Rechnungen: sämtliche Vertragspartner, Zulieferer, Dienstleister etc. informiert</p> <p>Interessenten können sich einen ersten Eindruck vom Haus verschaffen, ohne anreisen zu müssen</p> <p>Co<sup>2</sup>-Einsparungen durch entfallende Reisewege</p>	<p>Einzelarbeitsplätzen nachgerüstet, dadurch noch bessere Trennung von Papier/Restmüll umgesetzt</p> <p>2022</p> <p>2022</p>	<p>Gesonderter E-Mail-Account: <a href="mailto:rechnungseingang@gzh.de">rechnungseingang@gzh.de</a></p> <p><a href="https://tour360.gzh.de/">https://tour360.gzh.de/</a></p>
---	---	---	---	--

### 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
Beratung	<p>In allen Veranstaltungsfragen beraten wir unsere Kunden hinsichtlich nachhaltiger Veranstaltungskonzepte, geben Tipps und vermitteln diese bei Bedarf an diverse Dienstleister.</p> <p>Anhand unserer praktizierten CRS-relevanten Projekte präsentieren wir erfolgreiche Beispiele aus der Praxis</p> <p>Wir sind in der Region Vorreiter und geben bei Bedarf Tipps und Anregungen bezüglich dieses Nachhaltigkeits-Themas.</p>		Seit 2010	

Regionale Wirtschaftspartner	<p>Wir beauftragen vorwiegend Auftragnehmer/Dienstleister wie Handwerker, Zulieferer, VA-Technik-Dienstleister, Personaldienstleister, Druckereien aus der Region etc.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Umstellung der Reinigungsmittel auf regionalen und ökologischen Produzenten: SONETT</p> <p><b>Ziel:</b> Nutzung biologischer Reinigungsmittel für das komplett Veranstaltungshaus</p>	Kurze Wege und Wertschöpfungskette bleibt in der Region	<p>Nicht erfüllbar bei spezialisierten Firmen für Bühnen-/Haustechnik ohne Niederlassungen in der Region</p> <p>2023</p> <p>Mittel nicht in allen Bereichen nutzbar, beispielsweise aufgrund längerer Einwirkzeiten, was im laufenden Veranstaltungsbetrieb nicht immer umsetzbar ist</p>	
Integratives Schulprojekt	<p><b>Maßnahme:</b> In Kooperation mit örtlichem Schulmuseum wurde ein Workshop für Schulkinder angeboten, die gemeinsam mit aus dem ukrainischen Kriegsgebiet geflüchteten Kindern zusammen Insektenhotels gebaut haben</p> <p><b>Ziel:</b> Sensibilisierung für Artenvielfalt Handwerkliches Ausprobieren Integration der geflüchteten Kinder</p>	Die gebauten Insektenhotels wurden in den Blumenbeeten im Eingangsbereich/Vorplatz des GZH installiert	2022	

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
Nachhaltigkeit durch ein harmonisches und zielorientiertes Zusammenspiel der Aspekte ÖKOLOGIE, ÖKONOMIE und SOZIALES	<p>Erhaltung der Wirtschaftlichkeit, der Wettbewerbsfähigkeit und der weiteren Attraktivität eines motivierenden Arbeitsplatzes und Veranstaltungsumfelds.</p> <p>Substanzerhaltung und Sicherung des Arbeitsplatzes.</p> <p>Steigerung der Energieeffizienz</p>			www.gzh.de Green GZH
Stabilität	<p>Wir wollen ein attraktiver und zuverlässiger Arbeitgeber in der Region sein. Unser Ziel ist, Arbeitsplätze zu sichern und zu erhalten. Maßnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entfristung Arbeitsverträge der Stammebelegschaft</li> </ul> <p>Stabilität gewährleisten durch Förderung der nächsten Generation. Maßnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wir sind Ausbildungsbetrieb für Auszubildende zur „Fachkraft für Veranstaltungstechnik“</li> </ul>	Höhere Planungssicherheit für das Unternehmen, aber auch für die Mitarbeitenden	2020/2021	

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
-------	-------------------	-------------------------	---	----------

Ökologische Aspekte – Nutzung natürlicher Ressourcen	Den Bodensee direkt vor der Haustüre. Ein gewaltiger Energiespeicher, den wir behutsam nutzen. Verbunden mit Wärmepumpen und Kälteaggregaten nutzen wir das Bodenseewasser zum Heizen und zum Kühlen unseres Hauses. Durch die Seewassernutzung ersetzen wir fossile Energieträger und tragen so aktiv zur Schonung immer knapper werdender Ressourcen bei. Zentrale Lage des Hauses und damit Vermeidung unnötigen Verkehrs. 1000****Hotelbetten fußläufig (PKW-frei) vom Haus erreichbar. Regionale Gastronomie mit Konzentration auf frische Produkte aus der Region.	Bis zu 30 % der Energie wird aus Seewärme erzeugt!		Green GZH ( <a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a> )
Sorgsamer Umgang mit Ressourcen	Intelligente Steuerungssysteme helfen uns beim effizienten Einsatz von Energie und Rohstoffen. Die konsequente Umsetzung vielschichtiger Maßnahmen in fast allen Bereichen unseres Hauses sorgt nicht nur für eine bessere Ökobilanz, sondern spart ganz effektiv auch Kosten und entlastet damit den öffentlichen Etat.  Ausgefeilte Steuerungsprogramme bei Licht und Lüftung in der 3-geschossigen Tiefgarage (422 Stellplätze). Jede zweite Lampe in der Auf- und Abfahrt ist gezielt steuerbar.	Energieeinsparungen		

Sanierung der Seewassernutzung	<p>Zentral und digital gesteuerte Lüftungsanlage, 2020 generalsaniert, mit integrierter Wärmerückgewinnungsanlage</p> <p>Konsequenter Einsatz von Bewegungsmeldern anstatt konventioneller Lichtschalter.</p> <p>Sukzessive Umstellung der Beleuchtungstechnik auf moderne LED-Systeme.</p> <p>Einsatz von Wasserspartasten Wasserhähne in den WC-Anlagen über Sensoren gesteuert, um Wasserverbrauch zu verringern</p> <p>Maßnahmen für 2025: Neuverlegung der Seewasserleitung zur Nutzung des Seewassers zur Klimatisierung des Hauses Installation neuer Wärmepumpen</p> <p>Ziel: Verbesserung der Energiebilanz durch modernisierte Anlagen</p>	<p>Energieeinsparungen und Nutzung natürlicher Ressourcen (Seewasser)</p> <p>Energieeinsparungen</p> <p>Dto.</p> <p>Wassereinsparungen</p>	2020	
	<p><b>Maßnahmen:</b> Aufarbeitung Holzrednerpulte durch ortsansässigen Schreiner, statt Neuanschaffung</p>	<p>Ressourcenschonung, Unterstützung des örtlichen Handwerks</p>	2023	



Ressourcen und Energieeinsatz der Beteiligten	Angebote und Beratung zu hybriden Veranstaltungsformaten, um den Gesamt-CO <sub>2</sub> -Ausstoß durch Anreise, Unterkunft etc. der Teilnehmenden zu senken	Verringerung des CO <sub>2</sub> -Fußabdrucks von Veranstaltungen	2020	
	Veranstaltungsgebundene Parktarife werden über digitale QR-Codes zur Verfügung gestellt.	Senkung des Papierverbrauchs	2021	
Nachfrage Steuerung	Regionale Anbieter und Dienstleister werden bevorzugt			
Merchandise-Artikel	Anschaffung Büromaterialien möglichst nach sozialverträglichen und umwelt- und ressourcenschonender Herstellung Bevorzugung von Labels wie Blauer Engel, FSC	Vertragszulieferer weist diese Aspekte – wenn gegeben – im Produktportfolio aus		Zulieferer Bürobedarf: Lyreco
	Maßnahme: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verzicht auf Einweg-Merchandise-Artikel</li> <li>- Ausgabe nach First-in-first-out-Prinzip (Artikel veralten nicht)</li> <li>- Neu-Anschaffung nur nach erfolgter Bedarfsprüfung</li> </ul> Ziel: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weniger Artikel ausgeben</li> <li>- Reduzierung des Merchandise-Portfolios</li> </ul>	Neuanschaffung: Kugelschreiber aus recyceltem PET-Material  Nachhaltige Nutzbarkeit der Artikel	2022	

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
-------	-------------------	-------------------------	---	----------

Zufriedene Mitarbeiter = zufriedene Kunden	Um unsere rd. 300.000 Besucher pro Jahr kümmert sich ein engagiertes Team von rd. 100 Personen. Innerhalb unserer Unternehmensziele (Marketing-Konzeption = Unternehmens-Leitbild) genießt daher der Bereich „Substanzerhaltung und Arbeitsplatzsicherung“ oberste Priorität. Das eigentliche Kapital unseres Unternehmens sind die Mitarbeitenden! Regelmäßige Schulungen (Inhouse-Coachings und Besuch externer Fortbildungsveranstaltungen, Messe- und Kongressbesuche sorgen dafür, dass alle Teams mit ihrem Know-how auf dem neusten Stand sind. Ein wichtiger Part unseres Serviceversprechens (Kundenorientierung und Qualitätsservice als Zielrichtungen) an unsere Kunden.	Erhalt/Ausbau der Dienstleistungsfähigkeit und eines optimalen Kundenservices.		Green GZH ( <a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a> )
Gesundheitsorientierung	„Gesunde Mitarbeiter sind zufriedene und servicebereite Mitarbeiter!“ Wir bieten unseren Mitarbeitenden: - Bezuschussung von externe Gesundheits- und Präventionskursen (z.B. Yoga, Pilates, Rückenschule etc.)	Steigert die Leistungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeiter.  Indirekt profitieren dann auch die Kunden/Besucher davon.		
Sicherheit	Als eine der ersten Hallen in unserer Größenordnung haben wir ein auf unser Haus von einer Fachfirma zugeschnittenes „Räumungs- und Evakuierungs-Konzept“			

Fortbildungsprogramm	<p>erstellen lassen. Dies dient auch der Sicherheit des Personals.</p> <p>Ein umfassendes Seminar- und Schulungsprogramm sorgt dafür, dass unsere Mitarbeiter immer am Puls der Zeit sind</p> <p>In regelmäßigen Abständen durchgeführte Sicherheitsschulungen der Mitarbeitenden</p>	<p>Steigert das Gefühl von Sicherheit bei den Mitarbeitenden.</p> <p>Sichert den Qualitätsservice</p>	fortlaufend	
Teamgeist	<p>Steigerung des Wir-Gefühls/des Teamgeists</p> <p>Maßnahmen: regelmäßig stattfindende Team-Events und Mitarbeiter-Tage</p>	<p>Verbesserung der Kommunikation innerhalb des Teams</p> <p>Verbesserung der Arbeitsabläufe möglich</p>		

Weiterentwicklung	<p>Förderung der fachspezifischen, beruflichen und persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeitenden</p> <p>Maßnahmen: jährlich stattfindende Mitarbeiter-Gespräche</p>	<p>Stärken und Schwächen aufdecken, wodurch Änderungen und/oder Verbesserungen herbeigeführt werden können</p> <p>Zufriedenere Mitarbeitende haben positive Auswirkungen auf Effizienz und Servicequalität</p>		
Micelab:bodensee	<p>Maßnahme: Mehrjähriger Partner von micelab:bodensee</p> <p>Teilnahme der Mitarbeitenden und Führungskräfte an regelmäßigen Workshops</p> <p>Ziel: Erfahren und Erarbeiten neuer Veranstaltungskonzepte Durch neue Konzepte ergibt sich Mehrwert für Kunden (Tagungen/Kongresse) MICE-Branche bleibt lebendig, Arbeitsplätze werden gesichert</p>	<p>Vernetzung der Veranstaltungshäuser rund um den Bodensee mit Synergieeffekt Mitarbeitende der Häuser kennen sich, daher niederschwelliger Erfahrungsaustausch möglich Gemeinsames Neudenken von Begegnungen</p>		<p><a href="https://www.micelab-bodensee.com/de">https://www.micelab-bodensee.com/de</a></p>

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
Schutz und Erhaltung der Menschenrechte und Menschenwürde  Compliance	<p>Aufgrund hohen Respekts und absoluter Toleranz wird gegen mögliche Diskriminierung in allen Bereichen entgegengewirkt.</p> <p>Dies ist auch Bestandteil laufender Schulungen und Coachings.</p> <p>Das Hallenmanagement hat Compliance-Richtlinien und -Vorgehensweisen erlassen, die die Faktoren „Bestechlichkeit, Bestechung, Vorteilsnahme und Bevorteilung“ ausschließen sollen. Compliance-Beauftragter ist der Leiter des Veranstaltungszentrums selbst.</p>	Für uns alle selbstverständliche Voraussetzungen im Umgang mit Kunden, Geschäftspartnern, Besuchern und Mitarbeitenden.		<p>Dienstanweisung der Stadt Friedrichshafen zum Thema „Diskriminierung“ Und Leitfaden für „Faires Verhalten am Arbeitsplatz“</p> <p>Eigene Compliance-Richtlinien</p>

Barrierefreiheit	<p>Wir sind vollständig barrierefrei. Von der Induktionsschleife als Orientierungshilfe für Schwerhörige bis zum behindertengerechten Zugang zu allen Ebenen und Räumen.</p> <p>Auch unsere Homepage ist barrierefrei gestaltet.</p> <p>Weitere Verbesserung der Kennzeichnung/Ausschilderung barrierefreier Angebote im Haus</p>	<p>Fördert die Inklusion und Teilhabe von Menschen</p> <p>Auch Menschen mit Einschränkungen der Seh- und Hörfähigkeit haben Zugang zu den Informationen</p> <p>Informationen zu „barrierefreiem Kulturgenuß“ auf Homepage veröffentlicht (gut sichtbar auf Startseite verlinkt)</p>	<p>2020</p> <p>2022</p>	<p>Über <a href="https://www.gzh.de/">https://www.gzh.de/</a> und <a href="https://www.gzh.de/barrierefreier-kulturgenuss.html">https://www.gzh.de/barrierefreier-kulturgenuss.html</a></p>

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
-------	-------------------	-------------------------	---	----------



Offenheit durch vollständige Transparenz in der internen wie externen Kommunikation (PR)	<p><b>GENERELL:</b> Offener und realistischer Austausch zum Thema Nachhaltigkeit. Es steht nicht „grünes Marketing“, sondern nachhaltiges Handeln im Vordergrund.</p> <p>Beschwerdemanagement: offene Kommunikation der Mitarbeitenden hinsichtlich von Fehlern oder Versäumnissen und Verbesserungspotenzial ist Teil des Qualitätsmanagements</p> <p>Im Berichtsjahr soll interner Ideen-Wettbewerb durchgeführt werden. Somit sollen Ideen aller Mitarbeitenden einfließen aus dem jeweiligen Arbeitsalltag und -abläufen.</p>	<p>Mitarbeitenden werden weiter für das Thema sensibilisiert, sie erfahren, welche Fortschritte es gibt, und können eigene Ideen/Verbesserungen einbringen. Gemeinsame Weiterentwicklung durch Einbinden aller und Sensibilisierung stärkt auch das Verantwortungsgefühl jedes einzelnen und des Wir-Gefühls. Ermöglicht Einblicke in die Arbeitsabläufe anderer und stärkt somit emphatisches Denken und Handeln.</p> <p>Lfd: - Mitarbeitergespräche - gemeinsame Dienstbesprechungen - AL-Sitzungen - AG- und Projektsitzungen</p>	2022	
	<p><b>EXTERN:</b> Im Berichtsjahr soll noch deutlichere Kommunikation nach außen zum Thema Nachhaltigkeit stattfinden: - Eigene Rubrik/Serie auf Social Media bezüglich Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen und Möglichkeiten im GZH</p>	<p>GZH kann an veröffentlichten Inhalten gemessen werden</p> <p>Wir unterstreichen damit, dass wir kein „grünes Marketing“ betreiben,</p>	2022	<p>Facebook/Instagram: @GZHFN @gzh_friedrichshafen</p> <p>Mice:lab-Spezial Bodensee in Verbändereport 1/22</p>

	- Fokussierung auf nachhaltige Ausrichtung in gebuchten Beiträgen mit Darlegung konkreter Maßnahmen	sondern tatsächlich „grün“ handeln		
--	---	------------------------------------	--	--

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
Selbstverpflichtung zum Fortschritt	<p>Durch die transparente Darstellung unserer Ziele und Ergebnissen hinsichtlich Nachhaltigkeit untermauern wir unser ernsthaftes Bestreben und konsolidieren unsere Selbstverpflichtung</p> <p>Im Berichtjahr soll eine hauseigene Handreichung für unsere Kunden erarbeitet werden</p>	<p>Veröffentlichung des jährlichen Fortschrittsberichts auf der Homepage</p> <p>Sensibilisierung und konkrete Hilfestellung für unsere Kunden hinsichtlich einer nachhaltigeren Umsetzung ihrer Veranstaltungen in unserem Haus</p> <p>So tragen wir das Thema Nachhaltigkeit an unsere Kunden weiter und bieten Anreize</p>	<p>Soll in den Berichtsjahren 2024/2025 umgesetzt werden</p>	<p><a href="http://www.gzh.de">www.gzh.de</a> &gt;greengzh</p> <p>EVVC - fairpflichtet</p> <p>Social Media-Kanäle @GZHFN @gzh_friedrichshafen</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
Interne Anreize	Schaffung von Bewusstsein und Themen-Sensibilisierung: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interne und externe Anreize als laufenden Prozess betrachten</li> <li>- Interner Ideenwettbewerb (direkter Anreiz)</li> </ul>	Verankerung in Marketing-Konzeption		
Externe Anreize	Handreichung zur Durchführung nachhaltiger Veranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veranstalter können im Vorfeld und während ihrer VA viele Faktoren beeinflussen, damit eine VA insgesamt nachhaltiger wird</li> </ul>	Anreize und Sensibilisierung bei Kunden schaffen		

## Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

I

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Kultur- und Kongresszentrum Graf-Zeppelin-Haus Friedrichshafen Olgastraße 20, 88045 Friedrichshafen	2022 / 2023	16.11.2023

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Matthias Klingler Leiter Graf-Zeppelin-Haus	<a href="mailto:klingler@gzh.de">klingler@gzh.de</a>	07541/288-110
Nadine Kaiser Assistenz Leitung, Nachhaltigkeitsbeauftragte	<a href="mailto:kaiser@gzh.de">kaiser@gzh.de</a>	07541/288-115